

СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВНОСТІ



Випуск 14

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВНОСТІ

Випуск 14

Матеріали

*Всеукраїнської науково-практичної конференції
“Проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку
економіки України в умовах європейської інтеграції”
м. Київ, МАУП, 28 травня 2015 р.*

Київ
ДП “Видавничий дім “Персонал”
2015

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 4 від 15.04.15)*

Редакційна колегія:

А. М. Подоляка (голова), д-р юрид. наук, проф.;
А. А. Ігнатченко (заступник голови), канд. техн. наук;
О. В. Баєва, д-р біол. наук, проф.;
І. П. Бідзюра, д-р політ. наук, проф.;
М. Ф. Головатий, д-р політ. наук, проф.;
В. Б. Захожай, д-р екон. наук, проф.;
А. С. Лисецький, д-р екон. наук, проф.;
К. В. Муравйов, канд. юрид. наук, доц.;
І. П. Розпутенко, д-р наук держ. упр., проф.;
Л. В. Романова, д-р екон. наук, проф.;
В. Є. Сафонова, д-р екон. наук;
Г. П. Ситник, д-р наук держ. упр., проф.;
Ю. П. Сурмін, д-р соц. наук, проф.;
Н. М. Чернуха, д-р пед. наук, проф.

Матеріали подано в авторській редакції.

Відповідальність за зміст та орфографію матеріалів несуть автори.

Становлення і розвиток української державності : [зб. наук. пр.] /
МАУП. — К.: ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2008 —

С76 Вип. 14: Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. “Проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку економіки України в умовах європейської інтеграції”, 28 травня 2015 р. / редкол.: А. М. Подоляка (голова) [та ін.]. — 2015. — 258 с. : іл. — Бібліогр. у кінці ст.

У пропонованому збірнику подано тези учасників науково-практичної конференції, присвяченої проблемам і перспективам соціально-економічного розвитку України в умовах європейської інтеграції.

Для науковців і громадсько-політичних діячів, студентів, а також усіх, хто цікавиться розвитком Української держави.

ББК 63.3(4УКР)я43+67.9(4УКР)301я43

ЗМІСТ

Захожай В. Б. <i>Актуальні питання підготовки фахівців з інформаційно-аналітичного забезпечення управління</i>	7
Баєва О. В. <i>Міжнародний досвід фінансування охорони здоров'я</i>	10
Романова Л. В. <i>Формування конкурентоспроможного маркетингового потенціалу як стратегічний напрям розвитку промислових підприємств</i>	16
Сурмин Ю. П. <i>Обоснование общей теории реформ</i>	21
Сафонова В. Є. <i>Теоретичні основи маркетингового супроводу освітніх послуг</i>	26
Юлдашев О. Х., Бочков П. В. <i>Розвиток некомерційної господарської діяльності як одна з умов наближення до європейських стандартів</i>	32
Аль-Тмейзі А. Ю. <i>Сучасна реклама як напрям розвитку маркетингових комунікацій</i>	36
Амбросенко О. П. <i>Методологія розробки стратегії розвитку сільських територій на рівні регіону</i>	39
Баєв В. В. <i>Розвиток медичного туризму в умовах світової інтеграції охорони здоров'я</i>	43
Бєлокоз О. І. <i>Оцінка клієнтського капіталу торговельних підприємств</i>	49
Бови Л. А. <i>Перспективи розвитку готельного бізнесу в умовах європейської інтеграції</i>	53
Варениченко Л. Л. <i>Теоретичні основи формування концепції розвитку економіки України</i>	58
Власенко О. О. <i>Управління процесом формування депозитної бази банків в умовах макроекономічної нестабільності</i>	62
Дорошенко Л. С. <i>Формування регіональних ринків праці як напрям регіонально-адміністративного менеджменту</i>	65
Каліна І. І. <i>Комунікативні аспекти ефективності реклами в Україні</i>	70
Карбовська Л. О. <i>Маркетинг в управлінні діяльністю ВНЗ України</i>	73

Коваль М. І. Особливості застосування методики аудиту розрахунків з оплати праці на підприємстві	77
Ковальчук А. Ю. Сучасний стан та перспективи забезпечення економічної безпеки	81
Козлова А. І. Інноваційна діяльність — запорука успішного функціонування економіки та безпеки України.....	83
Кулик А. В. Основні підходи та методи наукового обґрунтування механізмів забезпечення сталого розвитку економіки регіонів	87
Матюха М. М. Аспекти управлінського обліку при формуванні інформаційного ресурсу підприємства в умовах застосування інформаційних систем.....	91
Могилевская О. Ю. Маркетинговые подходы к формированию инновационной политики промышленного предприятия как ключевого фактора повышения конкурентоспособности	93
Морева В. В., Іванова В. В., Турбіна О. І. Стратегія розвитку електроенергетичного комплексу регіону	97
Медвідь Ф. М., Чорна М. Ф., Храпачевська О. П. Правова культура суспільства в умовах європейської інтеграції.....	100
Новальська Н. І., Суліма Н. М. Управління якістю сільськогосподарської продукції та її конкурентоспроможність	106
Тьорло В. О., Пантюх А. А. Сучасні проблеми експорту інформаційних технологій суб'єктами господарювання України.....	108
Тьорло В. О., Мірошніченко В. В. Парадигма регіонального соціально-економічного розвитку України за умов європейської інтеграції.....	113
Фещенко О. Л. Стратегічні орієнтири розвитку промислового виробництва України.....	116
Філіна Г. І. Роль транснаціональних корпорацій у розвитку економіки України.....	119
Черниш Л. О., Легка Л. М. Інноваційні процеси як джерело економічного та соціального розвитку держави.....	123
Чеховська О. М., Коваль М. І. Реформування і розвиток бухгалтерського обліку в Україні	127
Чирчик С. В. Формування комплексу маркетингу освітніх послуг для навчальних закладів дизайн-освіти.....	131

Шклярчук С. Г. Основні проблеми валютного ринку України і заходи щодо їх вирішення.....	133
Ковальчук С. П. Досвід Вінницької області у реалізації організаційних заходів щодо сприяння залученню інвестицій у регіон.....	137
Марченко С. М. Тенденції розвитку сучасного екологічного маркетингу	140
Корінчевська І. А. Перспективи розвитку системи охорони здоров'я України в умовах європейської інтеграції.....	144
Бігдаш В. Д. Стан та напрями розвитку страхового ринку України в процесі реформування економіки країни	147
Михайленко О. В. Проблеми та шляхи удосконалення методики й організації обліку основних засобів на підприємстві	150
Міхатуліна О. М. Господарсько-правова відповідальність та порядок її застосування в разі порушення господарського законодавства.....	154
Пророченко Є. В. Проблеми конкурентоспроможності вітчизняних підприємств у контексті зони вільної торгівлі між Україною та ЄС	163
Топалова І. А. Використання зарубіжного досвіду управління якістю продукції для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.....	166
Бурсов Р. В. Система інформаційно-аналітичного забезпечення технологічного оновлення промислових підприємств на основі принципів податкового стимулювання	170
Гаращук Є. В. Феномен протестної комунікації в умовах глобалізації інформаційного простору	175
Варениченко І. В. Наукові підходи до формування стратегії економічної стабілізації підприємств обробної промисловості України	179
Казак О. О. Інвестиційний менеджмент в системі управління машинобудівним підприємством	184
Квашук Д. М. Інформаційно-аналітичне забезпечення економічної безпеки підприємництва.....	187
Колесник В. М., Колесник Н. В. Підходи до класифікації витрат для потреб управління	191

Колодізева С. О. Теоретичні підходи до класифікації банківських послуг у контексті необхідності досягнення балансу фінансових інтересів банків та клієнтів.....	197
Корецька О. В. Стан та проблеми інноваційної діяльності підприємств машинобудування	200
Лихолет С. І. Економічна сутність та зміст трансферу технологій.....	203
Неволько В. А. Вдосконалення системи органів валютного контролю України	210
Петько С. М. Банківські холдингові об'єднання у світовій економіці.....	213
Росеро Г. Специфіка соціальних трансформацій в системі вузівської освіти в країнах світу на сучасному етапі.....	216
Ужанська Т. І. Особливості співвідношення рекламної і маркетингової діяльності.....	225
Фернандес А. Форма державного управління як основний елемент політичної системи суспільства, базис політичного устрою держави	227
Фещенко А. І. Фактори впливу на формування конкурентних переваг вітчизняних підприємств.....	231
Чавес М. Э. Социально-экономическое поведение работающих как важнейший фактор успешной деятельности предприятия, его конкурентоспособности в условиях рыночного хозяйствования.....	236
Шуляр Н. М. Концепція управління ефективністю розвитку якістю персоналу машинобудівних підприємств	240
Шульга Г. В. Формування інноваційної інфраструктури: зарубіжний досвід.....	243
Іщук К. Ю. Основні напрями розвитку онлайн-маркетингу в Україні	247
Конопльова К. Р. Ефективність маркетингової діяльності як показник перспектив розвитку бізнесу	249
Пилипенко О. В. Проблеми організації експорту сільськогосподарської техніки підприємств України.....	251
Ходаківський О. В. Проблема організації експорту підприємствами України на ринку теплоізоляційних матеріалів за умов нестабільної економіки	255

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ

Сучасний етап співпав із знаковою подією у вищій освіті. Прийнятий новий закон “Про вищу освіту”. Його головні новації — академічна, фінансова та організаційна автономія вищих навчальних закладів, зменшення навантаження на викладачів, що дасть їм змогу приділяти більше часу науковим дослідженням.

Створюються умови ефективного поєднання цих досліджень з навчальним процесом з метою підвищення якості освіти.

Необхідною умовою вирішення цих завдань є розробка, послідовне вдосконалення і запровадження в практику роботи Вишів методології інформаційно-аналітичного забезпечення управління соціально-економічним розвитком, зокрема з використання засад економічного дослідження.

Це обумовлене тим, що за сучасних умов економічного розвитку об’єктивно висуваються нові вимоги до економічної науки і практики для того, щоб економіка стала дійовим інструментом ефективного управління. Зростає актуальність комплексного використання економіко-математичних методів у вирішенні завдань управління. Їх використання дає можливість перевести багато проблем управління в площину кількісного відображення з якісним змістом на основі реального інформаційного забезпечення розрахунків відповідно до потреб користувачів. Відповідне програмне забезпечення прискорює та вдосконалює оброблення інформації, розширює коло завдань управління.

Це гарантує творчий підхід до виконання конкретних завдань управління, пошук нових засобів підвищення якості та обґрунтованості управлінських рішень.

Відповідний навчальний курс побудовано в рецептурному плані, що допомагає в практичному використанні економіко-математичних методів і моделей. Рецептурний виклад полегшує аналіз умов, в яких приймаються управлінські рішення щодо конкретних завдань.

В навчальному курсі виділено три основні складові. В першій висвітлено сутність управління, методологічні засади інформаційно-аналітичного забезпечення управління економікою, його первинну базу, сутність і принципи побудови системи показників які використовуються в процесі управління.

В другому розділі розглянуті методичне забезпечення аналізу, основні завдання, які вирішуються за допомогою статистичних методів, принципи побудови та використання економічних та економетричних моделей, щодо пропорційності розвитку, його збалансованості, тенденції розвитку, економічної привабливості, ризику діяльності, ефективності тощо.

Логічним завершенням є розробка управлінських рішень за результатами аналізу напрямів вдосконалення управління для підвищення ефективності функціонування системи з врахуванням об'єктивно існуючих потенційних можливостей (резервів) поліпшення діяльності. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління визначає зміст процесу розроблення управлінських рішень і контролю за їх виконанням в умовах системного використання економіко-математичних методів. При цьому формується перелік завдань управління і встановлюється послідовність їх виконання, яка реалізує наукову обґрунтовану логіку і принципи управління. Визначаються методи вирішення і взаємної узгодженості цих завдань.

Методологія та методика управління віддзеркалюються в конкретних процедурах перетворення економічної інформації в процесі обґрунтування і прийняття управлінських рішень. У цьому розумінні інформаційно-аналітичне забезпечення управління характеризує технологію обґрунтування управлінських рішень економічними методами. При цьому технологію інформаційно-аналітичного управління можна визначити як єдність його методичного, організаційного, та інформаційного аспектів. Вона охоплює сукупність і класифікацію завдань управління, послідовність їх вирішення і економіко-математичні методи обґрунтування відповідних управлінських рішень.

Це створило базу для включення в навчальні плани ряду економічних вищів таких дисциплін як, “Статистичне забезпечення управління економікою”, “Інформаційно-аналітичне забезпечення управління” за певними видами діяльності.

У процесі підготовки фахівців з інформаційно-аналітичного забезпечення все більшого значення набуває інтерактивні форми отримання нової інформації, до яких з повним правом можна віднести таку форму навчально-виховного процесу як тренінг.

Тренінг став каталізатором професійного зростання та розвитку особистості, адже учасники мають отримати інструмент розвитку своїх навичок та актуалізувати мотивацію саморозвитку, пізнати свої слабкі сторони і намагатися позбутися їх, беручи на озброєння запропоновані форми ефективної поведінки.

Цільовою аудиторією тренінгу мають бути особи, які вже досягли певного рівня освіти, професійного й особистого розвитку. Тому, ефективним є проведення тренінгу на п'ятому курсі під час переддипломної практики на основі затверджених тем випускних дипломних робіт.

Тренінг це потужний “мозковий штурм”, в результаті якого формується практичні поради, рекомендації, технології, здійснюється аналіз бізнес —

проектів. В цілому тренінг — це комплекс знань на основі обробки і аналізу інформації і демонстрація методів, форм і алгоритмів отримання результатів аналізу як бази розробки і підтримки управлінських рішень.

У ході тренінгу студенти повинні не тільки продемонструвати й закріпити свої знання та навички, а й показати своє вміння працювати однією командою для досягнення поставленої мети, приймати реальні, обмірковані, зважені рішення.

Тематика тренінгу має враховувати необхідність вирішення проблем які не знайшли відображення у підручнику, висвітлює зарубіжний досвід, дає змогу узагальнити знання, на яких ґрунтуються інформаційно-аналітичне забезпечення управління.

Загальна мета відповідного навчального процесу з поглибленою практичною підготовкою є створення студентам сприятливих умов для здобуття запланованої кваліфікації та отримання конкурентних переваг на ринку праці через органічне поєднання фундаментальних знань з дисциплін навчального плану з практичним досвідом як економічного аналітика та менеджера з організації управління на різних рівнях соціально-економічного розвитку.

Література

1. Статистичне забезпечення управління економікою: прикладна статистика: Навч. посіб. / А. В. Головач, В. Б. Захожай, Н. А. Головач. — К.: КНЕУ, 2005.
2. Захожай В. Б., Чорний А. Ю. Статистичне забезпечення управління якістю: Навч. посіб. — К.: Центр навчальної літератури, 2005.
3. Статистичне забезпечення управління економікою. Прикладна статистика з використанням аналітичних можливостей програмного середовища Microsoft Excel: Навч. посіб. / А. В. Головач, В. Б. Захожай, І. Г. Мансуров, Н. А. Головач. — К.: КНЕУ, 2006.
4. Щокін Р. Г. Статистичне забезпечення управління недержавним вищим навчальним закладам: монографія / Р. Г. Щокін. — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2008.
5. Інформаційно-аналітичне забезпечення державного фінансового менеджменту (методологія і практика прикладної статистики): навч. посіб. / А. В. Головач, В. Б. Захожай, І. Г. Мансуров, Н. А. Головач. — К.: КНЕУ, 2010.
6. Статистичне забезпечення маркетингу: навч. посіб. / [В. Б. Захожай, Л. В. Романова, Н. А. Головач та ін.]; під кер. та наук. ред. В. Б. Захожая. — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2015.

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Фінансове забезпечення охорони здоров'я — це метод фінансового механізму, що визначає принципи, джерела й форми фінансування суб'єктів господарювання, чия діяльність спрямована на охорону, збереження, зміцнення та відновлення здоров'я громадян.

Експерти ВООЗ відмічають складність наукового визначення тієї частини національних ресурсів, яка повинна асигнуватися на служби охорони здоров'я. Країнами з відносно невеликими прибутками на потреби охорони здоров'я витрачається не більше за 2,5 % валових національних продуктів (ВНП), в більшості ж розвинених держав становить 1–2 % ВНП. Проте, і в цих країнах існує суттєва різниця у відсотках ВНП, що витрачається на охорону здоров'я. В Німеччині цей показник становить 9,5 % ВНП, а в США частка асигнувань на медичне обслуговування в структурі ВНП становить 5,2 % [9].

Держави з великим національним прибутком (США, Англія, Швейцарія) відрізняються більш високими витратами на медичну допомогу на душу населення в порівнянні з менш розвиненими країнами (Індія, Єгипет, Мексика). В економічно розвинених країнах на охорону здоров'я витрачається в середньому 74 дол. США на душу населення в рік, тоді як в країнах, що розвиваються, ця сума становить 2 дол. США [11].

До теперішнього часу в світі склалися три основні форми фінансування охорони здоров'я: бюджетна (державна), бюджетно-страхова і приватна (приватнопідприємницька).

Більшість науковців та аналітиків приходять до висновку, що успіх реформування охорони здоров'я, досягнення прийняттого рівня медичної допомоги і показників здоров'я населення багато в чому визначаються правильною вибраною моделлю фінансування, адекватною соціально-економічним і політичним умовам [5].

Системи фінансування охорони здоров'я класифікують за двома ознаками: за джерелом фінансування та за формою розподілу коштів. Джерела формування засобів не завжди впливають на форми їх розподілу, системи з одним і тим же джерелом фінансування можуть мати різні характеристики розподілу. До теперішнього часу в світі склалися три основні форми фінансування охорони здоров'я: бюджетна (державна), бюджетно-страхова і приватна (приватнопідприємницька).

Класифікацію систем фінансування охорони здоров'я представлено на рис. 1.

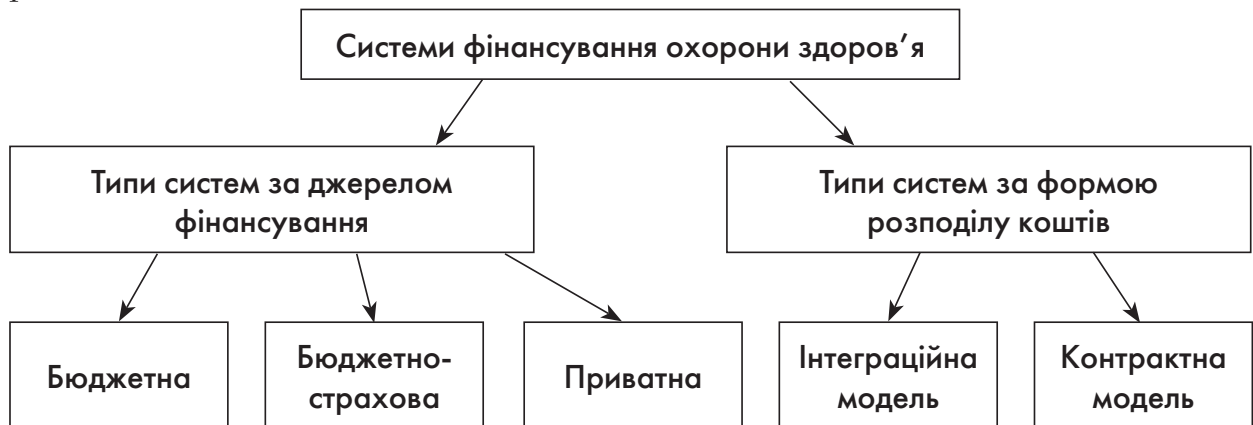


Рис. 1. Класифікація систем фінансування охорони здоров'я

До основних типів систем охорони здоров'я за джерелом фінансування відносяться: бюджетна; приватна; обов'язкового медичного страхування.

Джерелами фінансування охорони здоров'я можуть бути: загальні податкові доходи всіх видів і рівнів; цільові податкові надходження; цільовий внесок на обов'язкове медичне страхування (або податок на заробітну плату); особисті засоби громадян; інші джерела фінансування [4, 8].

Бюджетна система фінансування охорони здоров'я базується на загальних податкових доходах. До них відносяться: податки на прибуток, податки на додану вартість, прибутковий податок і інші. Податки поступають до державного або муніципального бюджету, а потім розподіляються по різних галузях. Вирішальну роль при розподілі коштів мають бюджетні пріоритети, що склалися в країні.

Бюджетне фінансування базується на наукових принципах, визначених в наукових працях українського науковця Буздугана Я. [1]:

- безповоротність — безповоротне виділення бюджетних коштів відповідним розпорядникам у межах затверджених сум;
- безплатність — відсутність плати у вигляді відсотків за виділені бюджетні призначення;
- безстроковість — відсутність часових обмежень, у межах яких можна користуватися бюджетними коштами;
- плановість — виділення бюджетних коштів у межах, встановлених бюджетом відповідно до обсягів видатків, затверджених у фінансових планах розпорядників коштів;
- цільове спрямування — кошти з бюджету плануються й відпускаються на заздалегідь визначені цілі згідно з фінансовими планами;
- поєднання різних джерел покриття витрат, пов'язаних із основною діяльністю, полягає в тому, що бюджетні кошти виділяються з урахуванням власних джерел, коштів вищих організацій, кредитних джерел і за умови їхнього найефективнішого використання;

- фінансування з бюджету здійснюється в міру виконання планів виробничих показників і надходження доходів;
- ефективне, раціональне й економічне використання коштів полягає в досягненні максимального ефекту за мінімальних витрат;
- кошти на проектування витрат виділяються лише з одного бюджету за підпорядкованістю установи, організації, за винятком фінансування загальнодержавних заходів (епідемія, ліквідація наслідків катастроф, стихійного лиха тощо);
- фінансування бюджетних установ здійснюється на основі встановлених економічних нормативів залежно від сфери діяльності;
- контроль за використанням бюджетних коштів означає використання всіх видів, форм і методів бюджетного контролю стосовного кожного розпорядника бюджетних коштів.

Функціонування механізму бюджетного фінансування пов'язане з використанням його різних форм і методів. У вітчизняній фінансовій літературі виділяють такі форми бюджетного фінансування: кошторисне фінансування, бюджетні інвестиції, бюджетні кредити, державні трансферти. Охорона здоров'я в Україні фінансується за кошторисною формою [7].

Бюджетне фінансування охорони здоров'я може здійснюватися двома шляхами: шляхом прямих державних закупівель послуг системи охорони здоров'я з подальшим їх безкоштовним розподілом серед населення. Такий шлях фінансування передбачався системою організації охорони здоров'я за моделлю Семашко і був впроваджений в СРСР, країнах Східної та Центральної Європи.

Другим шляхом бюджетного фінансування є перерахування коштів бюджету в систему державних страхових фондів і програм. Така система фінансування охорони здоров'я впроваджена в Великобританії, Швеції, Канаді, Ірландії та деяких інших країнах.

Бюджетно-страхова система фінансування охорони здоров'я реалізується через системи, засновані переважно на цільовому внеску: внеску на обов'язкове медичне страхування або єдиного внеску на соціальне страхування (єдиний соціальний податок) [3].

У більшості країн Східної Європи, у тому числі і в РФ, ці системи набули поширення у формі поєднання страхового і бюджетного фінансування, тобто функціонують як бюджетно-страхові системи.

При обов'язковому медичному страхуванні страхові фонди формуються на трибічній основі: за рахунок цільових внесків працедавців; за рахунок цільових внесків працівників; субсидій держави із загальних бюджетних надходжень.

Муніципальні або центральні власті встановлюють податок на охорону здоров'я (зазвичай 6–11 % від фонду заробітної плати), який в основному поступає в казну території. Для працівників бюджетних організацій та громадян, які не працюють держава виділяє дотацію, яка є частиною або прибуткового податку, або податку до пенсійного фонду, або податку на соцстрахування. Ці джерела підсумовуються, і кошти поступають в медичні страхові компанії. Величина надходжень залежить від числа застрахованих

страховою компанією. Таким чином, при обов'язковому медичному страхуванні (ОМС) кожне функціонуюче підприємство автоматично бере участь у формуванні фондів охорони здоров'я [3].

Визначення необхідного розміру страхових тарифів із обов'язкового медичного страхування надзвичайно важливе для формування і використання фондів страхування, їх подальшого розподілу і перерозподілу.

До позабюджетних надходжень відносять: особисту оплату громадянами медичних послуг не проходить через канали державного перерозподілу і поступають в медичні організації у формі прямої оплати; доходи лікувально-профілактичних закладів від оренди, від продажу медичних технологій і інші; надходження від добродійних фондів; кошти роботодавців, що направляються на створення власної медичної бази; пожертвування і альтернативні джерела фінансування (позика, лізинг, факторинг) [2].

Таким чином, в системах ОМС участь держави приймає м'якші регулюючі форми, а лікувально-профілактичні заклади не завжди належать державі. Проте, системи ОМС також є державними системами фінансування, оскільки:

- по-перше, внески працедавців і працівників носять обов'язковий характер і приймають форму особливого податку на заробітну плату;
- по-друге, надходження від внесків є хоча і відособленими, проте є частиною державних фінансів, тому вони контролюються державою;
- по-третє, держава регулює багато елементів цієї системи: ставки внесків, ціни на медичні послуги, договірні відносини між страховиком і медичною організацією, розмір гарантованого обсягу медичної допомоги.

Приватна система фінансування охорони здоров'я ґрунтується на добровільному (приватному) медичному страхуванні і безпосередній оплаті медичної допомоги споживачами медичної допомоги або роботодавцями. Вона характеризується такими ознаками:

- основним джерелом фінансування медичної допомоги є особисті кошти громадян і прибуток юридичних та фізичних осіб — роботодавців;
- переважно недержавний, комерційний статус страхових медичних компаній, що акумулюють фінансові кошти охорони здоров'я та забезпечують надання медичної допомоги;
- великий вибір медичних установ, лікарів;
- вільне (нерегульоване) ціноутворення на медичні послуги;
- висока частка національного доходу, що виділяється на охорону здоров'я.

В чистому вигляді приватна система фінансування не функціонує ні в одній з національних систем охорони здоров'я через притаманні їй негативні чинники, а саме:

- високу вартість медичної допомоги та її недоступність для значних верств населення;
- недостатня до профілактичних заходів;
- приватні компанії медичного страхування не мають стимулів для підвищення ефективності своєї діяльності та зазвичай несуть вищі адміні-

стративні витрати, ніж суб'єкти системи державного медичного страхування;

- виконання дорогих процедур і втручань без достатніх медичних показань.

Виникнення приватної охорони здоров'я історично було пов'язане із задоволенням потреби у високоякісних і дорогих медичних послугах спроможних верств населення, через що дана система не може бути організаційно-фінансовою основою національної системи охорони здоров'я, а використовуватися як доповнення до державної охорони здоров'я або системи, заснованої на соціальному страхуванні. При приватному добровільному медичному страхуванні застраховані або їх роботодавці самі виплачують страхові внески приватним страховим компаніям. Розрахунок ставки внесків проводиться страховою компанією для кожної особи на основі оцінки вірогідності або ризику отримання від них заяви на оплату медичної допомоги [10].

Основною відмінністю між системою приватного страхування і системою національного обов'язкового страхування є те, що страхові внески приватного страхування є справедливими по актуарними оцінкам, тоді як внесення системи національного обов'язкового страхування пов'язують ставку внеску з платоспроможністю і не передбачають внесення поправок в ставку внесків, що виплачуються окремими особами та розрахунку очікуваного рівня витрат по кожному застрахованому.

Приватні страхові компанії платять за медичні послуги, надані населенню, за узгодженими ставками в відповідності з контрактом на страхування. Приватне медичне страхування не при розрахунку вартості страхового полісу не враховує особистий дохід застрахованого, що приводить до регресивного розподілу фінансового тягаря, тобто в пропорційному відношенні бідні платять більше, ніж багаті [6].

Страхові внески, що обчислюються відповідно до ризику, носять більш регресивний характер, ніж страхові внески, що обчислюються для всього суспільства та забезпечують лише обмежений захист від фінансових ризиків. Така тенденція спостерігається оскільки є залежність між доходом і станом здоров'я: в середньому, в менш забезпечених категоріях населення спостерігається вища захворюваність і смертність, ніж в забезпеченіших категоріях.

Доповнює приватне медичне страхування теж носить регресивний характер. Цей вид страхування, як правило, охоплює відносно велику частку населення із середнім рівнем доходу.

Коли ж приватне медичне страхування грає роль додаткової альтернативної або замінюючої форми приватного медичного страхування страховий поліс купують головним чином люди з високим рівнем доходів, тому вплив на фінансування виявляється помірно прогресивним. З 90-х років минулого сторіччя в більшості країн приватне медичне страхування стало менш прогресивним.

В жодній країні, окрім США, приватне страхування не використовується в якості механізму фінансування первинної медико-санітарної допомоги. Це відбувається по причині існування ряду проблем, пов'язаних з ринком

приватного медичного страхування, які роблять майже неможливим забезпечення універсального доступу справедливості [12].

Населення краще знає про власний ризик виникнення витрат на медичну допомогу, ніж страхові компанії. Особи, які відносяться до категорії підвищеного ризику, швидше за все застрахуються в компаніях із справедливими по актуарних оцінках ставками внесків, ніж особи, які відносяться до категорії зниженого ризику. Оскільки страхові поліси придбають переважно особи, які відносяться до категорії підвищеного ризику, страхова компанія може прийти до висновку що її витрати перевищують початкові розрахунки. Така ситуація може привести до збільшення вартості страхового полісу та зробить його не вигідним для страхової компанії.

Література

1. Буздуган Я. Організаційно-правові засади функціонування фінансів галузі охорони здоров'я в Україні за останні роки // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: економіка. – 2004. – № 16. – С. 114–122.
2. Вялков А. И. Финансовый словарь главного врача. Часть 2 / А. И. Вялков, М. А. Татарников. – М.: б. и., 2011. – 54 с.
3. Григораш Г. В., Григораш Т. Ф., Олійник В. Я., Субачов І. Т. Системи соціального страхування зарубіжних країн. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 144 с.
4. Економіка охорони здоров'я: Підручник / В. Ф. Москаленко, О. П. Гульчій, В. В. Рудень [та інші]; під ред. В. Ф. Москаленка. – Вінниця: Нова Книга, 2010. – 288 с.
5. Зубенко С. А. Механизмы финансирования здравоохранения на базе сравнительной характеристики действующих мировых систем // Шлях доступу: <http://www.stu.lipetsk.ru/files/materials//zubenko.doc>
6. Романчук И. Г. Рыночные подходы к реализации вопросов местного значения и оптимизация муниципальных систем здравоохранения [Текст]: монография / И. Г. Романчук, В. А. Шабашев; Кемеровский университет. – Кемерово: Притомское, 2010. – 188 с.
7. Слабкий Г. О., Шевченко М. В. Сучасні підходи до фінансування системи охорони здоров'я / Г. О. Слабкий, М. В. Шевченко, О. О. Заглада. – К., 2011. – 345 с.
8. Солоненко Н. Економіка охорони здоров'я: Навч. посіб. / Н. Д. Солоненко. – К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2014. – 408 с.
9. Финансирование здравоохранения в Европейском союзе. Проблемы и стратегические решения / S. Thomson, T. Foubister, E. Mossialos; Европейская обсерватория по системам и политике здравоохранения. – Копенгаген: ВОЗ, 2010. – 241 с.
10. Feldstein P. Health Care Finance and Economics. 6rd ed. Thomson Delmar Learning, 2004.
11. Implementing Health Financing Reform. Lessons from countries in transition / European Observatory on Health Systems and Policies; ed.: J. Kutzin, C. Cashin, M. Jakab. – Copenhagen: WHO, 2010. – 411 p.
12. Philipson T. Financial Health Economics/ Tomas Philipson, Ralph Koijen, Harald Uhlig. – NBER Working Paper No. 20075.-2014. – Шлях доступу: <http://www.nber.org/papers/w20075>

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Стратегічним завданням підприємств в умовах глобальної конкуренції, економічної та політичної невизначеності для досягнення успіху є формування і реалізація конкурентних переваг, конкурентоспроможної пропозиції товарів на ринок. Ця проблема для українських підприємств, особливо, промислових є архіважливою, особливо, в зв'язку з падінням індексу промислової продукції за січень–березень 2015 р. в порівнянні до аналогічного періоду 2014 р. на 21,4 %, військовими діями та втратою частини промислового потенціалу, зміною вектора співпраці з Росії на європейські та інші країни світу. Вирішення її вбачається в застосуванні маркетингу, формуванні його потенціалу, ключових компетенцій, що дозволить зосередити увагу на задоволенні потреб споживачів та забезпечить підвищення конкурентоспроможності підприємств і організацій.

Аналіз публікацій. Проблема формування маркетингового потенціалу висвітлена в працях багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема, Ф. Котлера, Л. Мороз, Є. Попова, А. Степанова, Л. Телішевської, Л. Яловеги та ін. Однак недостатньо вивченими є питання формування конкурентоспроможного маркетингового потенціалу промислових підприємств.

Виклад результатів дослідження.

В теоретичному плані вивчення маркетингового потенціалу підприємств методологічно передбачає етапність підходу, розпочинаючи від розуміння потенціалу як такого і закінчуючи визначенням сутності категорії маркетинговий потенціал, її змістовим, функціональним наповненням, оцінкою, напрямками розвитку. В літературі запропоновано науковий підхід до формування маркетингового потенціалу підприємства, що включає п'ять етапів, [14], зокрема, визначення поняття потенціалу, його суб'єктних і об'єктних складових, визначення маркетингового потенціалу, його наповнення та оцінку. Такий підхід можна прийняти за основу в даних дослідженнях.

На першому етапі визначають сутність потенціалу взагалі. Так, відповідно словнику іншомовних слів поняття потенціал з латинської трактується як можливість, потужність, а також (скриті можливості), сукупність матеріальних і людських ресурсів. Але в сучасних умовах глобалізації та жорсткої

конкуренції мова має йти також про стратегічні ресурси, що забезпечують досягнення підприємству конкурентних переваг, зокрема, технології, патенти, інтелектуальні ресурси тощо [10].

Наступним є визначення поняття економічного потенціалу. Під економічним потенціалом в тлумачних виданнях розуміють сукупність економічних можливостей держави, які можуть бути використані для забезпечення потреб суспільства [3]. При цьому вважається, що економічний потенціал відображає економічну могутність країни, рівень розвитку продуктивних сил, обсяг національного багатства, рівень розвитку науки і техніки, культури і освіти тощо. Щодо наукових видань, то в літературі є досить багато публікацій з різними поглядами стосовно розуміння сутності категорії економічний потенціал. На основі ґрунтовного їх вивчення визначено сутність категорії “економічний потенціал” як сукупні можливості суспільства формувати і максимально задовольняти потреби в товарах та послугах в процесі соціально-економічних відносин з приводу оптимального використання існуючих ресурсів [12]. При цьому автори пропонують на рівні підприємства використовувати поняття підприємницький потенціал як сукупність можливостей підприємства визначати, формувати і максимально задовольняти потреби споживачів в товарах (послугах) в процесі оптимальної взаємодії з оточуючим середовищем та раціонального використання ресурсів. Згоджуючись з таким трактуванням категорії економічний потенціал, вважаємо за доцільно вести мову про конкурентний економічний потенціал як стратегічну складову підприємства, що забезпечує конкурентоспроможність підприємства.

Заслужує на увагу визначення потенціалу підприємства як сукупність реалізованих і нереалізованих можливостей ресурсів і компетенцій підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів [7]. До суб'єктних складових підприємства автори відносять науково-технічний потенціал, управлінський потенціал, потенціал організаційної структури управління, маркетинговий потенціал.

Наступним етапом є визначення сутності маркетингового потенціалу. Маркетинговий потенціал є невід'ємною частиною загального потенціалу підприємства, що відповідає за забезпечення постійної конкурентоспроможності товару підприємства на ринку. Від його рівня розвитку залежить ефективність використання виробничого, фінансового, інформаційного та інших потенціалів підприємства [13, с. 127]. Слід зазначити, що маркетинговий потенціал забезпечує не лише конкурентоспроможність товару, як указують автори, а й підприємства в цілому та сприяє формуванню стратегічних конкурентних переваг.

Щодо визначення маркетингового потенціалу, в літературі є ряд різних визначень. За Ф. Котлером, маркетинговий потенціал — це сукупна здатність маркетингової системи забезпечувати його постійну конкурентоспроможність, економічну й соціальну кон'юнктуру його товару на ринку, завдяки проведенню ефективних маркетингових заходів у сфері дослідження

попиту, товарної, цінової, комунікативної і збутової політики, а також організації стратегічного планування й контролю за якістю товару, поведженням конкурентів і споживачів на ринку [6]. Л. Мороз та Т. Лебідь вважають, що маркетинговий потенціал підприємства визначається його реальними можливостями в тій чи іншій сфері соціально-економічної діяльності, причому не лише реалізованими, але й нереалізованими з певних причин. Разом вони формують сукупну можливість підприємства, яка значною мірою, визначає рівень його конкурентоспроможності [7]. Маркетинговий потенціал розглядається також як система можливостей підприємства інтегрувати всі його наявні та латентні ресурси для задоволення потреб споживачів, підвищуючи власну конкурентоспроможність [14].

Заслуговує на увагу розгляд маркетингового потенціалу з позиції процесно — компетентнісного підходу, за яким маркетинговий потенціал фокусується на взаємозв'язку окремих дій, кожна з яких є процесом, а орієнтація на ключові компетенції, у свою чергу, дозволить здійснювати управлінські дії, що орієнтовані на формування і підтримку ключових факторів, які впливають на формування, управління і використання маркетингового потенціалу підприємства, а також сприятиме створенню ефективної стратегії управління та підвищенню на основі цього результативності діяльності підприємства [1].

Для практичної реалізації маркетингового потенціалу необхідно визначити функціональні його складові. Так, за Є. Поповим маркетинговий потенціал — це сукупність засобів та можливостей підприємства в реалізації маркетингової діяльності і функціонально представляє суму методичних, людських, матеріальних та інформаційних ресурсів, що забезпечують маркетингову діяльність [9]. Більш точноше дається наступне функціональне визначення складових маркетингового потенціалу підприємства: потенціал маркетингового персоналу; маркетингового інструментарію (методичний); маркетингових ресурсів та маркетингових інтелектуальних активів, що комплексно розкривають сутність та змістовне навантаження даного поняття [14].

Для розуміння конкурентоспроможного маркетингового потенціалу промислових підприємств доцільно враховувати особливості маркетингу промислових підприємств. Зокрема, промисловий маркетинг в значно більшій мірі є обов'язком керівника, ніж споживчий. Тому саме керівництво підприємства розробляє стратегічний курс і вимагає його виконання співробітниками всіх відділів. Функціональна взаємозалежність відділу маркетингу з іншими службами, зокрема, виробничою, технологічною, технічною, НДДКР обумовлює більш тісний зв'язок маркетингу з корпоративною стратегією. Взаємозалежність покупця і продавця обумовлюють необхідність стратегічного партнерства з клієнтами. формування партнерських мереж, що побудовані, в тому числі, на особистих контактах керівника та персоналу [8, с. 26–35].

Маркетинговий потенціал повинен мати запас можливостей для протидії несприятливим умовам зовнішнього середовища і досягнення найбільшої ефективності при найменших витратах сил. Одним із різновидів мож-

ливостей є компетентність, що засновується на навичках, знаннях, уміннях керівників і спеціалістів компанії та компетенції [2, с. 265–266], причому для маркетингу промислових підприємств з урахуванням їх особливостей ці складові стають найбільш значимими. Компетенції за тлумачними виданнями — це сфера знань, коло питань, в яких хтось добре обізнаний. Компанії мають цілий ряд компетенцій, однак вони не є конкурентною перевагою, бо легко копіюються конкурентами. Відомо, що конкурентною перевагою є така цінність, що перевершує запропоновану іншими конкурентами, має бути унікальною і ексклюзивною. Основні уміння більш високого порядку — це партнерство, вміння постійно навчатися і інноваційність, які складно піддаються імітації [11, с. 1084–1085]. Для забезпечення конкурентних переваг потрібно розвивати основну ключову компетенцію, що має наступні характеристики: є джерелом конкурентної переваги; застосовується на різних ринках та складно піддається відтворенню конкурентами [5, с. 67]. Термін “ключові компетенції” за Г. Хемелом і К. Прахалада — це: навички та вміння, що дають споживачам фундаментальні вигоди та набір вмінь і технологій, накопичені в організації знання, які стають основою успішної конкуренції [4]. Виходячи з цього, основним завданням для промислових підприємств України з метою підвищення їх конкурентоспроможності має стати формування і розвиток конкурентоспроможного маркетингового потенціалу і, зокрема, ключових компетенцій та компетентності керівників і спеціалістів підприємства.

Висновки. Проведені дослідження дають підстави зробити висновок про те, що вивчення маркетингового потенціалу промислових підприємств включає наступні етапи, зокрема, визначення суті потенціалу, економічного потенціалу, маркетингового потенціалу та його складових, маркетингового стратегічного потенціалу промислових підприємств. Останній крім загальних складових має включати ключові компетенції та компетентність персоналу.

Література

1. Герасимчук В. В., Кузьменко О. Ю. Маркетинговий потенціал підприємства в умовах сучасного ринку — Вісник Чернігівського державного технологічного університету. — Режим доступу: <http://vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcl&j=31&id=23>
2. Дж. О’Шонесси. Конкурентный маркетинг: Стратегический поход / Пер. с англ. под ред. Д. О. Ямпольской. — СПб.: Питер, 2002. — 864 с.
3. Економічна енциклопедія. — Режим доступу: <http://slovopedia.org.ua/38/53407/383139.html>
4. Ключевые компетенции. ru/40. — Режим доступу: <http://marketopedia-klyuchevye-kompetencii.html>
5. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг-менеджмент. 12-е изд. — СПб.: Питер, 2009. — 816 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга; [пер. с англ. В. Боброва] / Ф. Котлер. — М.: Прогресс, 2001. — 752 с.

7. Мороз Л. А., Лебідь Т. В Стратегічний аналіз маркетингового потенціалу підприємства. 2009. — Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/2741/1/30.pdf>
8. Основы промышленного маркетинга / Фредерик Уэбстер. — Издательский Дом Гребенникова, 2005. — 416.
9. Попов Е. В. Потенціал маркетинга підприємства // Маркетинг в России и за рубежом, 1999.
10. Потенциал предприятия. — Режим доступа: www.Grandars.ru
11. Пратхар Обурай, Майкл Дж. Бейкер. Стратегические альянсы и сотрудничество поставщиков – Маркетинг / Под ред. Бейкера. — СПб.: Питер, 2002. — 1200 с.
12. Степанов А. Я., Иванова Н. В. Категория “потенциал” в экономике. — Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a66.htm>
13. Телишевська Л. І., Комишан О. І., Сергєєв С. С. Маркетинговий потенціал у підвищенні прибутковості підприємства — Механізм регулювання економіки, 2012. — № 3. — С. 126–132.
14. Яловега Л. В. Формування маркетингового потенціалу молокопереробних підприємств. Автореф. на здоб наук. ступеня к. е. н. — К., 2015.

ОБОСНОВАНИЕ ОБЩЕЙ ТЕОРИИ РЕФОРМ

В современной науке вполне устоялись положения об ускорении и усложнении общественного развития. При этом возрастает значение управления социальными изменениями, которые нередко носят стихийный революционный характер и сопровождаются серьезными потрясениями. Поэтому усиливается потребность обеспечения перемен посредством реформ, которые, с одной стороны, представляют собой целенаправленные институциональные изменения, осуществляемые субъектами-реформаторами, а, с другой стороны, они выступают процессами, в которых доминируют созидательные изменения, а разрушительные последствия минимизированы.

В истории человечества накоплен огромный опыт проведения реформ различными странами и народами в различных сферах общественной жизни. Однако богатая и разноплановая мировая практика как удачных, так и провальных реформ остается неосмысленной. Не сложилась общая теория реформ, которая должна дать ответы на такие вопросы, как: сущность и социальная обусловленность реформ, их предпосылки, концептуально-методологические основы, содержание и технологии, закономерности реализации и тенденции исторического развития реформаторской деятельности.

Не получили завершения отраслевые теории реформ: теория экономических реформ, теория политических реформ, теория реформ в сфере культуры и духовности, теория научно-технических реформ, теория управленческих реформ и т. п. Однако наработки в отраслевых реформах более весомы. При фактическом отсутствии серьезных разработок общей теории реформ имеется довольно разнообразная литература, которая посвящена экономическим реформам, административной реформе, реформированию управления. Но она не обладает необходимым уровнем обобщенности, что позволяет использовать только отдельные положения понимания отраслевых реформ на уровне общей теории реформ.

Аргументами необходимости создания общей теории реформ выступают:

1. Разрозненность, несистемность, многоаспектность, многоотраслевой характер знания о реформах.
2. Распространенность заблуждений, псевдонаучных представлений относительно реформ.
3. Падение авторитета реформ, их поддержки со стороны гражданского общества.

4. Значительные утраты общества от суррогатизации реформ.
5. Рост цены успешных реформ.
6. Аппендиксный характер развития в условиях отсутствия реформ.
7. Опасность игр с управляемым хаосом, который чаще всего оказывается неуправляемым.
8. Замещение реформ революциями, которые приносят значительные разрушения и утрату возможностей.

Значительный вклад в формирование основ общей теории реформ внес М. Вебер, который создал теорию целерациональной деятельности, рациональной бюрократии, обосновал влиятельную роль протестантской этики в экономической активности [1], которые определили один из важнейших базовых концептов теории реформ.

Й. Шумпетер ввел в науку понятия “нововведение” и “инновация”, “созидательное разрушение”, дал типологию нововведений и связал их с темпами экономического развития [16]. Это позволяет рассматривать инновационную деятельность как основу реформирования.

Т. Парсонс заложил основы социологической теории функциональных изменений [4]. П. Штомка, обосновал типологию изменений и ввел в оборот термин “травмы изменений” [15]. Их разработки закладывают фундамент общей теории реформ, поскольку под реформой понимается некоторая специфическая разновидность социального изменения.

Значительна роль Э. Гидденса в формировании общей теории реформ его разработкой концепта структурирования общества [2].

Ф. Фукуяма, обосновал ключевую роль в обновлении общества институционализации доверия, без которого невозможна успешная реформаторская деятельность. Он писал: “Если люди, работающие вместе в одной компании, доверяют друг другу в силу общности своих этических норм, издержки производства будут меньше. Общество, где это происходит, имеет больше возможностей внедрять новые формы организации, поскольку высокий уровень доверия позволяет возникать самым разнообразным типам социальных контактов” [13, с. 55].

В. М. Полтеревич, разрабатывающий элементы теории экономических реформ, обращает внимание на институциональную природу реформ, в основе которых лежат институциональные изменения. Он описал эффект “институциональной ловушки”, которая проявляется в том, что неэффективная устойчивая норма или институт имеют самоподдерживающийся характер, благодаря которому они могут сохраниться и после внешнего реформаторского воздействия [7, 8]. В. Л. Тамбовцев заложил основы институционального проектирования реформ [12].

Значительный вклад в общую теорию реформ внесли многочисленные сторонники теории модернизации. Они рассматривают общественно-экономическое и политическое развитие как процесс перехода от стабильного аграрного “традиционного” общества к непрерывно меняющемуся современному индустриальному обществу (Э. Дюркгейм, К. Маркс, Ф. Теннис,

Ч. Кули, Г. Мейн, Т. Парсонс, Э. Шилз и др.). И. В. Побережников осмысливает теоретико-методологические проблемы перехода от традиционного общества к индустриальному обществу, источники и механизмы модернизации [5, 6].

Среди практических проблем модернизации наиболее существенной выступает утрата национальных особенностей благодаря вестернизации (Ш. Айзенштадт) и европоцентризму — идеологии и политике, базирующейся на идее превосходства европейских стран и западноевропейской цивилизации над другими народами и цивилизациями в культуре, образе и уровне жизни и роли в истории. Следует подчеркнуть, что как сторонники европоцентризма (М. Ф. А. Вольтер, И. Г. Гердер, Г. В. Ф. Гегель, Н. С. Трубецкой, А. И. Герцен и др.), так и его противники (Н. Я. Данилевский, С. Г. Карамурза, Э. Левинас, Ж. Деррида и др.) внесли существенный вклад в понимание цивилизационных векторов модернизации и социальных изменений вообще.

Идея многомерности модернизации получила освещение в работах Н. Смелзера [10]. Проблемы догоняющего развития поднял Ф. Лист. Теория “шоковой терапии”, которая была воплощена в программу “Скачок в рынок”, разработанную летом 1989 года Дж. Саксом в сотрудничестве с Д. Липтоном при финансировании работы над ней Фонда Дж. Сороса, раскрыла жесткие технологии модернизации хирургического характера [9].

В основе различных моделей современного реформирования лежат модели экономики: консервативная, либеральная и социал-реформистская, которые обусловлены особенностями развития страны. Консервативный вариант (Л. Мизес, Ф. Хаек, М. Фридман и др.) предусматривает ограничение вмешательства государства в макроэкономические процессы с целью развития частного сектора и рыночных регуляторов экономики. Либеральная модель смешанной экономики (Дж. Гелбрейт, Р. Хейлброннер и др.) основывается на системе национального планирования и социализации капиталистической экономики. Концепции социал-реформизма базируются на идеях демократического социализма, государственного регулирования, участия трудящихся в управлении, социальной справедливости. Типичным примером здесь является английский лейборизм, который отражает социалистическое направление рабочего движения Великобритании, синтезирует марксизм с идеями С. Вебба — идеолога Фабианского союза.

Возможность формирования общей теории реформ может стать реальностью потому, что в современном информационном пространстве содержится довольно много эмпирического материала относительно реформ в различных странах в последнее десятилетие: Сингапуре, Грузии, Польше и др. Однако эти описания не лишены политического мифотворчества. На наш взгляд, неоправданной является идеализация польской шоковой реформы как единственного типа успешной реформы [14].

Несмотря на значительный вклад указанных исследователей в общую теорию реформ, она еще далека до завершения. Огромное разнообразие ис-

следовательских подходов нуждается в теоретическом синтезе на уровне осознания конечности разнообразия социальных изменений, которые лежат в основе реформ, самих социальных реформ, а также реформаторов как основных субъектов реформаторской деятельности.

На наш взгляд, общая теория реформ представляет собой формирующийся комплекс знаний, отражающий различные аспекты понимания сущности реформы, ее роли в обществе, закономерностей реализации и развития. В структуре общей теории реформ выделяются:

1. Теоретико-методологические основы реформ, включающие понятие реформ, их категориально-понятийную систему, ценностно-смысловые аспекты, роль и функции в обществе, основные концепции реформ и их возможности, принципы и подходы к реформам.
2. Экономические, социальные, нормативно-правовые и духовные предпосылки реформ, их возможность, необходимость, целесообразность, национальные и глобальные благоприятные факторы реформ и противодействия им, роль элит и гражданского общества в преобразованиях.
3. Архитектура реформы, ее структура и общая технология, реформаторская деятельность, ее пространственно-временной континуум, риски, позитивные результаты, негативные последствия и “травмы реформ”.
4. Разнообразие реформ, их типология, диалектика общего и особенного, отраслевые и национальные особенности реформ, успешные и неуспешные реформы, цена и ценность реформ.
5. Реформаторы как субъекты реформ, их типология, роль в реализации реформ, требования к реформаторам и их командам, исторические судьбы.
6. Механизмы, технологии, инструменты реформ, нормативно-правовая, информационно-аналитическая, кадровая и ресурсная обеспеченность реформ, стратегическое планирование и проектный менеджмент, мониторинг и научное сопровождение реформ.
7. Закономерности реформ, определяющие их системность и целостность, новаторский потенциал, степень его реализации, воздействие различных факторов, тенденции трансформации закономерностей в аспекте цивилизационных, глобальных та национальных вызовов.

Проведенное исследование позволяет сделать такие выводы:

Во-первых, проведение исследований в рамках общей теории реформ очень актуально для накопления интеллектуального капитала, необходимого при проведении реформ.

Во-вторых, общая теория реформ дает ответы на такие вопросы, как: мировоззренческие аспекты реформ, их типология и типология реформаторов, общая технология реформ и их закономерности и др.

Перспективы дальнейших исследований общей теории реформ охватывают значительный комплекс вопросов, наиболее важными среди которых выступают: понятийно-категориальный аппарат реформ, соотношение

внутренний и внешних условий реформ; эффективность управления реформами; осмысление опыта реформ в различных странах; трансформация реформ в процессе развития общества и др.

Литература

1. Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем. / Сост. Ю. Н. Давыдов / М. Вебер. — М.: Прогресс, 1990. — 804 с.
2. Гидденс Э. Конструирование общества: Очерк теории структурирования // Западная теоретическая социология 60–80 гг. / Э. Гидденс. — М., 1989. — С. 34–42.
3. Кравченко С. О. Державно-управлінські реформи: теоретико-методологічне обґрунтування на напрями впровадження: монографія / С. О. Кравченко. — К.: НАДУ, 2008. — 296 с.
4. Парсонс Т. Функциональная теория изменения / Т. Парсонс // Американская социологическая мысль: Тексты / Под ред. В. И. Добренькова. — М.: Издание Международного университета Бизнеса и Управления, 1996. — С. 478–493.
5. Побережников И. В. Переход от традиционного к индустриальному обществу: теоретико-методологические проблемы модернизации / И. В. Побережников. — М.: РОССПЭН, 2006. — 240 с.
6. Побережников И. В. Модернизация: теоретические и методологические проблемы / И. В. Побережников // Экономическая история. Обзорение / Под ред. Л. И. Бородкина. Вып. 7. — М., 2001. — С. 163–169.
7. Полтеревич В. М. На пути к новой теории реформ / В. М. Полтеревич [Электрон. ресурс]. — Режим доступа: esdek.narod.ru/3/polterovitsch2.htm
8. Полтеревич В. М. Элементы теории реформ / В. М. Полтеревич. — М.: Экономика, 2007. — 448 с.
9. Сакс Дж. Рыночная экономика и Россия. Пер. с англ. / ВВСМРМ / Дж. Сакс. — М.: Экономика, 1994. — 331 с.
10. Смелзер Н. Социология: пер. с англ. / Н. Смелзер. — М.: Феникс, 1998. — 688 с.
11. Судьбы реформ и реформаторов в России: Учебное пособие. — М.: Изд-во РАГС, 1999. — 374 с.
12. Тамбовцев В. Л. Основы институционального проектирования: Учеб. пособие / В. Л. Тамбовцев. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 144 с.
13. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: Пер. с англ. / Ф. Фукуяма. — М.: ООО “Издательство АСТ”: ЗАО НПП “Ермак”, 2004. — 730 с.
14. Шок и трепет. Реформы в Польше [Электрон. ресурс]. — Режим доступа: korrespondent.net/business/national_idea/1212351-shok-i-trepet
15. Штомпка П. Социология социальных изменений / Пер. с англ. под ред. В. А. Ядова / П. Штомпка. — М.: Аспект Пресс, 1996. — 414 с.
16. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / Й. А. Шумпетер. — М.: Издательство: Директ-Медиа, 2007. — 400 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО СУПРОВОДУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Маркетинг у сфері вищої освіти починає грати роль інструмента ефективної політики на ринку освітніх послуг, стає невід'ємною частиною менеджменту ВНЗ (проведення спеціальних досліджень ринку, використання різних засобів комунікацій маркетингових каналів, що займаються просуванням інформації про освітні послуги й їхньою реалізацією).

Різностороннім питанням теорії маркетингу, маркетингового супроводу у вітчизняній і зарубіжній економіці присвячені роботи Г. Барієва, І. Беляєвського, А. Костеріна, Е. Кузьміної, В. Федько, П. Фішберна, Дж. Бредлі, М. Мак-Дональда, С. Дібба, Л. Сімкіна та ін. У дослідженні маркетингу специфічної сфери послуг, невід'ємною частиною якої є освітній сектор, великий внесок внесли роботи Ф. Котлера, С. Лавлока, К. Макконела, Г. Клейнера, І. Балабанова, С. Петрової та ін.

Головне призначення маркетингу — забезпечити стійкий потік споживачів товарів, робіт, послуг, що виробляються. Немає споживача — немає підприємця. У цій короткій формі зосереджена суть бізнесу — будь-якої цілеспрямованої діяльності, орієнтованої на одержання прибутку. З дією цього основного закону ринкової економіки ми зустрічаємося безпосередньо у своєму повсякденному житті: від придбання товарів щоденного вжитку до одержання послуг — транспортних, житлово-комунальних, медичних, освітніх, а також багатьох інших.

Однак у сфері освіти маркетинг не можна розглядати лише як інструмент одержання прибутку. У таких сферах, як освіта, наука, культура, мистецтво, маркетинг має як комерційний, так і некомерційний характер. Освітній маркетинг націлений як на створення й успішне просування і реалізацію конкретних продуктів, так і на створення сприятливого й широкого соціального ефекту. Підвищення рівня освіченості членів суспільства не тільки створює прямі можливості для збільшення виробництва матеріальних благ, але й допомагає нейтралізації негативних суспільних явищ.

Маркетинг як філософія учасників ринкових відносин не є філософією понять чи вчень. Це елемент їх свідомості, що співвідноситься зі стилем життя на ринку. Для виробників послуг, зокрема освітніх, міра прихильності до маркетингу як філософії ринку втілюється в ступені переходу від виробничо-збутової орієнтації фірми до ринкової, маркетингової орієнтації.

Для освітніх установ основні відмінності між цими типами орієнтації полягають у такому [1].

При виробничій орієнтації:

1. Надаються тільки ті послуги, які традиційні для цієї освітньої установи або які покладені на неї керівними органами вищої школи, системи освіти, запитамі регіону.

2. Асортимент регіонального ринку освітніх послуг досить вузький, традиційний, повільно відновляється. Самі освітні процеси й технології надання освітніх послуг негнучкі, важко переналагоджуються.

3. Ціни на послуги формуються відповідно до нормативів витрат, затверджених вищими органами, а також відповідно до затвердженого плану прийому студентів і фактичних величин фінансування ВНЗ. Поняття прибутку або відсутнє, або вводиться в обіг як певний рівень (наприклад, рентабельності) з орієнтиром на собівартість освітніх послуг. Усе це, втім, не заважає освітнім установам довільно визначати ціни на окремі послуги.

4. Керують освітньою установою, як правило, фахівці певного профілю підготовки, які часто не компетентні в кон'юнктурі освітніх послуг, у питаннях регіональної економіки.

5. Реклама й інші форми комунікацій зі споживачами й можливими посередниками під час просування послуг на регіональний ринок освіти не розвинені, тому що розподіл і збут раніше відбувалися централізовано, а тепер передані в руки самих випускників.

6. Науково-педагогічні дослідження мало пов'язані з потребами й особливостями конкретних груп потенційних споживачів освітніх послуг.

7. Функції керівництва комерційними відносинами установи з іншими учасниками ринку фактично покладені на проректора з адміністративно-господарської роботи або на комерційний відділ, тобто на співробітників, далеких від основного профілю діяльності установи.

Ринкова орієнтація освітньої установи передбачає прямо протилежні установки й рішення щодо перерахованих аспектів її діяльності:

1. Надаються (виробляються) тільки (переважно) ті освітні послуги, які користуються й будуть користуватися, з урахуванням лага часу на надання послуг, попитом на регіональному ринку. Відповідно до цього здійснюється перебудова потенціалу й усієї системи роботи освітньої установи.

2. Асортимент продукції ринку освітніх послуг досить широкий і інтенсивно обновляється з урахуванням вимог суспільства, науково-технічного прогресу. Відповідно процеси і технології надання послуг гнучкі, легко переналагоджувані.

3. Ціни на освітні послуги формуються під значним впливом регіонального ринку та конкурентів, що діють на ньому, величини платоспроможного попиту. При цьому стрижневим компонентом цінової політики установи виступає не сама по собі ціна продажу освітньої послуги, а разом з нею величини прогнозованого ефекту й необхідних додаткових витрат споживачів на використання послуги, включаючи і процеси їх засвоєння.

4. Комунікаційна діяльність ведеться активно, спрямована на конкретні цільові групи споживачів освітніх послуг, на можливих посередників. Промовання й продаж освітніх послуг децентралізовані.

5. У керівництві освітньої установи стратегічні рішення готуються й ухвалюються людьми, компетентними в кон'юнктурі освітніх послуг, у питаннях регіональної економіки. У зв'язку з цим може бути введена посада проректора (заступника директора) освітньої установи з маркетингу, який керує в тому числі комерційною діяльністю установи.

6. Науково-педагогічні дослідження ведуться як за профілем установи, такі і в сфері досліджень і прогнозування кон'юнктури ринку освітніх послуг, у тому числі відповідного профілю.

7. В організаційній структурі установи формується підрозділ (відділ, служба, група) маркетингу, що несе відповідальність за комерційні успіхи й імідж установи й володіє повноваженнями контролювати й ефективно забезпечувати виконання своїх рекомендацій функціональними й іншими підрозділами установи.

Можна виділити п'ять основних концепцій маркетингу, що лежать в основі роботи організації на ринку: виробничо-орієнтовна (початок ХХ ст.), продуктова концепція (початок ХХ ст.), концепція орієнтації на продажі (30–40-ті роки ХХ ст.), концепція маркетингу (П. Друкер, початок 50-років ХХ ст.), концепція соціально-етичного маркетингу (Ф. Котлер, середина 80-х років ХХ ст.).

Згідно з виробничо-орієнтованою концепцією споживачі віддають перевагу доступним і дешевим продуктам, а головне завдання організації полягає у високій ефективності виробництва продукції та її оптимальному розподілі.

Стосовно маркетингу освіти ця концепція може виступати у вигляді концепції вдосконалення діяльності освітньої установи, яка передбачає, що споживачі будуть зацікавлені в освітніх послугах, доступних через їхню низьку ціну. Тоді завдання, яке стоїть перед керівництвом освітньої установи, — зростання економічної ефективності як основи для зниження ціни. Така концепція цілком виправдана у двох випадках: в умовах обмеженої платоспроможності населення, коли низький рівень доходів не дозволяє споживачам оплачувати дорогі освітні послуги; коли попит на освітню послугу перевищує пропозицію, тобто необхідне збільшення набору на якусь спеціальність.

Негативні риси і наслідки використання цієї концепції — зниження якості освітніх послуг, перетворення освітньої установи в конвеєр для виробництва дипломів.

Прихильники продуктової концепції вважають, що споживачі віддають перевагу товарам найвищої якості, а тому організації прагнуть до виробництва високоякісної продукції. Однак вдосконалення не завжди вносяться з урахуванням думки потенційних покупців. Для сфери освіти продуктова концепція одержала назву концепції підвищення якості освітніх послуг.

Вона виходить з того, що споживач надає перевагу освітнім послугам високої якості. Прикладом влучного використання цієї концепції є програма MBA (елітарна програма для керівників). Концепція вдосконалення послуг доцільна в умовах високої індивідуалізації попиту, коли існує частина споживачів, що потребують освітніх послуг підвищеної якості. У цьому випадку важливо правильно оцінити платоспроможність споживачів.

Негативні наслідки використання зазначеної концепції — “маркетингова короткозорість”, що не враховує потреб громадян.

У рамках концепції орієнтації на продажі стверджується, що споживачі не будуть купувати продукцію, що не випускається компанією, якщо не вести агресивну політику продажів. Основні зусилля організації слід зосередити на рекламі та просуванні товарів до потенційних споживачів. Саме тут найактивніше удосконалюються різноманітні технології торгівлі, ведеться пошук нових груп потенційних покупців. Орієнтація на продажі широко застосовується в некомерційній сфері (різними благодійними фондами, політичними партіями й освітніми установами). Для освітньої установи ця концепція актуальна в умовах надвиробництва, коли метою є не забезпечення потреб громадян в одержанні якісної і сучасної освіти, а підтримання попиту на спеціальності, що втрачають свою привабливість. Багато організацій починають придивлятися до цієї концепції, коли зазнають труднощі зі збутом, коли з'являються ознаки надвиробництва.

П. Друкером були сформульовані основні положення концепції загального маркетингу (споживча концепція), у яких зазначено, що досягнення цілей організації залежить від успіху у вивченні запитів споживачів і задоволення їх найбільш повно й ефективно порівняно з конкурентами [2; 3]. Ця концепція визначила як новий об'єкт уваги потреби споживача. Беручи за основу маркетингу споживчу концепцію, освітня установа виявляє потреби й запити громадян, прогнозує їхню поведінку й визначає потенційні можливості попиту, а потім, діючи в рамках системи комплексу маркетингу, забезпечує бажане задоволення попиту на ті або інші освітні послуги.

У концепції соціально відповідального (етичного) маркетингу, родоначальником якої є Ф. Котлер, організація не тільки повинна найбільш повно задовольняти виявлені запити споживачів, роблячи це більш ефективно, ніж конкуренти, але також підтримувати й поліпшувати добробут як окремих споживачів, своїх службовців, так і суспільства загалом [2]. Ця концепція вимагає збалансованої взаємодії трьох факторів: успішного досягнення організацією поставлених цілей, рівня задоволення запитів споживачів і врахування інтересів суспільства. Соціальна спрямованість діяльності освітніх установ створює умови для вирішення широкого кола суспільно значущих проблем, урахуває суспільні інтереси. Елементи соціально відповідального маркетингу, що сприяють затвердженню соціальної відповідальності й етики освітніх установ, є ключовим чинником формування іміджу ВНЗ, поза яким ефективна діяльність на ринку освітніх послуг, як правило, неможлива.

Кожна із цих концепцій, що відповідає певній філософії управління, залежно від поглядів керівництва, специфіки виробничо-збутової діяльності та ринкових умов тією чи іншою мірою застосовується у цей час.

Домінуючі концепція маркетингу й концепція орієнтації на продажі не дозволяють освітнім установам успішно розвиватися в умовах ринку, оскільки вони не орієнтовані на необхідність поєднання інтересів споживачів, виробників освітніх послуг і суспільства загалом, що, на наш погляд, є в сучасних умовах найбільш важливим фактором розвитку установ вищої професійної освіти в конкретному соціально-економічному середовищі. Пріоритетною повинна стати концепція соціально відповідального маркетингу.

На думку Дж. Д. Маккорті [4], такі організації, як ВНЗ, повільно приймають концепцію маркетингу й повільно розуміють необхідність використання його принципів та інструментів. Однак, за словами М. Кінела й Д. Макдугала [5], ВНЗ й організації, що опираються переважно на існуючі традиції й стабільне державне фінансування, змушені в сучасних умовах уподібнитися підприємствам, які можуть і збанкрутувати, якщо не будуть враховувати зміни, що відбуваються в навколишньому середовищі. У роботі В. Сарджента [6] висловлена думка про те, що ВНЗ не тільки будуть конкурувати один з одним, прагнучи залучити студентів, але й усе більше залежати у фінансуванні своєї діяльності від диференціації й диверсифікації пропонованих продуктів і послуг. Багато ВНЗ уже усвідомило необхідність маркетингової діяльності, тому ряд англійських університетів, за свідченням М. Кінела і Д. Макдугала, уже мають відділи маркетингу, укомплектовані професійними співробітниками.

Американська асоціація маркетингу проводить щорічні симпозиуми з питань маркетингу вищої освіти. В 1997 році на восьмому симпозиумі серед проблем, що обговорювалися, були розглянуті такі важливі питання, як розробка маркетингового плану, позиціонування державного університету, реклама ВНЗ, методи виміру ефективності маркетингових зусиль ВНЗ, форма подання інформації про ВНЗ, що найбільш підходить різним групам абітурієнтів тощо.

Цей акцент на практичному аспекті маркетингу освіти проглядається й в інших публікаціях. Б. Девіс і Л. Елісон [7] визначають маркетинг освіти як “засіб, за допомогою якого школи активно інформують і просувають свої цілі, цінності й продукти учням, батькам, персоналу і суспільству”. У своїй роботі вони детально розглядають такі питання, як контактні аудиторії навчального закладу, особливості маркетингових досліджень його мікро- і макросередовища, однак не дають чіткого визначення, що ж, власне, є предметом маркетингу, продуктом навчального закладу.

Маркетингова діяльність здійснює комунікацію університету із зовнішнім середовищем щодо його очікувань від освітніх послуг. Як внутрішнє прагматичне завдання маркетинг дозволяє здійснювати прогнозування й проектування набору студентів на навчання за напрямками (спеціальностями) професійної підготовки, а також їх працевлаштування після завершення навчання.

Маркетинг має диференційований характер для кожного напрямку (спеціальності) підготовки залежно від ситуації на ринку освітніх послуг або на ринку праці:

а) підтримуючий маркетинг — використовується для забезпечення якості підготовки за тими традиційними для університету спеціальностями, для яких зберігається стійкий попит на фахівців;

б) маркетинг, що розвивається, — використовується для поліпшення якості освітньої діяльності університету шляхом введення нових спеціальностей, на які формується попит і є потенційні замовники;

в) стимулюючий маркетинг — використовується для підтримки якості в умовах скорочення або зниження попиту на спеціальність. Здійснюється деканатом із залученням фахівців випускаючої кафедри у випадках, якщо підтримуючий маркетинг дав негативні результати; г) конверсійний маркетинг — використовується для поліпшення якості в умовах негативного попиту — заперечення замовником потреб у фахівцях, підготовку яких університет готовий розпочати.

Як специфічну функцію маркетингу у вищій освіті можна виділити діяльність, спрямовану на вивчення попиту на фахівців різного профілю. Безпосередній предмет подібних досліджень — сфера ринкових відносин “ВНЗ — студент — підприємство” у системі вищої освіти. ВНЗ необхідно на найближчі роки знати, фахівців яких нових професій і перспективних науково-інноваційних напрямів вони мають готувати для нової економіки, які підприємства готові брати на роботу молодих фахівців, скільки вони заплатять за їхню підготовку і який необхідний рівень якості підготовки останніх. Задовольняючи потреби підприємств у молодих фахівцях, організації системи вищої школи одержують можливість не тільки зростання доходів, але, й, зрештою, зміцнення свого положення в цій системі.

Література

1. Сагинов, К. А. Маркетинг образовательных услуг региона [Текст] / К. А. Сагинов // Маркетинг в России и за рубежом. — 2003. — № 5. — С. 125–131.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент [Текст]: пер. с англ. / Ф. Котлер; под ред. О. А. Третьяк. — СПб.: Питер, 1999. — 896 с.
3. Мельниченко, Л. Н. Эволюция маркетингового управления, основные этапы и современные тенденции [Текст] / Л. Н. Мельниченко // Маркетинг. — 1999. — № 5. — С. 3–16.
4. McCorta, J. D. Framework for evaluating the relational extent of a relationship marketing strategy: the case of nonprofit organizations / J. D. McCorta // Journal of Direct Marketing. — 1994. — № 8(2). — P. 53–65.
5. Kinnell, M. Marketing in the Not-for-Profit Sector / M. Kinnell, J. MacDougal. — London: Butterworth Heinemann, 1997.
6. Sargent, V. Back to school / V. Sargent // Marketing Business. — 1993. — March. — P. 18–21.
7. Davies, B. Strategic Marketing for Schools / B. Davies, L. Ellison. — London: Pitman Publishing, 1997.

О. Х. ЮЛДАШЕВ

д-р юрид. н., проф., ІІІ МАУП

П. В. БОЧКОВ

здобувач каф. цив.-прав. дисц., ІІІ МАУП

РОЗВИТОК НЕКОМЕРЦІЙНОЇ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ОДНА З УМОВ НАБЛИЖЕННЯ ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ

У відповідності з господарським законодавством під некомерційною господарською діяльністю розуміється господарська діяльність, що здійснюється без мети отримання прибутку. Така діяльність протиставляється підприємницькій, орієнтованій, насамперед, на отримання прибутку і здійснюється суб'єктами господарювання переважно недержавного сектора. У рамках державного або комунального секторів економіки некомерційна господарська діяльність розглядається як єдино можлива лише в галузях (видах діяльності), в яких забороняється підприємництво. Такого роду заборони встановлюються, як відомо, на підставі закону або рішення відповідного органу державної влади або органу місцевого самоврядування.

Громадські об'єднання, асоціації та інші види недержавних некомерційних організацій, відомі на Заході як неурядові (англ. Non-governmental organization, скорочено NGO). Такого роду організації, як відомо, охоплюють практично всі галузі життя людини — економіку, політику, науку, культуру, освіту. Ефективність розгалуженої мережі молодіжних, професійних, дитячих, жіночих, ветеранських, релігійних та інших організацій, пенсійних, благодійних фондів, фондів культури, науки, недержавних освітніх установ в життєдіяльності суспільства проявляється в наступному. По перше, вони, створюючи основу громадянського суспільства, направляють енергію громадян на творчу діяльність. Це знижує соціальну напруженість у суспільстві. Розвиненість (у кількісному і якісному значеннях) громадянського суспільства є вирішальним стабілізуючим фактором, гарантом демократичного шляху розвитку держави. По-друге, важливість розвитку некомерційної господарської діяльності полягає в тому, що, будучи спрямованою навіть на виробничі цілі, вона не переслідує завдань максимізації прибутку “заради самого прибутку”. Головним є досягнення статутних цілей некомерційної організації. А такого роду цілі полягають, насамперед, у задоволенні перш за все нематеріальних суспільних потреб, а також (у другу чергу) потреб населення регіону, тієї чи іншої організації в тих чи інших роботах, послугах,

товарах. А коли нематеріальне на першому місці, то перестає бути і головним бездумне споживання. Воно як би відходить на другий план. Отже, діяльність некомерційної організації суспільно економічна, раціональна з точки зору споживання вичерпних ресурсів, а отже і більш відповідає європейським стандартам.

Раціональність функціонування і розвитку некомерційної господарської діяльності полягає і в тому, що вона як би обмежує, заміщає окремі паразитичні структури, які непомірно розрослися і навіть деякі державні функції. Що стосується паразитичних структур, то до них ми б віднесли ті, що займаються позичковою, лихварською діяльністю. Інфляція саме тому і виникає, що у фінансовому блоці економіки мимовільно, на основі лихварства, виникає достатньо великий прибуток (а з нього зростає відповідна купівельна спроможність) без створення чого-небудь суспільно корисного. Це в певній мірі викривлює співвідношення між попитом і пропозицією, призводить до штучного здорожчання товару, грошової інфляції. Не випадково лихварство також засуджується Біблією (“Не віддавай у рист братові твоєму ні срібла, ні золота, ні хліба, ні чого-небудь іншого, що можна віддавати в рист”). Особливо небезпечні, як відомо, зовнішні запозичення. Здійснювані під відсоток, вони вганяють країну в цілому у відому біблійну алгоритміку лихварського поневолення: “І будеш давати в борг багатьом народам, а сам не будеш брати в борг [І будеш панувати над багатьма народами, а вони над тобою не будуть панувати]” (Біблія, Повторення Закону 28:12).

Економічно розвинуті західні країни менше схильні до зовнішнього запозичення, оскільки функціонуючі у них недержавні некомерційні організації — пенсійні, благодійні фонди, фонди культури, науки, елітарні організацій-клуби, аналітичні центри і т. д. — є так званими інституційними інвесторами, що забезпечують левову частку світового венчурного капіталу. Що стосується вищезгаданого заміщення деяких державних функцій, частина з яких теж непомірно розрослася. Це, зокрема, функції матеріально-технічного забезпечення, в т. ч. і забезпечення збройних сил, охорона і забезпечення безпеки. Зазначені функції успішно можуть виконуватися недержавними некомерційними структурами (наприклад, відома роль волонтерів у матеріальному забезпеченні українських військових на сході країни). Щодо охорони і забезпечення безпеки, то у цій сфері також велику роль можуть відігравати недержавні некомерційні організації. Переосмислення ролі держави у сфері охорони та забезпеченні безпеки є однією з важливих рис трансформацій в сучасному світі в цілому. Ця роль має тенденцію до зменшення. У той же час зростає значимість громадянського суспільства, яке намагається обмежити гіпертрофовані в минулому функції держави та встановити дієвий контроль за їх реалізацією. Пояснимо цю думку. Україна, у минулому частина радянської соціалістичної системи, зберегла залишки колишнього адміністративного апарату, зокрема, занадто забюрократизовані громіздкі силові структури, що споживають величезні бюджетні кошти, забезпечуючи безпеку переважно верхівки держапарату, охороняючи її від власного народу. Тому

вищезазначені світові тенденції щодо зменшення ролі держави, обмеження гіпертрофованих її функцій, встановлення дієвого контролю за їх реалізацією у сфері охорони та безпеки є особливо важливими для України. Дійсно потрібні зміни пріоритетів у забезпеченні безпеки, підвищення значущості громадянського суспільства у цій сфері.

У відповідності до зазначених тенденцій в Україні сьогодні діють численні служби безпеки підприємств, фірм і банків, а також організації, що спеціалізуються в сфері охоронної діяльності, фізичного та юридичного захисту громадян. Значна кількість приватних структур займається питаннями інформаційної, комерційної, фінансової та екологічної безпеки. Мова йде про великий, але нереалізований поки громадський потенціал, який на практиці, зокрема через виявлення та мінімізацію комерційних ризиків, довів свою здатність захищати економічні інтереси України, її екологічну безпеку.

Такий фізичний, екологічний та ін. захист ми протиставляємо державному, який реалізується через відповідні органи виконавчої влади. Якщо ми говоримо про екологічні відомства, то ці органи, очолювані, як правило, ставлениками промислових олігархів, не охороняють навколишнє середовище, а, навпаки, забезпечують можливості для своїх патронів безкарно забруднювати природу виробничими відходами. Це з одного боку. З іншого боку, відповідні міністерства, комітети, управління є, по суті, як це було визнано навіть народними депутатами, не більше ніж засобом для розкрадання коштів держбюджету. В той же час залучення (на конкурсних засадах) до охоронної діяльності, фізичного та юридичного захисту громадян недержавних, приватних структур дозволяє, з одного боку, позбавитися від необхідності утримувати громіздкий, непродуктивний апарат, а з іншої — скоротити витрати на виконання певних робіт та одночасно, підвищити їх якість. Цікаві перспективі має організація приватних виконавців судових рішень тощо.

Теж саме, такі ж тенденції можна спостерігати і у організації управління наукою, інноваційною діяльністю. В Україні, знову ж таки зберігається система державної організації наукового виробництва, яка була закладена за соціалістичну добу. Її неефективність сьогодні очевидна і, незважаючи на це, держава продовжує фінансувати “стіни” — державні академічні та інші науково-дослідні заклади, а не безпосередньо наукові результати, нововведення. У цивілізованому світі наукове виробництво організовано принципово інакше. В якості прикладу слід навести досвід США, де, як елемент стимулювання та контролю інноваційної діяльності, уряд активно використовує недержавні структури в рамках стимулюючого планування: замість директив-наказів держава розробляє цільові довгострокові програми за контрактами з недержавними компаніями-виконавцями. У результаті державний контракт став вирішальним механізмом для координації виробничих планів різних неурядових корпорацій у ринковій системі. При реалізації державних інноваційних проектів замовником нової техніки, науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) виступає держава, а постачальниками нових продуктів і виробів стають компанії-підрядники.

Зауважимо, що цілі, завдання та пріоритети кожного з підрядників НДДКР чітко регламентуються федеральним законодавством США незалежно від того, чи то є університет або неприбуткова корпорація, велика, середня або дрібна інноваційна фірма, чи спільне ризикове підприємство. У рамках ринку НДДКР налічується близько 31 тис. федеральних підрядників: (університети та коледжі, науково-дослідні лабораторії, дослідні структури, федеральні контрактні організації, наукові центри відповідного федерального відомства, промислові фірми, консорціуми федеральних лабораторій, асоційовані лабораторії, університети; промислові фірми, корпорації, партнерства, індивідуальні фірми, неприбуткові організації (фонди, асоціації, кооперативи, об'єднання), приватні науково-дослідні центри.

Зазначені та інші ефекти мають місце тоді, коли в суспільстві, по-перше, існує “критична маса” недержавних неприбуткових організацій, здатних впливати на хід суспільних процесів і, по-друге, переважна більшість громадських організацій не є антагоністами, тобто, коли вони не утворюють деструктивні політичні, національні або інші осередки.

Таким чином, розвиток некомерційної господарської діяльності сприятиме підвищенню ефективності використання державних ресурсів, зниженню техногенної небезпеки, а також забезпечить є однією з умов наближення до європейських стандартів.

СУЧАСНА РЕКЛАМА ЯК НАПРЯМ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Не так давно реклама в нашому суспільстві практично була відсутня. Державно-монополістична економіка виключала необхідність реклами як і вільної конкуренції, широкого вибору товарів і послуг. Але як тільки в Україні з'явилися перші натяки ринкових відносин, реклама, їх постійна супутниця, ментально зайняла своє місце в бізнесі.

Дуже часто спроби творчого самовираження відсуваються на задній план, тому що існує певний парадокс того, що найбільш цікава і неординарна реклама, яка бере призи на конкурсах, як правило, не забезпечує оптимального рекламного впливу. Дуже часто рекламодавця цікавить не де краще, а де дешевше, тому що різницю між дорогим і дешевшим можна відчутти руками, а різниця між якістю і неякістю зрозуміла тільки спеціалістам. Для багатьох рекламодавців — реклама, це перш за все можливість заробити, тому аспект якості тут іде на задній план, перш за все в розрахунок береться ціна, взагалі не говорячи про творчий аспект. Професіоналізм не витримує природного відбору, поки що не цінується смак і творчий підхід і тому виробництво неякісної, ширпотребної реклами процвітає [1].

На даний момент основним рекламним засобом в Україні є телебачення — 45 % ринку. Далі йде преса — 38 %, на третьому місці — зовнішня реклама — 12 % ринку [2].

На даний момент у нашій країні створені і функціонують рекламні служби в засобах масової інформації: на радіо, телебаченні, в пресі. Вони приймають замовлення на рекламу і виготовляють її самостійно. Ці служби можуть виконувати специфічні творчі роботи, пов'язані з рекламою. Наприклад, на телебаченні і радіо — це підготовка рекламних шоу, конкурсів, вікторин та інших передач із залученням спонсорів, зацікавлених в рекламі своїх товарів і послуг, а в газетах і журналах — це рекламні рубрики, тематичні рекламні розділи тощо.

Перелічені рекламні служби є серйозними конкурентами для спеціалізованих рекламних агентств, так як багато рекламодавців надають перевагу співпраці безпосередньо з виготовлювачами рекламних засобів.

До рекламної творчості можна підходити двояко: реклама, як засіб інформації про товари, послуги і способи просування їх на ринок; реклама як окремий вид діяльності сама по собі і для себе. І саме перший підхід пови-

нен бути основним, реклама в першу чергу повинна бути ефективною, а не ефектною.

Більшість рекламодавців вже бажають купувати не час на телебаченні, а кількість контактів з потенційними споживачами. Частота реклами — це середня кількість контактів аудиторії із засобом масової інформації. Ефективна частота — кількість з'явлень реклами, необхідна для вирішення поставленого комунікаційного завдання [3].

Особливість зовнішньої реклами заключається в унікальній можливості тривалої демонстрації крупноформатних повноколірних зображень в будь-якому місці, де увага аудиторії найбільш активна.

Сьогодні в Україні нараховується більше трьох десятків різновидностей зовнішніх рекламоносіїв: від розклеєних вручну оголошень до спеціальних щитів-дисплеїв — “бігбордів” (бігборд (big board) — щит формату 3 x 6 метрів або 3,6 x 9,6 метрів), “призмотронів” (призмотрон — стенд, який складається із набору трьохгранних призм, що періодично повертаються і змінюють написану на їх поверхнях картину), “банерів” (баннер (banner) — транспорант на фасаді будівлі) і всеможливих конструкцій які підсвічуються в вечірній час — “лайтбоксів” (лайтбокс (light box) — підсвічений із середини стенд з нанесеною на нього з однієї, двох або чотирьох сторін рекламою) [2].

Інформація, яку споживач шукає в рекламі і не знаходить є такою:

- вартість товару або послуги;
- де і як можливо купити товар;
- переваги товару над іншими.

Якщо перші дві позиції стосуються інформаційної частини рекламного оголошення, то третя свідчить про те, що у рекламі, яка пропонується, порушується основа основ ефективною реклами — ексклюзивна товарна пропозиція [2].

Соціальні мережі є одним з ефективних засобів розповсюдження реклами.

В розумінні простого українського інтернет-користувача, соціальна мережа це інтернет-ресурс на якому різні особи мають можливість спілкуватись. Проте, насамперед в соціальній мережі люди обмінюються інформацією. І ця інформація може бути різноманітною. Так, близько 80 % компаній світу використовують соціальні мережі в якості ефективного рекламоносія на якому рекламу бачать тисячі, а то й мільйони користувачів з різних куточків планети. Проте, останні статистичні дані показують, що все більше компаній переходить до використання платної реклами і оголошень в соціальних мережах, поступово відмовляючись від повідомлень в стрічках користувачів Twitter і відправки приватних повідомлень у Facebook. За даними дослідження Pivot Conference, дві третини опитаних маркетологів використовують платну рекламу в соціальних мережах, і близько 54 % з них задоволені отриманими результатами. Реклама в Twitter і Facebook складає велику частину від усієї реклами в цьому сегменті, але Twitter все ще трохи відстає від найбільшої соціальної мережі. 90 % респондентів використовують Facebook для розміщення реклами, тоді як Twitter в даному випадку належить лише 78 % ринку [1].

Таким чином, сьогоднішній споживчий ринок в Україні має велику кількість товарів, що зумовлює конкуренцію. В наші дні без реклами неможна собі уявити навколишній світ, вона стала невідривною частиною суспільного життя, але особливо хочеться, щоб зникла неякісна рекламна продукція.

Література

1. Що говорять про рекламу експерти [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://tpc-price.com.ua/shho-govoryat-pro-reklamu-eksperty.html>
2. Все про рекламу / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.megapolis-s.ru
3. Офіційний сайт Inter Solar ADV: Телевізійна реклама / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.pole.su/tvrek.html>

МЕТОДОЛОГІЯ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ НА РІВНІ РЕГІОНУ

Структурно-динамічний аналіз сільських територій показує ряд явищ і процесів, що мають негативні тенденції, або містять певні загрози сталому розвитку сільських територій. Державне управління повинно передбачати їх та протидіяти, зокрема, через державне планування, контроль і аналіз ситуації, що вимагає створення та реалізації стратегічних програм розвитку сільських територій на рівні регіону.

Методологія розроблення середньострокових та довготермінових стратегій розвитку базується на пріоритетах розвитку з урахуванням “місії регіону”, а тому не пов’язується з оцінкою ситуації регіону в ретроспективі або аналізом тенденцій. Вона передбачає використання SWOT-аналізу, що побудований на експертних оцінках чинників і умов регіонального розвитку. Даний аналіз складається з наступних елементів. Сильні сторони сільських територій регіону (Strengths) — це чинники ендогенного (внутрішнього) характеру, зокрема потенціал земельних і трудових ресурсів, які визначають конкурентоспроможність продукції регіону. Слабкі сторони (Weaknesses) — це фактори, які використовуються малоефективно і створюють вузькі місця в процесі розвитку. Можливості (Opportunities) — це перспективи розвитку регіону, які можна використати для альтернативних шляхів досягнення стратегічної мети розвитку, зокрема, використання наукового потенціалу. Загрози (Threats) — це фактори, які можуть призвести до погіршення економічних, соціальних та екологічних показників регіону, такі як погіршення продовольчої безпеки, виснаження ресурсів, безробіття, тощо.

Оцінка переваг та обмежень — визначальна ланка методології стратегічного планування регіону. Вона стосується наступних основних факторів розвитку і розміщення продуктивних сил України:

1. Природно-ресурсний потенціал з урахуванням природнокліматичних умов регіону.
2. Економічний потенціал регіону з урахуванням наявних та можливих джерел фінансування, інвестицій, інновацій, тощо.
3. Науково-технічний потенціал регіону, який визначає ефективність використання продуктивних сил.
4. Трудовий потенціал і ресурси праці.

5. Людський потенціал, зокрема рівень життя і добробут населення.
6. Рівень природно-техногенної безпеки, зокрема для сільських територій важливі екологічно чисте виробництво, безпека продовольчих товарів.
7. Просторово-економічний потенціал, який включає можливості наповнення бюджету.
8. Розвиток інфраструктури сільських територій.

Сильними сторонами регіонів є національне (регіональне) багатство, яке містить ознаки трьох видів: природного, людського та капітального. Природне багатство — це земля, ґрунти, природно-кліматичні ресурси, людський капітал — знання і навички, освіта і культура, капітал — в будівлях і спорудах, машинах і обладнанні, багаторічних насадженнях, поголів'ї худоби тощо. Всі ці елементи продуктивних сил визначають конкурентну спроможність районів.

Слабкими сторонами є низька ефективність використання наявних ресурсів для соціально-економічного розвитку. Загрозами розвитку і ефективності є зростання безробіття серед селян, зниження попиту на продовольство і скорочення виробництва, що неминуче приведе до загострення продовольчої проблеми.

В результаті СВОТ-аналізу ідентифікуються соціально-економічні проблеми та вибір стратегічних напрямів розвитку регіону. Вихідним пунктом у виборі варіантів сценарію розвитку є дослідження співвідношення сильних та слабких сторін (потенціалу, загроз та можливостей) розвитку регіону. Оцінка кожного з нематеріальних елементів СВОТ-аналізу може здійснюватися експертним методом із застосуванням економіко-математичного моделювання.

Сценарій стратегії розвитку — це опис послідовності подій від сучасного стану на перспективу, який ґрунтується на припущеннях, комбінаціях сильних та слабких сторін, можливостей та загроз.

Основні типи сценаріїв:

- сценарій шансів базується на максимальному використанні сильних сторін та можливостей (за одночасної мінімізації слабких сторін, загроз, певною мірою аспект бажаного переважає аспект реального);
- сценарій загроз базується на максимальному впливі слабких сторін та загроз, не надаючи сильним сторонам вирішального значення (прагматичний підхід домінує над оптимістичним).

Обраний сценарій регіональної стратегії визначає цілі стратегічного плану. До системи цілей належать місія, стратегічні цілі (довгий термін), операційні цілі (середній термін), оперативні завдання (короткий термін). При визначенні цілей розвитку регіону обов'язковим є взаємозв'язок між ними, оскільки стратегічні цілі визначають головні орієнтири розвитку, а короткострокові пов'язують поточні дії з довгостроковими результатами, визначають швидкість одержання результатів діяльності окремих підсистем регіону в найближчому майбутньому.

Зміст цілей має відповідати завданням вирішення визначених раніше головних проблем та реалізації стратегічної мети розвитку сільських територій регіону. Пріоритетність досягнення цілей обґрунтовується ранжуванням проблем за ступенем невідкладності їх розв'язання. Найвищий пріоритет мають цілі, досягнення яких сприятиме комплексному вирішенню декількох проблем.

Виходячи з принципу реалістичності, кількість стратегічних цілей не повинна перевищувати п'яти. Стратегічні цілі розвитку регіону послідовно в порядку зменшення їх пріоритетності співставляються з їх комплексною ефективністю, можливостями реалізації: ресурсними, інтелектуальними, організаційно-правовими, кадровими, фінансово-економічними тощо.

На основі територіальної (внутрішньорегіональної) диференціації встановлених проблем, цілей, пріоритетів та засобів їх досягнення визначаються:

- частини регіону, у межах яких показники економічного розвитку, соціального забезпечення, екологічного стану за критеріями, визначеними законодавством, значно нижчі ніж відповідні середні показники в державі — депресивні території, а також засоби подолання депресивності;
- інші проблемні ареали, розвиток яких відповідає загальнодержавним пріоритетам створення нових або розширених існуючих заповідників, національних природних парків, біосферних заповідників, курортів державного значення, міжнародних аеропортів, розвиток найбільших міст — столиці та інших опорних центрів національної системи розселення, реіндустріалізованих населених пунктів, реабілітація старопромислових районів, основних рік, Чорного та Азовського морів тощо;
- проблеми міжрегіонального або міждержавного значення, пов'язані з їх розв'язанням цілі та завдання, які мають реалізовуватися в рамках міжрегіональних, транскордонних програм і проектів, включаючи пропозиції щодо участі регіону в розроблені та реалізації міжрегіональних соціальних проектів;
- території, які резервуються для наступного заповідання, рекреаційного використання, розвитку міст та інших населених пунктів, розміщення транспорту, енергетичних, інших інженерних комунікацій, споруд, будівель, містобудівних та інших потреб загальнодержавного та регіонального значення, а також режими використання цих територій;
- типи і режими розвитку населених пунктів з виділенням інвестиційно привабливих територій.

Для відображення цілей розвитку сільських територій регіону має бути використаний комплексний підхід, тобто створено систему цілей, яка б відображала потреби територіальної громади з точки зору як зовнішнього, так і внутрішнього середовища та була підпорядкована місії територіальної громади. Це можна забезпечити за допомогою декомпозиції цілей та завдань, тобто побудови “деревця цілей”, для встановлення конкретних завдань, що лежать в основі конкретних видів робіт.

Література

1. Жаліло Я. А. Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави: монографія. — К.: НІСД, 2009. — 336 с.
2. Сільськогосподарський комплекс України: соціально-економічні пріоритети розвитку / За ред. М. А. Хвесика, А. С. Лисецького. — К.: РВПС України НАН України, 2009. — 216 с.
3. Стратегічні напрями сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року / [Ю. О. Лупенко, М. Й. Малік, О. Г. Булавка та ін.]; за ред. Ю. О. Лупенка та О. Г. Булавки. — К.: ННЦ “Інститут аграрної економіки”, 2013. — 74 с.
4. The SWOT Analysis Copyright / Lawrence G Fine. — Kick It, LLC, 2009.

РОЗВИТОК МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

В ХХІ сторіччі медичний туризм перетворився в окремий вид туристичної індустрії. За прогнозами Всесвітньої організації охорони здоров'я до 2022 року туризм та охорона здоров'я мають стати провідними галузями світо господарства. Вже в 2012 році світова індустрія медичного туризму акумулювала близько 400 млрд доларів США. Очікується зростання прибутків від цієї галузі в 2015 році до 500 млрд доларів США. Основними країнами в'їзного та виїзного медичного туризму є США, Німеччина, Туреччина, Індія, Таїланд, Канада, Великобританія, Франція, Іспанія, Йорданія, ОАЕ, Сінгапур, Японія, Корея, Філіппіни, Південно-Африканська республіка. Основні прибутки від медичного туризму отримують США, Німеччина, Туреччина, Індія та Таїланд [3]. Наприклад, такий лідер ринку медичного туризму як Туреччина, в 2012 році прийняв 6712 тисяч медичних туристів та отримав прибуток 4,2 млрд доларів США, За прогнозами Турецької Асоціації медичного туризму у 2015 року країна планує збільшити потік медичного туризму до 1 млн. осіб з доходом до 10 млрд доларів [11].

Під медичним туризмом розуміють вид господарської діяльності, спрямований на надання послуг з діагностики, лікування та профілактики захворювань за межами країни проживання. При деяких видах медичного туризму отримання висококваліфікованої медичної послуги поєднується з відпочинком.

За аналітичними висновками International Medical Travel Journal медичний туризм перетворюється в одну з найбільш швидкозростаючих галузей [16]. Опитування проведені в 280 клініках і лікарнях 60 країн світу — лідерах медичного туризму свідчать про позитивну динаміку розвитку цього виду світового бізнесу. В 48 % клініках, лікарнях та медичних туристичних агентствах повідомили про зростання міжнародної число пацієнтів протягом 2013 року. Понад 50 % суб'єктів медичного туризму очікує на річне зростання більш ніж на 10 % в рік на ринку медичного туризму на найближчі п'ять років. Найбільші прибутки очікуються в медичному туризмі, орієнтованому на надання послуг з косметичної хірургії (55 % опитаних), при лікуванні раку (54 % респондентів), лікування безпліддя (40 % респондентів) і стоматологічне лікування (38 % опитаних). За прогнозами асоціації Deloitte Center for Health Solutions економіка країн з невисокими цінами на медичні послуги отримала прибутки понад 2 млрд дол. США [15].

Стрімкий розвиток індустрії медичного туризму в останні 10 років обумовлений кількома причинами:

- зростання вартості лікування в країнах з розвинутою економікою;
- поява нового сегменту споживачів медичних послуг, які воліють поєднувати якісне лікування за низькими цінами, з можливістю отримання яскравих вражень від подорожей в інші країни;
- неможливість оперативного отримання необхідної медичної допомоги (листи-очікування) в країнах Європейського Союзу та в країнах Близького Сходу;
- відсутність в низці країн світу якісної медичної допомоги та відповідних технологій лікування та діагностики.

З метою розвитку медичного туризму уряди деяких країн розробляють системи охорони здоров'я, в структуру якої входять лікувально-профілактичні заклади, туристичні агентства та страхові компанії, орієнтовані на медичний туризм. Існують національні програми, спрямовані на популяризацію країни в сфері медичного туризму [19].

Чинниками перспективності країни для медичного туризму виступають [2]:

- рівень розвитку медицини, медичних технологій, тощо;
- вартість діагностики та лікування;
- розвиток транспортного та готельного секторів;
- рівень мовної інтеграції в країні;
- законодавча база;
- імідж держави;
- локалізація країни на мапі світу.

Регулювання сфери медичного туризму здійснюється національними нормативно-правовими актами, міжнародними та національними громадськими організаціями. До основних міжнародних асоціацій, що регулюють відносини в сфері медичного туризму, відносять:

- Асоціацію медичного туризму (Medical Tourism Association, MTA);
- Асоціацію посередників туристичного страхування (Association of Travel Insurance Intermediaries);
- Європейський Альянс медичного туризму (European Medical Tourism Alliance, EEIG);
- Міжнародну Асоціацію медичного туризму (International Medical Travel Association, IMTA);
- Міжнародну Асоціацію медичної допомоги мандрівникам (International Association for Medical Assistance to Travellers, IAMAT);
- Раду з світової інтеграції охорони здоров'я (Council on the Global System of Healthcare, CGIH).

Асоціація медичного туризму виступає провідним членом міжнародної некомерційної торговельної асоціації медичного туризму та світової індустрії охорони здоров'я [14]. Штаб-квартира МТА знаходиться в США.

Структурними суб'єктами асоціації є: провідні міжнародні медичні центри; медичні заклади, медичні координатори з туризму, страхові та інші ком-

панії. Всіх їх об'єднує загальна мета — сприяння надання медичної допомоги високої якості по всьому світу.

Функції МТА:

- репрезентація інтересів провайдерів, що надають медичні послуги;
- координація діяльності з медичного туризму;
- забезпечення пацієнтів правдивою та повною інформацією про можливість медичного обслуговування на світовому ринку медичного туризму;
- висування та реалізація нових ініціатив, спрямованих на збільшення кількості туристів, які отримують медичні послуги за кордоном.

Принципи діяльності МТА:

- абсолютна прозорість діяльності та відкритість, зокрема в сфері новітніх технологій та якості надання медичних послуг, прозорості ціноутворення, без прихованих і непередбачуваних витрат;
- обмін інформацією, зокрема на форумі для спілкування, між всіма суб'єктами медичного туризму та провайдерами медичної допомоги в усіх країнах світу;
- просвіта та навчання в міжнародних школах, конференціях, виставках з медичного туризму, організація публікацій в журналах з медичного та оздоровчого туризму.

23 березня 2013 року в Монако 38 країнами світу підписано протокол про наміри щодо створення консульства Всесвітньої Асоціації медичного туризму (Global Healthcare Travel Council — GHTC). GHTC — є направляючою та координуючою платформою в рамках глобальної системи охорони здоров'я. Вона несе відповідальність за забезпечення провідної ролі в галузі медичного туризму та координує питання з формування медичних досліджень, встановлення норм, стандартів і етики, розробки політики на основі фактичних даних, забезпечення технічної підтримки країнам, а також моніторинг та оцінки провідних тенденцій медичного туризму. GHTC є представником Міжнародної асоціації медичного туризму (МТА) [10].

МТА випускає міжнародний журнал в паперовому та електронному вигляді, що першим спеціалізованим журналом з медичного туризму, медичних подорожей та індустрії оздоровчого туризму [17].

Міжнародна Асоціація медичного туризму (International Medical Travel Association, IMTA) — це спілка організацій медичного туризму, що об'єднує постачальників медичних послуг, пацієнтів, страхові компанії, підприємців та брокерів, які працюють в цій сфері [13]. IMTA переважно займається організацією медичного туризму в азіатських країнах та має офіс знаходиться в Сінгапурі [18].

Європейський Альянс медичного туризму (European Medical Tourism Alliance, EEIG) — є некомерційною організацією з штаб-квартирою в Угорщині. EEIG представляє інтереси акціонерів, сприяє заходам з оптимізації діяльності в індустрії медичного туризму, допомагає пацієнтам зробити кращий вибір провайдера медичних послуг [9].

Асоціація посередників туристичного страхування (Association of Travel Insurance Intermediaries — АТІІ) — є некомерційною організацією, яка представляє інтереси брокерів та посередників, що спеціалізуються в сфері страхування туристичного бізнесу. Виконавчий комітет АТІІ щорічно організовує наради та форуми фахівців та постачальників страхового туристичного продукту. АТІІ приймає участь у щорічній туристичній страховій конференції, підтримує різні благодійні фонди та робить пожертви [7].

Міжнародна Асоціація медичної допомоги мандрівникам (International Association for Medical Assistance to Travellers, ІАМАТ) — некомерційна організація, заснована в 1960 році з метою надання інформації туристам про можливі ризики, пов'язані з станом здоров'я під час подорожей, станом води, специфіці їжі в різних країнах світу, розповсюдженням епідемій, про умови щеплень або імунізації перед подорожжю. Для організації допомоги туристам за кордоном ІАМАТ координую діяльність міжнародної мережі лікарень та окремих фахівців з психічного здоров'я; присуджує стипендії та гранди для лікарів, медсестер країн з низьким рівнем доходів для вивчення та проведення досліджень в сфері туристичної медицини [13].

Рада з світової інтеграції охорони здоров'я (Council on the Global System of Healthcare, СГІН) — некомерційна організація, створена з метою формування бази спеціальних знань в сфері медичного туризму та світової індустрії охорони здоров'я. Поряд із вищезазначеним СГІН засновує в різних країнах світу некомерційні організації для координації діяльності фахівців з медичного туризму з глобально інтегрованою охороною здоров'я [8].

Ринок медичного туризму в Україні набув розвитку в останнє десятиріччя. На сьогодні національні туристичні підприємства реалізують послуги за трьома основними видами медичного туризму: діагностичного, оздоровчого, лікувального. За аналітичними оцінками потік виїзного медичного туризму в нашій країні щорічно збільшується в 1,5–2 рази [1]. Ринок виїзного медичного туризму структурований за такими суб'єктами:

- національні туристичні підприємства. Переважна більшість туристичних компаній України розглядає медичний туризм як один з видів свого бізнесу, проте тільки невелика їх кількість спеціалізується на цьому виді туристичної діяльності;
- лікувально-профілактичні заклади, які пропонують організацію медичної допомоги за кордоном, як додатковий вид послуг. Наприклад, Медична компанія — “Клініка Гіппократ” з окремим структурним підрозділом з медичного туризму “Гіппократ ІнтерМедСервіс Ассистанс”, медична мережа “Добробут”;
- іноземні медичні заклади, які пропонують свої послуги для громадян України;
- закордонні немедичні заклади, які мають свої представництва або посередників в Україні. Наприклад, з 2012 року на території України функціонує ТНТС-Україна, який є офіційним представником Турецької асоціації медичного туризму [5].

За даними Української асоціації медичного туризму структура послуг виїзного медичного туризму складає: 40 % — лікування; 30 % — оздоровлення; 25 % — діагностика; 5 % — медичне туристичне страхування [6].

Основними напрямками в'їзного медичного туризму в Україні є надання медичних послуг з таких лікарських спеціальностей та напрямів:

- репродуктивна медицина;
- стоматологія;
- офтальмологія;
- кардіологія;
- естетична медицина та косметологія;
- пластична хірургія;
- санаторно-курортне лікування;
- клітинна інженерія, в т. ч. можливість використання банку пуповидної крові.

На сьогодні в Україні на сучасному рівні, з використанням принципів доказової медицини, в рамках в'їзного медичного туризму надають медичні послуги Київський міський Центр серця, Центр дитячої кардіохірургії, кілька онкологічних клінік (ЛІСОД, Інновація, Кібер клініка Спіженко), приватні багатопрофільні лікувально-профілактичні заклади, СПА та Вілнес центри, клініки клітинної терапії, включаючи кріобанки [2].

Основним критерієм вибору України для діагностики та лікування є невисокий рівень цін на медичні послуги у порівнянні з закордонними лікувальними закладами. Наприклад, лікування безпліддя за програмою IVF+ICSI в українській клініці репродуктивної медицини “Надія” коштує 2500 євро, а в англійській клініці The London Women’s Clinic такий курс лікування буде коштувати пацієнту 4817 євро. Щодо результативності лікування, то частота вагітностей у пацієнтів української клініки навіть вище ніж у пацієнтів, що проходили лікування у Великобританії [4]. Додатковими перевагами для розвитку в'їзного медичного туризму в Україні вбачається укомплектованість сучасною медичною технікою спеціалізованих та приватних лікувально-профілактичних закладів, відсутність практики листів очікування, безвізовий режим для багатьох країн [2].

Література

1. Волошенко Л. Операторы медицинского туризма в Украине / Леонид Волошенко. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.med-visit.com/healthcare-abroad/obzornye-stati/o-meditsinskom-turizme/>
2. Медицинские и правовые аспекты развития репродуктивной медицины в Украине под призмой медицинского туризма. Редакторская статья // Репродуктивная эндокринология. — 2013. — № 5(13). — С. 118–121.
3. Медицинский туризм в мире [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://itogi.ua/society/8490-2013-03-28-00-15-04.html>
4. О рынке въездного туризма в Украине / Мед Эксперт [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://medexpert.ua/Default.aspx?module=articles&article=83>

5. Статистический отчет о деятельности Турецкой ассоциации медицинского туризма ТНТС на территории Украины за период с 1 ноября 2013 года по 1 января 2014 года. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://thtc-rsc.com/news/?limit=1&point=2>
6. Українська асоціація міжнародного туризму / Сайт УАМТ // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.uamt.org.ua>
7. Association of Travel Insurance Intermediaries / Сайт асоціації // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.atii.co.uk
8. Council on the Global System of Healthcare/ Сайт консульства // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.cgshealthcare.com/about/contact_us.html
9. European Medical Tourism Alliance/ Сайт асоціації // [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.eumta.org/>
10. Global Healthcare Travel Council / Сайт консульства // [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://globalhctc.org>
11. Health in Turkey: medical travel // DEİK // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.healthinturkey.org/en-EN/medical-healthcare-travel/41.aspx>
12. International Association for Medical Assistance to Travellers / Сайт асоціації // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.iamat.org
13. International Medical Travel Association / Сайт організації // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.medicaltourismassociation.com/en/index.html>
14. Medical Tourism Association / Сайт асоціації // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: armt.org/ru/
15. Medical Tourism: Update and Implications Report — Deloitte [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.deloitte.com/.../center-for-health-solutions/health/55d9f278c
16. Medical Tourism Climate Survey 2014/ International Medical Travel Journal.- Published: March 2014 // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.imtj.com/resources/research-and-statistics/medical-tourism-climate-survey-2014/>
17. Medical Tourism Magazine / Сайт журналу // www.medicaltourismmag.com
18. Ratner C. Who owns “medical tourism? Reaction to the MTA v IMTA legal action / Caroline Ratner // International Medical Travel Journal.-2009 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.imtj.com/articles/2009/mta-v-imta-legal-action-30018/>
19. Stolley K. Medical Tourism / Kathy S. Stolley, Stephanie Watson. — EEIG — 2012 — 343 p.

ОЦІНКА КЛІЄНТСЬКОГО КАПІТАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Питанню визначення сутності, оцінки, обліку та аудиту дебіторської та кредиторської заборгованостей в останні роки присвячено численні праці вітчизняних та зарубіжних вчених. За результатами їх досліджень ці види заборгованостей визнаються виключно як стан розрахунків на певну дату без їх виокремлення та впливу на підтримання конкурентоспроможності підприємств. Для забезпечення ж сталого розвитку торговельних підприємств їх керівникам необхідно додатково використовувати інформацію, що характеризує дебіторів (клієнтів) та кредиторів (постачальників). Така інформація є складовою клієнтського капіталу. Серед його складових особливе місце займають відносини із наявними та потенційними клієнтами, інформація щодо яких міститься в переліку покупців та постачальників кожного торговельного підприємства.

Дослідження сутності економічної категорії “клієнтський капітал” наведені в працях таких відомих вітчизняних та зарубіжних вчених як Е. Брукінг, Л. Едвінсон, О. Кендюхов [1, с. 34], В. Леонтьєв [2, с. 132], М. Мелоун, Т. Стюарт [5, с. 174], А. Чухно [6, с. 49] та інших.

Накопичення та управління клієнтським капіталом є досить важливим завданням для торговельних підприємств і потребує постійної роботи у цьому напрямі. Головним показником результативності такого управління є збільшення прибутку підприємств торгівлі у довгостроковому періоді. Зокрема, суб'єкти господарської діяльності у своїй практиці повинні ідентифікувати елементи клієнтського капіталу, здійснити їх оцінку та розробити відповідну послідовність формування та обліку механізму клієнтського капіталу.

Так, послідовність формування клієнтського капіталу містить:

- збір та систематизацію інформації про покупців та постачальників;
- технологію їх утримання та захисту бази даних;
- заходи з підтримання та покращення репутації підприємства;
- розширення бази покупців та постачальників.

Основними елементами клієнтського капіталу є:

- відносини з покупцями та постачальниками;
- канали збуту та постачання;
- ділова репутація підприємства торгівлі;
- знання особливостей діяльності покупців та постачальників.

Визначивши сутність та структуру клієнтського капіталу, слід розглянути й методику його оцінки. Більшість вчених не виділяють клієнтський капітал як окремий об'єкт діагностики на підприємстві. Їхня методика зводиться до оцінки даного виду капіталу як складового елементу інтелектуального капіталу.

М. Бендиков і Е. Джамай пропонують оцінювати ефективність управління споживчим (клієнтським) капіталом шляхом порівняння експертної оцінки таких характеристик, як задоволеність клієнтів, вірність торговельній марці, стабільність клієнтів із граничними рівнями цих показників (високий, середній, нижче середнього, фактичний), які також встановлюються експертним шляхом. Однак, основним недоліком такого методу є його крайня суб'єктивність. Крім цього, запропоновані для порівняння показники самі по собі не розкривають економічну ефективність управління споживчим капіталом.

Інші автори, зокрема Кендюхов О. В. [1], пропонують використовувати інтегральний показник розвитку клієнтського капіталу, в основу розрахунку якого покладено індексний метод. Він наводить досить значну кількість показників, що оцінюються за різними ознаками, а саме:

- показники, які оцінюють силу прихильності клієнтів компанії, ступінь їхньої довіри до компанії, задоволеність рівнем і якістю виконання замовлень, надійність клієнтської бази (частка клієнтів, які повторно звернулись, у загальній кількості; індекс довіри клієнтів, частка постійних клієнтів у загальній кількості клієнтів; індекс надійності клієнтської бази);
- показники, що характеризують приріст клієнтської бази (КБ) (індекс екстенсивного та інтенсивного приросту КБ; інтегральний показник приросту КБ; середній темп зростання КБ);
- показники, які характеризують якість клієнтського капіталу (середній розмір рахунку постійного клієнта; індекс зростання клієнтського капіталу);
- показники, які характеризують капіталізацію ставлення клієнтів до компанії (витрати на формування клієнтського капіталу; витрати на підтримку клієнтського капіталу; відносний додатковий дохід, створюваний клієнтським капіталом у розрахунку на одного клієнта; сукупний дохід, створюваний клієнтським капіталом; індекс доходності клієнтського капіталу).

На жаль, дана методика для оцінки клієнтського капіталу враховує важливість тільки клієнтів, але не містить комплексного підходу до оцінки ефективності елементів клієнтського капіталу.

На противагу існуючим методикам нами запропонований для оцінки клієнтського капіталу наступний перелік показників ефективності елементів клієнтського капіталу, а саме:

- динаміка кількості клієнтської бази;
- стійкість взаємовідносин із покупцями та постачальниками;

- кількість залучених нових клієнтів та постачальників;
- відсоток сегменту ринку постачання та збуту торговельного підприємства;
- життєвий цикл бази покупців та постачальників.

За сферою інтересів і завдань бухгалтерського обліку складові клієнтського капіталу можуть бути розподілені на такі дві групи:

- а) пов'язані із маркетинговою діяльністю: торгові марки, фірмові найменування, знаки обслуговування, товарні знаки, упаковка, бренди, знаки якості, газетні заголовки, доменне ім'я в мережі Інтернет;
- б) пов'язані із покупцями (клієнтами) та постачальниками: перелік покупців та постачальників, замовлення на закупки товарів, робіт та послуг, договірні та позадоговірні відносини.

Відповідно до чинного законодавства України та вимог МСБО при виникненні позадоговірних відносин понесені витрати повинні відображатись у складі поточних витрат і капіталізувати їх у бухгалтерському обліку неможливо із-за відсутності правових підстав, оскільки це може бути оскаржено в судовому порядку.

Облік першої групи клієнтського капіталу регламентується П(с)БО 8 “Нематеріальні активи” [4] та МСБО 38 “Нематеріальні активи” [3]. Дані положення містять чіткі критерії, при одночасному виконання яких об'єкт може бути визнаний в обліку у складі нематеріального активу. Разом з тим не врегульованою в положеннях чинних нормативних актів та на практиці залишається друга група клієнтського капіталу, яка пов'язана із покупцями та постачальниками. Складова клієнтського капіталу у вигляді договірних відносин між торговельним підприємством та існуючі списки покупців (клієнтів) та постачальників, замовлення на закупку товарів чи виконання робіт та надання послуг можуть бути віднесені до складу нематеріальних активів, проте потребують ряд певних узгоджень у чинному нормативно-правовому полі.

Проте внесення змін до чинного законодавства України — це лише одна із стадій, наступним етапом необхідне широкомасштабне застосування таких норм економічними суб'єктами відносин, а для цього вони мають сприймати клієнтський капітал як реальний актив, який може бути предметом договірних відносин. Саме такий підхід забезпечить наявні потреби активного ринку, що в свою чергу вирішить проблеми із оцінкою та обліком таких об'єктів та буде відповідати вимогам п. 75 МСБО 38.

Для підтвердження необхідності включення в нормативний обіг поняття “клієнтський капітал” може стати приклад підприємства “Мерк”. Це — великий світовий виробник ліків, який у 2003 році придбав фармацевтичного дистриб'ютора за 6,6 млрд доларів [1, с. 74]. Це викликало вогонь критики зі сторони експертів, проте керівництво підприємства “Мерк” обґрунтувало, що вони придбали не саму систему розповсюдження продукції, тобто фізичний процес обороту постачання та збуту фармацевтичної продукції, а базу даних та уміння працювати із споживачами, тобто нематеріальні активи, які принесуть підприємству економічні вигоди в майбутньому.

Проведене нами дослідження дозволяє зробити такі висновки:

- а) під клієнтським капіталом слід розуміти систему довгострокових, надійних та лояльних відносин клієнтів та постачальників до підприємства, прихильність споживачів до бренду, а також канали постачання та збуту. Основна ж мета генерації даного виду капіталу на торговельному підприємстві є отримання додаткових економічних ефектів у вигляді додаткової вартості.
- б) з урахуванням існуючих підходів зарубіжних і вітчизняних вчених до вирішення даної проблеми та результатів проведеного власного дослідження слід зазначити, що включати клієнтський капітал необхідно до складу нематеріальних активів, а запропоновані нами зміни щодо правового врегулювання даної проблеми дозволять здійснювати його належні облік та оцінку в практичній діяльності.

Література

1. Кендюхов О. Сутність і зміст організаційно-економічного управління інтелектуальним капіталом підприємства / О. Кендюхов // Економіка України — 2004. — № 2. — С. 33–40.
2. Леонтьев Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе // Б. Леонтьев. — М.: Акционер, 2002. — 200 с.
3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 “Нематеріальні активи” (IAS 38 “Intangible Assets”) // Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=92410&cat_id=92408
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 “Нематеріальні активи”, затв. наказом Міністерства фінансів України № 242 від 18.10.99 р. із змінами та доповненнями від 25.09.09 р. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0750-99>
5. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организации / Т. Стюарт; пер. с англ. — М.: Поколение, 2007. — 368 с.
6. Чухно А. Интеллектуальный капитал: сутність форми і закономірності розвитку / А. Чухно // Економіка України — 2002. — № 11. — С. 48–54. № 11. — С.48–54.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Україна завжди прагнула до незалежності, маючи самобутню історію Трипільської держави та Київської Русі. Але так склалося в подальшому, що вона весь час була частиною якоїсь країни: Османської імперії, царської Росії, Австро-Угорщини, Польщі тощо. Слід зазначити, що найліпші умови з урахуванням традиційного побуту та культури забезпечувались Австро-Угорщиною. Отже, досвід інтеграції в Україні є, але гіркий досвід — споживацького ставлення до природних ресурсів і людей, як дешевої робочої сили. Сьогодні змінюються менталітети, згладжуються національні відмінності — суспільство уніфікується, тому в інтересах нашої країни якщо не увійти в склад Європейського Союзу (ЄС), то знайти точки дотику.

Важко оцінити позитивні ефекти від членства України в ЄС, маючи досвід проблемних Греції, Італії, Іспанії та Португалії. Притягування фінансових систем до єдиного банківського стандарту призвело до криз в цих країнах. А в Україні основна проблема — це відсутність якісного державного регулювання, що впливає на розтрату ключовими особами владних структур всіх грошових потоків: починаючи з коштів держбюджету і закінчуючи вливаннями міжнародних (світових) фінансових організацій. Єдиний вихід — оптимізувати структуру влади, позбавляючись “зайвих” ланок, та жорсткий контроль в руках однієї відповідальної особи, яка представляє країну та контролює очільників областей. Так, на нашу думку, в цьому плані позитивним досвідом може виступати організація законодавчої і виконавчої влади в США як шлях до суттєвих реформ та “економічного дива”.

Загалом, ми дотримуємося міркувань щодо користі співпраці економічної і політичної. Саме співпраці, а не залежності, що є наслідком вступу до складу ЄС. На користь цього може виступати відміна візового та спрощення митного режиму, що поліпшить рух туристичних та грошових потоків, підвищить якість товарів та послуг. А готельні підприємства — підійме до рівня євро стандартів.

Але зараз не про це. Актуальним у сьогоднішніх умовах є дослідження існування та перспектив реального бізнесу. Ключовими капіталоутворюючими галузями, що забезпечують робочі місця та значну частку ВВП, в багатьох країнах є туризм та його інфраструктурний елемент — готельні під-

приємства. На тлі військово-політичної кризи, внаслідок якої населення збідніло і не може активно подорожувати, а іноземці бояться за своє життя, перспективи вимальовуються погані. Тому туристичний потік невпинно скорочується, особливо в Києві: у 2013 році зовнішніх туристів було 1 млн. 215 тис., в поточному році за 9 місяців — 704 тис. осіб. В той же час, внутрішніх туристів — 651 тис. осіб і 406 тис. осіб [6]. Потік в Одеській області показав зниження на 15 %. Львівська область і місто Львів раніше мали постійне зростання. Зараз відмітили спад, але незначний — на 5 % [1]. В даних умовах господарювання власники готелів змушені скорочувати витрати, так як вплинути на збільшення числа клієнтів практично неможливо.

На фоні макроекономічної кризи позитивним є орієнтація вітчизняних туроператорів на продаж турів по типу “все включено” вітчизняних готельних підприємств розвинутих рекреаційних регіонів і зон, зокрема Одеської, Львівської та Івано-Франківської областей. Ці туристичні кластери приваблюють не лише туристів, а й інвестиції. Так, до початку 2015 р. Інспекція державного архітектурно-будівельного контролю у Львівській області зареєструвала 18 декларацій про готовність до експлуатації нових споруд готельної сфери. Крім того, зареєстровано 13 декларацій про початок виконання будівельних робіт на об'єктах готельно-відпочинкової сфери, а також 41 декларацію про готовність об'єктів до експлуатації та 27 декларацій про початок виконання будівельних робіт закладів громадського харчування та об'єктів придорожнього сервісу. Отже Львівський регіон лишається інвестиційно привабливим в плані розвитку туризму [2]. Проте, зважаючи на катастрофічні ризики, інвестори надають перевагу вкладанню коштів в готельний бізнес Польщі, Словенії тощо, тобто до інших європейських країн, що спеціалізуються на окремих туристичних напрямках [2]. Тобто, розраховувати варто лише на власні сили та можливості.

За словами провідних маркетологів, навіть непрості часи можна використовувати з користю для справи. Отелюерам краще дотримуватися стратегії спокою і стабільності, покращувати свій сервіс і впроваджувати політику лояльності до клієнтів. Кризові часи закінчатся і готелі, які гідно з ними впоралися, матимуть сприятливі умови розвитку.

На підтвердження цього проведемо аналітичну оцінку та визначимо вектор стратегії для підприємств готельного господарства. Так, на основі методики визначення факторного впливу В. В. Пастухової [7, с. 385] адаптуємо модель і визначимо стратегію розвитку готельних підприємств.

На основі вивчення ключових критеріїв за кожною групою складається матриця спрямованих базових стратегій (пропонуються відповідно до базових стратегій — інноваційні стратегії) в системі координат SPACE і будується вектор позиції підприємств готельного господарства. Положення вектора визначає тип рекомендованої стратегії. Для деяких показників, що не піддаються вартісному виміру застосовано експертну оцінку показників за певними ключовими критеріями на рівні: вищий бал = 100, нижчий = 1 (табл. 1).

**Оцінка критеріїв за методом SPACE для підприємств
готельного бізнесу [3–6]**

Критерії	Показник	Вага	Зважена оцінка
Фінансова сила підприємств (ФС)			
Рентабельність інвестицій, %	-28,5	0,3	-8,55
Динаміка прибутку, %	-122	0,3	-36,6
Рівень фінансової стійкості	1,44	0,4	0,56
Загальна оцінка критерію			-44,59
Конкурентоспроможність підприємств (КП)			
Частка підприємств в економіці (% ВВП)	1,5	0,2	0,3
Конкурентоспроможність послуг (експертна оцінка)	20	0,4	8
Продовження табл. 1			
Рентабельність реалізації продукції (послуг), %	-6,83	0,4	-2,73
Загальна оцінка критерію			5,57
Привабливість економіки (ПЕ)			
Рівень прибутковості економіки, %	-0,48	0,4	-1,92
Ступінь впливу політичних факторів (експертна оцінка)	80	0,3	24
Залежність розвитку галузі від кон'юнктури (експертна оцінка)	30	0,3	9
Загальна оцінка критерію			31,08
Стабільність економіки (СЕ)			
Стабільність економіки (Грошова база / Кредитні зобов'язання)	19,1	0,5	9,55
Рівень розвитку інноваційної діяльності в економіці (місце у світовому рейтингу)	63	0,3	18,9
Маркетингові та рекламні можливості (експертна оцінка)	30	0,2	6
Загальна оцінка критерію			34,45

Після отримання зважених оцінок ключових критеріїв, наступним етапом SPACE-аналізу є побудова вектору рекомендованої стратегії підприємства в системі координат SPACE, що показано на рис. 2.

Початок вектору заходиться в точці початку координат, кінець вектору знаходиться в точці з координатами (ф. 1, ф. 2):

$$u = ПЕ - КП \quad (1)$$

де ПЕ — привабливість економіки, КП — конкурентоспроможність підприємств;

$$X = ФС - СЕ \quad (2)$$

де ФС — фінансова сила, СЕ — стабільність економіки.

Відповідно для підприємств готельного господарства координати дорівнюють:

$$X = 31,08 - 5,57 = +25,51;$$

$$Y = -44,59 - 34,45 = -79,04.$$

Вектор рекомендованої базової стратегії розвитку для готельних підприємств знаходиться в правому нижньому квадранті, що відповідає стратегії “Тигр” (базова стратегія диверсифікації). Основні фактори, що обумовлюють вибір даної стратегії: ринки для здійснюваного бізнесу знаходяться в стані насичення або ж скорочення попиту на послуги.

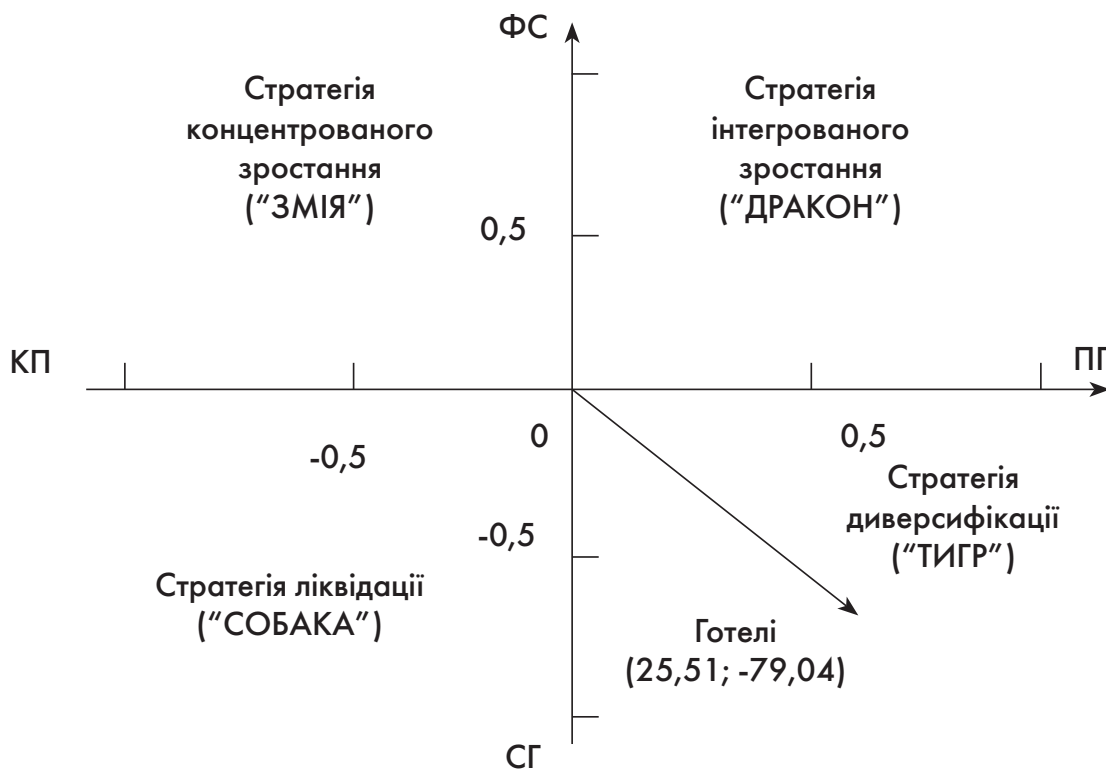


Рис. 2. Базові стратегії готельного бізнесу в системі координат SPACE

Тому рекомендаціями буде очікування в традиційному бізнесі та пошук додаткових видів діяльності, що мають достатній рівень ліквідності та забезпечують антикризові протидії.

Підсумовуючи вищевикладене, слід вважати бажаними інтеграційними процесами економічну і політичну співпрацю. Крім того, сприятливою була б тенденція відміни візового режиму, що відкриє кордон для розвитку туризму та суміжних галузей, зокрема готельного господарства. Проте, сьогодні руйнація економіки на тлі конфлікту на сході та анексія Криму, млява політика європейських країн щодо підтримки у війні з Росією повинна поставити під сумнів наш Уряд про доцільність іншого роду співпраці і вступу до ЄС загалом.

Література

1. Готельний ринок України: стан та перспективи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://realt.aviso.ua/uk/news?id=b0a31638-a89c-47d2-b80a-109234314216>
2. Інвестиційний клімат в Україні змушує готельний бізнес йти до Європи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://newsradio.com.ua/2013_07_05/nvestic-jnij-kl-mat-v-Ukra-n-zmushu-gotelnij-b-znes-jti-do-vropi-ekspert/
3. Статистичні дані економіки країни [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
4. Основні макропоказники економічного і соціального розвитку України на 2015 рік за прогнозами Мінекономрозвитку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://govuadocs.com.ua/docs/124/index-19195-3.html>
5. Готельний ринок України: стан та перспективи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://realt.aviso.ua/uk/news?id=b0a31638-a89c-47d2-b80a-109234314216>
6. Україна в світових рейтингах 2014 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/media/photogallery/26788600.html>
7. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством в умовах нестабільності зовнішнього середовища: дис. доктора екон. наук: 08.06.01 / Пастухова Валентина Володимирівна. — К., 2003. — 406 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Розвиток національної економіки в напрямку до сталого економічного зростання слід розуміти як багатовимірний процес, в складі якого відбуваються глибокі зміни в технічній, економічній, соціальній та політичній сферах. Крім того, кожна національна економіка є складовою частиною світового господарства, і стратегія розвитку конкретної національної економічної системи повинна розглядатися як складова частина розвитку світового господарства.

Таким чином, для усвідомлення внутрішнього змісту економічного розвитку як процесу виходу на шлях економічного зростання, необхідно глибоко розуміти взаємозв'язки міжнародних та внутрішніх факторів розвитку, а також роль людини як основи і головної мети всього процесу розвитку.

В сучасній теорії економічного розвитку існує цілий ряд концепцій та напрямів, які по різному підходять до розуміння поняття економічного розвитку і тому конкурують щодо своїх основних положень. Серед них слід виділити теорію “порочних кіл бідності”, теорію “великого поштовху”, теорію структурних перетворень, неокласичні моделі становлення ринкової економіки, інституціональні та неінституціональні концепції розвитку ринкової економіки.

Концепцію “порочних кіл бідності” розробив Х. Лейбенстайн [4]. Не зважаючи на досить абстрактний характер, концепція Х. Лейбенстайна звертає на себе увагу застереженням від небезпеки постійного зниження середнього доходу на душу населення в результаті випереджаючих темпів зростання чисельності населення порівняно з темпами зростання ВВП. Слід мати на увазі, що в економіці України за період переходу до ринкових відносин склалася дещо інша ситуація. Середній дохід на душу населення зменшувався не за рахунок приросту населення, а за рахунок падіння обсягів ВВП, внаслідок чого Україна за рівнем ВВП на душу населення зміщувалася вниз, а країни “третього світу” все більше її випереджали.

Іншим варіантом теорії “порочних кіл бідності” є концепція Р. Нурксе, який вважав, що низький рівень доходів пояснюється низьким рівнем продуктивності праці, який зумовлений нестачею капіталу. В свою чергу, низький рівень доходів спричинив зменшення купівельної спроможності та стимули до інвестування.

Р. Нурксе вважає типовою рисою економіки, яка йде по шляху розвитку ринкових відносин, нестачу капіталу [6], що зумовлено, перш за все, обмеженими заощадженнями та відсутністю стимулів до інвестування, що характерно для економіки України.

Відповідно до кейнсіанської інтерпретації “порочне коло бідності” пов’язане з низьким рівнем доходу, який, в свою чергу, зумовлює низький рівень споживання та заощадження. Зниження рівня споживання спричинює неефективний попит і обмеженість внутрішнього ринку та низькі темпи зростання інвестицій, що в свою чергу веде до низької ефективності виробництва, низької прибутковості та низьких стимулів до розширення та зростання виробництва. А це і є поясненням низького рівня доходу, тобто “порочне коло бідності” замикається.

Очевидно, що багато факторів, описаних в концепціях “порочних кіл бідності” характерні для економіки України, яка теж включилась в певного виду “порочне коло”. Тому, при формуванні перспективної концепції соціально-економічного розвитку України, доцільно враховувати причинно-наслідкові зв’язки, розкриті в названих концепціях, а особливо — в кейнсіанській інтерпретації “порочних кіл бідності” як науково-теоретичній основі аналізу та прогнозування розвитку національної економіки. Але при цьому слід мати на увазі, що вказана теорія має ряд недоліків. В її “колах” причина поєднується з наслідком і кожний наступний фактор не пов’язаний чіткою залежністю з попереднім, що спричинює незавершеність ланцюгів. Аналіз таких ланцюгів, як замкнених кіл, не дає можливості розподілити фактори на первинні та вторинні.

В 50–60-х роках ХХ ст. вчені розглядали процес розвитку як ряд послідовних стадій економічного зростання. Так виникла теорія лінійних стадій економічного зростання. Найбільш впливовим її представником був американський економіст Уолт Ростоу, який підкреслював, що “економічний устрій будь-якого суспільства може бути охарактеризований за допомогою одного з п’яти понять: “традиційне” суспільство; період створення передумов для “злету”; злет до самопідтримуючого зростання; рух до технологічної зрілості; ера високого масового споживання [7, 8].

Головним критерієм при виділенні названих стадій слугували переважно техніко-економічні характеристики, а саме: рівень розвитку техніки, галузева структура економіки, частка виробничого нагромадження в національному доході, структура споживання та інше.

Відповідно до підходів У. Ростоу під розвитком розуміється досягнення високих темпів економічного зростання, а процеси здійснення глибинних соціальних та інституційних змін відводяться на останній план. Головним вважається співвідношення між зміною обсягів інвестицій і темпами зростання валового національного продукту.

Ростоу та його послідовники визначають, що однією з головних умов економічного зростання є збільшення частини національного доходу, яка спрямовується на заощадження і доводять, що країни які здатні заощаджувати

15–20 % ВВП можуть розвиватися набагато скорішими темпами, ніж країни, у яких норми заощаджень нижчі [9].

Основні висновки теорії стадій зростання на практиці підтверджуються не завжди, оскільки збільшення заощаджень та інвестицій є необхідною, але недостатньою умовою прискореного зростання. Вказана теорія може бути практично реалізована лише за умови наявності необхідних структурно-інвестиційних та культурних передумов — наявності розвинутих товарних і грошових ринків, кваліфікованих кадрів, сформованої психології підприємництва, ефективної адміністративної системи.

Таким чином, концепція стадій економічного зростання може бути частково застосована для пояснення процесу розвитку економіки України, але слід мати на увазі, що вона описує лише окремі елементи економічних відносин, недооцінюючи соціально-правові моменти та не характеризуючи соціально-економічний розвиток як єдиний системний комплекс.

Не зважаючи на наявність цілого ряду недоліків, концепція переходу до самопідтримуючого зростання стала вихідною базою в процесі створення нових теорій розвитку, зокрема концепції “великого поштовху”, яка П. Розенштейн-Роданом [9]. Далі вона розвивалася під впливом відомого “Плану Маршала”, який відіграв значну роль у відродженні економіки країн Європи. З точки зору прихильників даної концепції під розвитком розуміються глибокі структурні зміни, які охоплюють провідні галузі економіки. Головним гальмом розвитку вважається відсутність сучасних галузей економіки, тобто головна роль відводиться техніко-економічним проблемам.

Концепція “великого поштовху” має ряд різновидів. Прибічником одного з них є Р. Нурксе, який запропонував з метою модернізації економіки здійснювати синхронні вкладення капіталу в ряд галузей матеріального виробництва, тобто здійснювати збалансований (з точки зору відповідності попиту та пропозиції набір інвестицій [5, 6], що дозволить забезпечити підтримуюче зростання та подолати обмеженість внутрішнього ринку.

Зазначена концепція використовувалася рядом вчених Західної Європи для обґрунтування передумов модернізації економіки в країнах, які звільнились від колоніальної залежності та почали створювати економічну систему на засадах ринкових відносин. Проблеми індустріалізації в таких дослідженнях розглядалися з позицій неокейнсіанства. Головним фактором економічного розвитку вважалися автономні інвестиції, які взаємообумовлені державною економічною політикою, спрямованою на зростання національного доходу.

На перший погляд, здається, що такий теоретичний підхід дуже вдало може бути застосований як наукова основа для аналізу та прогнозу в умовах переходу економіки України до сталого економічного зростання. Але в моделі Кейнса розглядалася лише депресивна економіка в короткостроковому періоді.

Перед економікою України стоїть стратегічне завдання переходу до сталого економічного зростання, що вимагає доповнення та поширення моделі Кейнса на середньострокову та довгострокову перспективу.

З нашої точки зору доречним може бути використання позитивних елементів моделі Харрода-Домара. Як відомо, модель Харрода-Домара виникла як об'єднання двох взаємодоповнюючих моделей Р. Харрода та Е. Домара.

Відповідно моделі Е. Домара в економічній системі зберігатиметься більш-менш рівноважний стан за умови зростання обсягів інвестицій і національного доходу однозначними і постійними в часі темпами. Інвестиції задані в моделі екзогенно, як стратегічна змінна, за допомогою якої можна коригувати темпи економічного зростання. Але реально темп зростання приватних інвестицій може відхилитися від заданого моделлю рівня як в бік збільшення, так і в бік зменшення.

Р. Харрод включив в модель економічного зростання ендогенну функцію інвестицій, доповнивши кейнсіанську модель принципом акселератора та ввівши в модель очікування підприємців. Звичайно, модель Харрода-Домара не зовсім досконала. Відповідно їй ідеальний розвиток національної економіки досягається лише за умови рівності гарантованого, природного та фактичного темпів економічного зростання. Будь-яке відхилення інвестицій від умов гарантованого темпу зростання виводить систему з рівноваги та приводить до дисбалансу попиту та пропозиції. Таким чином, динамічна рівновага за моделлю Харрода-Домара не може бути стійкою.

Та все ж модель Харрода-Домара має вагоме значення, на наш погляд, для аналізу функціонування макроекономічної системи України. В ній спостерігаються макрокритерії до визначення оптимальних темпів зростання національної економіки, а також досить критичне відношення саме до можливості ринку забезпечувати саморегулювання економічного розвитку.

Література

1. Eggersson T. *Economic Behavior and Institutions*. Cambridge University Press, 1990, [p. 35–36].
2. Tohn C. H. Fei and Gustav Ranis, "Development of the Tabor Surplus Economy: Theory and Policy (Homewood, M: Irwin, 1964).
3. W. Arthur Lewis, "Economic development with unlimited supplies of labor", *Manchester School* 22 (May 1954): 139–191.
4. Leibenstein H. *Economic Backwardness and Economic Growth*, p. 132.
5. Nurse R. *Problems of Capital Formation in Underdevelopment Countries*.
6. Nurse R. *Equilibrium and Growth in the World Economy*. Cambridge, 1961.
7. Rostow W. *The Stages of Economic Growth. A. Won-Communist Manifesto*. Cambridge, 1960.
8. Rostow W. *The Process of Economic Growth*. The 2th ed. Oxford, 1960. — P. 307–331.
9. Rostow W. *Politic and the Stapes of Growth*. Cambridge University Press, 1971. — P. 230.
10. Rosenstein — Rodan P. *Problems of Industrialization of Eastern and South – Eastern Europe*. — *The Economics Journal*, 1943, vol. 53, June / September.

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ФОРМУВАННЯ ДЕПОЗИТНОЇ БАЗИ БАНКІВ В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Ефективність діяльності та обсяг можливостей банку практично повністю залежать від його ресурсної бази. Враховуючи те, що основну частину ресурсів банків формують залучені кошти, більшу частину яких становлять депозити, сьогодні як ніколи актуальним є ефективне управління процесом формування депозитної бази банку. Особливо гостро ця проблема стає перед кожним банком саме сьогодні, коли під впливом економічної та політичної ситуації в країні довіра населення до банківської системи суттєво зменшилась.

На сьогоднішній день в Україні між банками ведеться жорстка боротьба за вільні кошти населення та юридичних осіб. Яким чином можна охарактеризувати на даний момент суб'єктів ринку депозитів. Станом на 01.03.2015 р. кількість банків на ринку України, що мають ліцензію дорівнює 151 (з них 1 банк має ліцензію санаційного банку). При цьому у березні 2015 році, ще у 3 банків була відкликана банківська ліцензія. Загалом 39 банків знаходяться в процесі ліквідації, а 17 банківських установ ліквідовано [1]. Однак незважаючи на такі значні цифри, за останні три роки кількість банків зменшилась лише на 14 %. На думку окремих спеціалістів це позитивна тенденція. Аналітик Міжнародного центру перспективних досліджень О. Жолудь вважає “Одна з великих проблем в Україні — це велика кількість дрібних банків. А проблема дрібних банків — це розпорошеність активів по різних галузях економіки, що означає, що вони в середньому є більш високоризикованими, ніж крупніші банки” [4]. Цю думку підтримує перший заступник глави НБУ О. Писарук “У нас немає іншого шляху, окрім як консолідація банківської системи. Ми розробили антикризовий пакет, який передбачає спрощення злиття і поглинання банків” [4]. Однак ми вважаємо, що конкурентна боротьба, ще ніколи не погіршувала якість пропонованого продукту. Так, наприклад, візьмемо фінансово стабільну Германію, у якій 743 банки (до них входять комерційні, транснаціональні, народні банки земель, що були створені на території колишній ГДР у результаті реформ банківської справи, іпотечні банки, спецбанки, іноземні банки, яких 145), а також більш ніж сотня філіалів іноземних банків [5]. Тому вважаємо, що скорочення кількості банків, не є позитивним моментом для створення передумов розвитку конкурентного середовища в банківській сфері України.

Аналіз ринку депозитних ресурсів України показав, що банки станом на 01.01.2015 р. мають у своєму користуванні 718,2 млрд грн. залучених депозитних коштів клієнтів. При цьому 59 % залучених коштів приходить на фізичних осіб, а 41 % на юридичних осіб. [1] Необхідно зазначити, що це опосередковані дані. В кожному окремому банку свій розподіл коштів, і він суттєво відрізняється. Так у “ПриватБанк” 77 % залучених депозитних коштів надходять від фізичних осіб, а у “УкрЕксімбанк” лише 27 % залучених депозитних коштів приходяться на долю фізичних осіб [1]. Ця відмінність свідчить про те, що кожний окремий банк орієнтується на свій сегмент ринку.

Аналіз банківського ринку депозитних коштів виявив, що більшість вкладів зроблено у національній валюті, і лише 44,3 % коштів знаходяться в іноземній валюті. При цьому вклади юридичних осіб лише у 35,3 % представлені в іноземній валюті, а вклади від фізичних осіб 49,4 % всіх коштів в іноземній валюті [1]. Ці дані свідчать про недовіру до національної валюти країни і вносять значний дисбаланс у відсоткові ставки по вкладам.

На сьогоднішній день в Україні великим попитом користуються короткострокові депозитні вклади. Однак найбільш популярним став вклад на вимогу, тобто кошти які можна забрати з банку у будь який момент. Таким вкладом користуються близько 62 % юридичних осіб, та 22 % фізичних осіб [1]. Серед населення він є менш популярним за рахунок більш низьких відсотків по вкладу. Така перевага короткострокових вкладів не дозволяє банкам в повному обсязі використовувати залучені грошові кошти, не дозволяє здійснювати довгострокові вкладення, що негативно позначається на ефективності діяльності банків в цілому.

Найбільша кількість депозитних вкладів фізичних осіб в Україні є строковими. Розмір відсотків за депозитними вкладами для фізичних осіб строком на 1 рік, в середньому по банкам, за останні три роки коливався в межах 1 % по депозитам в іноземній валюті та 2 % по депозитам в гривні [2]. Стрибок у підвищенні відсотків на 3 % по вкладам у гривні та на 2 % у вкладах в іноземній валюті за останні місяці, був спричинений політичною і економічною ситуацією в Україні та зменшенням рівня довіри населення до банків. Більшість вкладів юридичних осіб є короткостроковими, або вкладами на вимогу, тому були проаналізовані відсотки по вкладам на 30 днів. Як свідчить аналіз, розмір відсотків по вкладам юридичних осіб, в середньому по банкам, за останні три роки практично не змінювався. Лише за останні місяці відсотки за вкладами у гривні знизилися на 3 % [2]. Це свідчить про закріпленні курсу гривні на певному рівні та прогнозованої його стабільності.

На ринку України боротьба за вільні кошти населення ведеться не лише між банками, а і між страховими компаніями і небанківськими організаціями. Так небанківські організації показали стабільне зростання на фінансовому ринку світу, наприклад у 2014 році ринок електронних гаманців зріс на 18 % [3].

В таких умовах діяльності для банків є пріоритетним формування оптимальних за структурою, строками і вартістю депозитних ресурсів.

Визначимо основні етапи управління процесом формування депозитної бази банку.

1. Визначення основних критеріїв та стандартів депозитної політики банку.
2. Встановлення основних джерел формування депозитних ресурсів банку.
3. Розробка програм залучення депозитних ресурсів.
4. Впровадження запланованих програм.
5. Контроль за впровадженням запланованих програм та дотриманням стандартів депозитної політики банку.
6. Корегування критеріїв та стандартів депозитної політики банку відповідно до розвитку банківської сфери країни.

Для більш ефективного управління депозитними ресурсами необхідно впровадити таку операційну модель ІТ, яка б дозволила банкам знизити витрати та забезпечила більш ефективну роботу каналів. Особливо це актуально з позиції “віртуалізації” багатьох послуг та роботи клієнта за допомогою інтернет.

Для розробки програм залучення депозитних ресурсів необхідно створити та правильно використовувати інформаційну базу клієнтів депозитного ринку, що дасть можливість більшого залучення їх вільних коштів.

З позиції сучасної макроекономічної нестабільності на перший план виходить стратегія брендінгу банку, яка висвітлює та підтримує образ стабільності банку, що дасть змогу підвищити рівень довіри населення до банківських послуг, особливо депозитних.

Література

1. Банківський нагляд // Національний Банк України. — Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>
2. Кредит&Депозит // Финанси. — Режим доступу: http://charts.finance.ua/ru/credit_deposit/deposit_jur/
3. Материали конференції “Банк будущего”. — Режим доступу: <http://www.plusworld.ru/daily/konferenciya-bank-budushego-sostoyalas-v-madrade-13-16-noyabrya/>
4. НБУ запускає антикризову “консолідацію банків” — що це таке? // Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/~/337162>
5. Statistiken // Deutsche Bundesbank. — Режим доступу: <http://www.bundesbank.de>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКАХ ПРАЦІ

Регіонально — адміністративний менеджмент — один із найважливіших напрямів економічної науки, значимість якого в умовах переходу до ринку суттєво зростає.

Сутність регіонально-адміністративного менеджменту полягає в управлінні соціально-економічними процесами в регіоні, основною підсистемою якого є управління регіональним господарським комплексом з орієнтацією на задоволення потреб споживачів з врахуванням змін навколишнього середовища.

Це обумовлюється необхідністю забезпечення ефективного функціонування кожного регіону, що передбачає оптимальне узгодження інтересів окремих підприємств, галузей господарського комплексу і самої території.

Одне з важливіших завдань регіонально-адміністративного менеджменту в контексті підвищення конкурентоспроможності регіону полягає в ефективному використанні всіх видів ресурсів, в тому числі, і трудових [3].

Збалансований соціально-економічний розвиток регіону передбачає формування і ефективне функціонування ринку праці, невід'ємного елемента ринкової економіки.

Згідно Закону України “Про зайнятість населення”, ринок праці являє собою систему правових, соціально-трудова, економічних та організаційних відносин, що виникають між особами, які шукають роботу, працівниками, професійними спілками, роботодавцями та їх організаціями, органами державної влади у сфері задоволення працівників у зайнятості, а роботодавців — у найманні працівників відповідно до законодавства [2]. Тобто, ринок праці — це сукупний попит і пропозиція робочої сили. Завдяки взаємодії цих двох складових забезпечується розподіл економічно активного населення за робочими місцями по сферах господарської діяльності в галузевому, територіальному, демографічному та професійно — кваліфікаційному розрізах.

В територіальному відношенні ринок праці є складною просторовою структурою, яка включає локальний, регіональний, національний та світовий ринки. Кожен із виділених ринків характеризується певними параметрами, які відображають специфіку конкретної території.

Відомо, що кожен регіон як частина території країни характеризується своїми особливостями соціально-економічного та науково-технічного роз-

витку, демографічних і міграційних процесів. Цим обумовлюються відмінності регіональних ринків праці: характер структури зайнятості, рівень оплати праці, методи регулювання ринку праці з боку місцевих органів влади. Тому знання специфіки територіальної організації ринку праці має важливе прикладне значення при розробці відповідних програм [6].

Фахівці відмічають, що ринок праці України є незрілим, розбалансованим і малоєфективним. Проведений нами аналіз показав, що в регіональному розрізі спостерігається суттєва диференціація стану ринків праці, яка характеризується, перш за все, показником напруги, що відображає кількість претендентів на одне вільне робоче місце, вакансію. Так, якщо в цілому по Україні в 2013 р. цей показник складав 10 осіб, то в Кіровоградській, Сумській, Запорізькій, Полтавській, Івано-Франківській, Вінницькій та Хмельницькій областях він був вищий в 2,0–7,8 раза. Слід відмітити, що вказаний показник в 2013 році в порівнянні з докризовим періодом (2005 р.) в цілому по Україні зріс в 2 рази. При цьому у Волинській, Одеській, Херсонській, Чернівецькій областях він дещо знизився. В той же час у Вінницькій, Запорізькій, Івано-Франківській, Кіровоградській, Сумській, Харківській, Хмельницькій, Черкаській та Чернігівській областях спостерігалось його зростання. Наведені дані свідчать про те, що в структурі більшості регіональних ринків праці негативні тенденції подолати поки що не вдається.

Ринок праці в Україні формується в надзвичайно складних умовах, пов'язаних з освоєнням ринкових методів в економіці, наявними економічними проблемами та інституційними обмеженнями перехідного періоду. В зв'язку з цим, на думку, фахівців, замість ринкової реструктуризації зайнятості пріоритетне застосування отримали нестандартні механізми адаптації сфери трудових відносин, що надавали можливість підприємствам утримувати надлишкову чисельність зайнятих за рахунок збереження низького рівня заробітної плати та затримки її виплати [4].

Очевидно, цим можна пояснити недостатні темпи ринкових змін в професійній структурі ринку праці (табл. 1).

Таблиця 1

Структура потреби підприємств у працівниках на заміщення вільних робочих місць*

	Відсотки		
	2005 р.	2011 р.	2012 р.
Усього	100,0	100,0	100,0
1	2	3	4
Законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери (управлінці)	6,8	8,9	8,8
Професіонали	10,1	15,3	16,9
Фахівці	9,3	11,8	12,1
Технічні службовці	2,7	2,9	2,7

1	2	3	4
Працівники сфери торгівлі та послуг	6,6	10,5	10,5
Кваліфіковані робітники сільського та лісового господарства, риборозведення та рибальства	1,2	1,0	1,2
Кваліфіковані робітники з інструментом	30,0	21,9	20,0
Робітники з обслуговування, експлуатації та контролювання за роботою технологічного устаткування, складання устаткування та машин	21,3	13,3	13,8
Найпростіші професії (включаючи осіб, що без професій)	12,0	14,4	14,4

* Розраховано за даними статистичного щорічника України за 2011 рік, с. 364 та офіційного сайту ДСС України www.ukrstat.gov.ua

Дані, наведені в таблиці 1, показують, що позитивними змінами в професійній структурі потреби в працівниках було зростання частки професіоналів. Хоча в порівнянні з розвиненими країнами цей показник є недостатнім. Так, зокрема, в економіках країн ЄС він становить 18 % [4].

Невелика частка технічних службовців та зниження частки кваліфікованих робітників свідчить про консервацію негативних рис структури зайнятості, а відповідно, і про збереження неефективних робочих місць. Тим самим гальмується модернізація виробництва, перехід його до інноваційного розвитку, вкрай необхідного в період виходу з кризи.

Дуже незначну частку в структурі попиту на робочу силу складають кваліфіковані робітники сільського та лісового господарства, риборозведення та рибальства, до того ж цей показник протягом досить тривалого періоду практично не змінюється.

Значну частку в кадровому складі економіки становлять також робітники найпростіших професій та особи без професій, які виконують роботи, що не потребують кваліфікаційної підготовки. Причому частка цієї категорії в 2013 р. зросла до 14,0 проти 12 % в 2005 р. В країнах ЄС вона не перевищує 10 %.

Про певні позитивні тенденції на ринку праці в останні роки свідчить аналіз даних про безробіття за тривалістю пошуку роботи. Це проявляється в скороченні частки осіб з тривалістю безробіття від 6 місяців до року і більше та відповідному зростанні питомої ваги тих, хто шукає роботу не більше півроку. За період з 2010 по 2013 рік перший показник зменшився з 44,1 до 37,5, а другий збільшився з 55,9 до 62,5 %. Проте все ж п'яту частку безробітних становлять особи, як шукають роботу протягом року і більше.

Заслуговує на увагу і розподіл безробітних за причинами безробіття. В 2013 р. вивільнені з економічних причин становили майже 30 %, а звільнені за власним бажанням — 37,7 %.

Достатньо високою (17,5 %) була частка осіб, які не змогли працевлаштуватись після закінчення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів I–IV рівнів акредитації.

Забезпечення повної продуктивної, вільно обраної зайнятості, її реструктуризації на ринкових засадах має комплексний характер. Тому вимагає проведення відповідної податкової, кредитно-грошової, інвестиційної, бюджетної, соціальної, зовнішньоекономічної та інноваційної політики, спрямованої на розширення сфери застосування праці та підвищення конкурентоспроможності робочої сили [2].

Виключно важлива роль ринку праці в суспільному розвитку обумовлюється тим, що, по-перше, він є невід’ємним елементом ринкової економіки, від якого залежить напрям і темпи економічного розвитку. По-друге, завдяки ринку праці формується рівень добробуту населення та вирішуються багато соціальних проблем [4]. Отже, ринок праці слід розглядати як особливий суспільний механізм, що реалізує соціально-трудові відносини та забезпечує збалансованість інтересів працівників, підприємців і держави. Ринку праці належить важлива роль в здійсненні ринкових реформ.

В соціально-економічній літературі наголошується на очевидній необхідності державного регулювання ринку праці, зокрема, на основі нормативного підходу, який зосереджується на плановій діяльності органів державного управління [1, 7].

В Україні створена серйозна нормативна база розвитку соціально-трудових відносин: права громадян на працю та соціальний захист сформульовані в Конституції України, правові, фінансові та організаційні засади державного регулювання ринку праці регламентуються спеціальними Законами України, постановами Кабінету Міністрів України та наказами Міністерства праці і соціальної політики України.

Так, зокрема, Законом України “Про зайнятість населення” передбачено включення до загальнодержавних та регіональних програм соціально-економічного розвитку показників ринку праці. Невід’ємним елементом системи регулювання ринку праці повинні бути заходи стимулювання вітчизняного виробництва до створення нових робочих місць в пріоритетних галузях економіки та сільському господарстві [2].

До складу програм соціально-економічного розвитку входять також територіальні та місцеві програми зайнятості населення, які розробляються місцевими державними адміністраціями та затверджуються Кабінетом Міністрів України та відповідними радами.

На основі викладеного можна зробити наступні висновки:

- сучасний стан ринків праці більшості регіонів України не відповідає сучасним вимогам і недостатньо зорієнтований на ринкову трансформацію зайнятості;
- вирівнювання диспропорцій професійно-кваліфікаційної та галузевої структури ринку праці вимагає розробки та реалізації державних про-

- грам розвитку кожного регіону з чітким визначенням джерел поповнення фінансових ресурсів, призначених для нагромадження;
- для розвитку ринків праці в індустріальних областях необхідна структурна реорганізація промислового комплексу та прискорений розвиток об'єктів соціальної інфраструктури;
 - для ринків праці більшості регіонів важливе значення має створення сприятливих економічних та організаційних передумов для розширення самозайнятості в різних сферах економіки, розвитку малого та середнього бізнесу;
 - необхідною передумовою розвитку регіональних ринків праці є удосконалення механізмів взаємодії та співпраці регіональних органів державної влади, роботодавців різних форм власності та територіальних служб зайнятості.

Література

1. Гулевич О. Нормативний аналіз державного регулювання ринку праці // Україна: аспекти праці. — 2005. — № 8. — С. 3–6.
2. Закон України “ Про зайнятість населення” від 5 липня 2012 р. № 5067-VI.
3. Регіонально-адміністративний менеджмент. Під редакцією д. філос. н., проф. В. Г. Воронкової. навч. посіб. Видавничий дім “Професіонал” “Центр учбової літератури”. — К., 2010. — 351 с.
4. Системні вади ринку праці України та пріоритети його реформування. Аналітична доповідь // О. М. Пищуліна, О. П. Коваль, О. О. Кочемировська, за ред. Я. А. Жаліла. — К.: НІСД. — 2010. — 72 с.
5. Статистичний щорічник України за 2011 рік. — К., 2012.
6. Статистичний щорічник України за 2013 рік. — К., 2014.
7. Шевченко Л. С. Ринок праці: сучасний економіко-теоретичний аналіз. Монографія. — Х., 2007. — 335 с.

КОМУНІКАТИВНІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ

Рекламна діяльність в Україні за останні роки переживає бурхливий розвиток як у кількісному, так і в якісному виразі. Безсумнівно, це є позитивним аспектом у розвитку ринкових відносин. Однак не варто забувати про те, що рекламна справа в Україні пройшла за останні десять років такий шлях розвитку, що у більшості інших країн зайняв десятиліття, і це не могло не потягти за собою певних негативних наслідків. В даний момент реклама є провідним джерелом інформації про той чи інший товар, послугу чи подію і, відповідно, може як принести користь, так і завдати шкоди правам і законним інтересам споживачів і виробників. В умовах кризових процесів у національній економіці підприємства намагаються ощадливо та з максимальною ефективністю витратити рекламні кошти, а відтак, виникає нагальна необхідність пошуку рекламних матеріалів, нестандартних за змістом та способом донесення, здатних змінювати стереотипи споживачів рекламної інформації.

В сьогоденному середовищі на поведінку споживача впливають суттєві фактори (кольорова гама, форми, гучність та тембр музики тощо), що ефективно використовується телеканалами при трансляванні реклами. В загалому ринок української телереклами постійно розширюється та вдосконалюється, збільшується питома вага національного рекламного телепродукту, помітно зростає професійний, технічний та технологічний рівень телереклами. Однак це не призводить до помітного підвищення ефективності реклами, комунікативної складової зокрема, що обумовлено недостатньою увагою до комунікативних аспектів телереклами, потреб вітчизняного споживача, недостатнім дослідженням культурних, соціальних, особистісних, психологічних чинників, які мають вплив на поведінку аудиторії. Таким чином, подальше вдосконалення телереклами залежить від підвищення її комунікативної ефективності. Оптимізації, покращення рівня телереклами можна досягти лише в процесі досконалого вивчення її можливостей та цінової політики [2]. Інтенсивний розвиток телерекламної комунікації є потужним інструментом продажу товарів та послуг, а також засобом активного економічного та технологічного вдосконалення, розвитку телеканалів і визначає обличчя сучасного вітчизняного телебачення. Телереклама має численну аудиторію, характеризується високим ступенем привернення уваги.

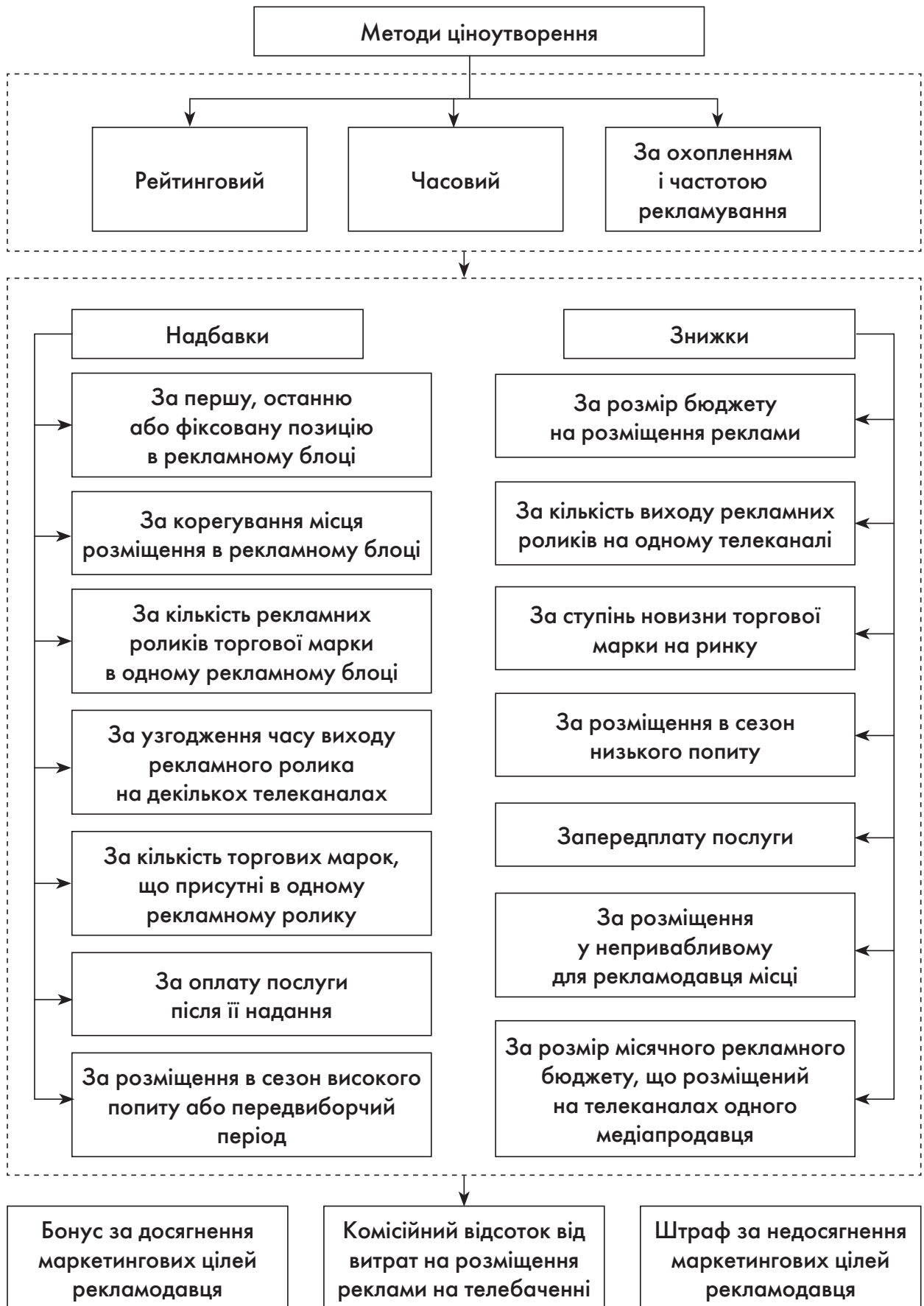


Рис. 1. Формування ціни на послугу розміщення реклами на телебаченні [удосконалено автором на основі 1]

До того ж вона не тільки впливає на збут товарів та послуг, але й стає важливим джерелом формування ціннісних настанов, особливо для молодих громадян України, пропонує ідеї та принципи, ціннісно-нормативні орієнтири, варіанти вирішення повсякденних життєвих проблем. Інакше кажучи, має неабияке соціокультурне значення для суспільства. Тому назріла необхідність виокремлення проблеми економічної ефективності телереклами в Україні, її комунікативного впливу на аудиторію. Основною складовою ефективності телереклами є її цінова політика, адже виявлено, що практика ціноутворення на рекламні продукти демонструє високу варіативність методів формування ціни. Ціна формується з урахуванням низки чинників: вид рекламного продукту, ступінь його диференціації, повні та прямі витрати на створення рекламного продукту, прийнятний для рекламного агентства прибуток, очікуваний замовником рівень ціни, рівень цін конкурентів [3]. Визначено, що підприємства рекламної галузі використовують три підходи в оплаті створення рекламних продуктів: 1) на основі забезпечення цільового розміру прибутку; 2) комісійного — певний відсоток від маркетингово-комунікаційних, рекламних, PR, медійних витрат, витрат на друк, аудіо-, відеовиробництво рекламних матеріалів клієнта, прибутку клієнта; 3) гонорарно — погодинна та фіксована оплата. Розроблено методичні засади ціноутворення на окремі рекламні продукти, що пов'язані з радіо-, телевізійною рекламою, зовнішньою рекламою, рекламою у періодичних виданнях, у кінотеатрах, наданням креативних послуг. Розроблено систему знижок та надбавок, що реалізуються підприємствами рекламної галузі залежно від умов придбання рекламних продуктів. На рис. 1 наведено послідовність формування ціни на послугу розміщення реклами на телебаченні.

Отже, зміни у поведінці споживачів рекламної інформації зумовили швидкі темпи розвитку субсегментів ринку маркетингових комунікацій: внутрішня реклама, реклама в пресі, Інтернет-реклама, заходи стимулювання збуту, прямий маркетинг, спонсорство, продакт плейсмент та реклама на телеканалах. У 2014 році ланцюгові темпи їх приросту становили від 35 % до 200 %. Виявлено, що серед рекламодавців найбільшою популярністю користувалися телевізійна реклама, реклама в пресі та заходи стимулювання збуту, які разом становлять 63 % місткості ринку, що є нетиповою тенденцією для розвинених країн.

Література

1. Мельникович О. М. Рекламний бізнес: менеджмент маркетингу: монографія / О. М. Мельникович. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. — 358 с.
2. Сапенько Р. Взаємодія реклами і телебачення: еволюція відчуттєвої культури / Роман Сапенько // Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтва. — К.: Міленіум, 2005. — № 3. — С. 11–16.
3. Шмига Ю. І. Ефективність та ефекти рекламної комунікації // Вісник Запорізького національного університету: Зб. наук. ст. Філологічні науки. — 2005. — № 1. — С. 230–233

МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ВНЗ УКРАЇНИ

Формування механізму ринкового саморегулювання на ринку освітніх послуг, посилення конкуренції серед закладів вищої освіти різних форм власності, зменшення контингенту студентів ВНЗ I–IV рівнів акредитації (за період 2009–2014 рр. їх чисельність впала на майже 73 %), проблеми з набором абітурієнтів у вищі навчальні заклади (вишам доводиться боротися за кожного студента) вимагає впровадження концепції маркетингу в управління діяльністю ВНЗ. Основні причини даної ситуації такі, як:

1. Демографічна криза (демографічна яма) – катастрофічне падіння народжуваності протягом 12 років (1990–2002 рр.) удвічі, причому ці тенденції будуть продовжуватися аж до 2020 року (рис. 1).

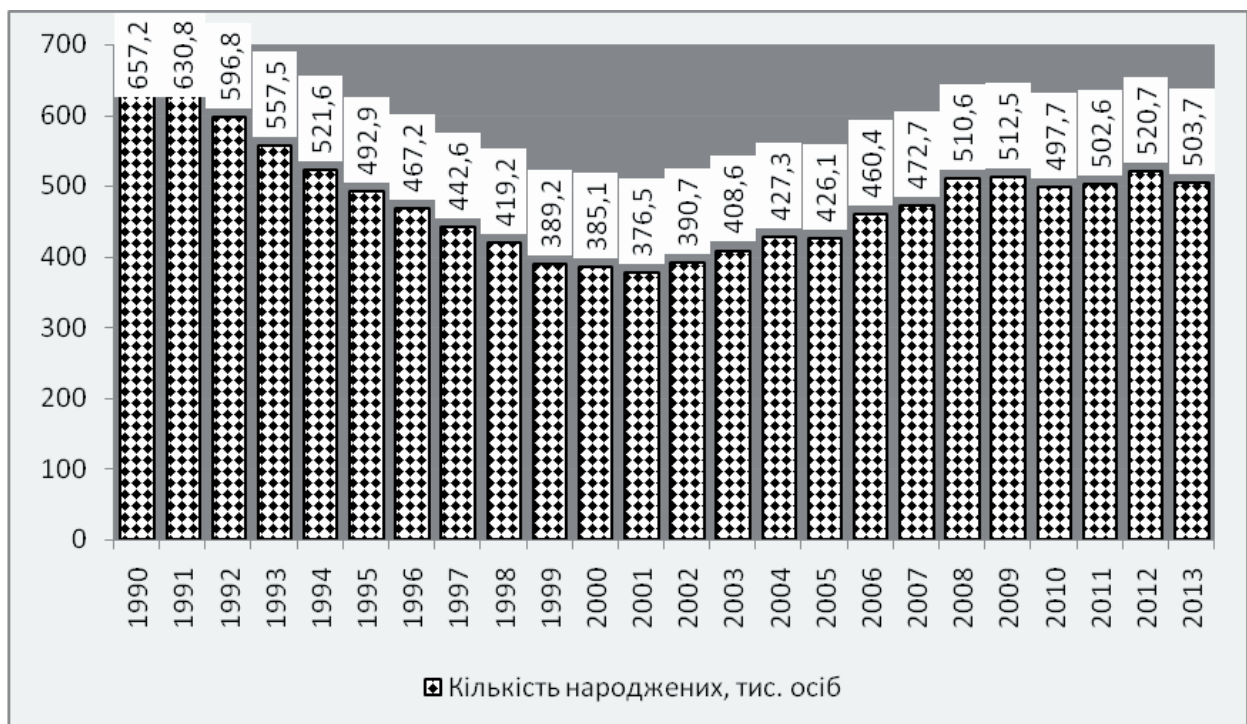


Рис. 1. Кількість народжених протягом 1990–2013 рр. в Україні

Джерело: статистичні дані Державної служби статистики України [5]

2. Зміна правил вступу до ВНЗ: починаючи із 2008 року обов'язковою умовою вступу до вищого навчального закладу стало проходження зовніш-

нього незалежного оцінювання, введення ж прохідного балу ЗНО закрило доступу виші абітурієнтам, які показали низький рівень знань з конкурсних предметів (до цього такі абітурієнти могли вступати у ВНЗ). Внаслідок цього зменшився конкурс на вступ у ВНЗ. Так, за даними інформаційної системи “Конкурс” протягом 2009–2014 років на одне місце ліцензійного обсягу для здобуття ступеня бакалавра на контрактній основі була подана приблизно одна заява, а на одне місце державного замовлення — близько 9 заяв. Якщо один вступник у середньому подавав приблизно 4 заяви, то на одне місце державного замовлення претендувало трохи більше двох осіб, а на 4 місця навчання на контрактній основі — одна особа. Ліцензійні обсяги прийому значно завищені, ВНЗ не можуть набрати достатню кількість студентів, отже допускають до здобуття вищої освіти осіб, не підготовлених до цього належним чином, що знижує її якість.

3. Освітня міграція — навчання частини українських студентів (біля 30 тис. осіб) у зарубіжних країнах. Перевагами отримання вищої освіти за кордоном є такі: відсутність або невисокий рівень оплати за навчання у державних вишах; великі можливості щодо опанування іноземної мови; визнання дипломів світовим співтовариством; перспективи працевлаштування у провідних європейських і міжнародних компаніях; приєднання до здобутків європейської та світової культури; вивчення особливостей ведення бізнесу в тій чи іншій країні.

До того ж деякі іноземні виші мають можливість відкривати в Україні свої філії або представництва, й українські абітурієнти охоче подають туди документи, оскільки отримують два дипломи — вітчизняного та іноземного зразків, що полегшує працевлаштування.

4. Внаслідок падіння купівельної спроможності населення, погіршення фінансового стану підприємств, зростання витрат начальних закладів, й, відповідно, збільшення плати за навчання на контрактній основі, споживачі освітніх послуг (студенти та їх батьки) часто неспроможні оплатити вартість навчання, що веде до відпливу частини потенційних студентів.

5. Загострення напруженості на ринку праці, особливо в сегменті зайнятості фахівців з вищою освітою, викликане невідповідністю пропозиції фахівців з вищою освітою попиту на них. Збільшення контингенту студентів як у державному, так і недержавному секторах вищої освіти (2003–2008 рр.) привело до зменшення зайнятості молоді та зростання безробіття серед випускників ВНЗ. У 2013 році рівень зайнятості серед осіб 15–24 роки склав 32,5 % — найнижчий показник серед усіх вікових груп а рівень безробіття — 17,4 % — найвищий показник серед усіх вікових груп (Для порівняння: рівень зайнятості всього населення — 60,3 %, а рівень безробіття — 7,2 %).

Головним критерієм ефективності функціонування вищої освіти є заотребуваність фахівців ринком праці, оцінка їх знань, навичок і компетенцій роботодавцями та рівень конкурентоспроможності на світовому ринку. На сучасному етапі в Україні підприємствами затребувана лише половина випускників ВНЗ. Основними причинами цього є такі, як:

- втрата навчальними закладами виробничих зв'язків з потенційними роботодавцями, недостатній рівень кваліфікації випускників, що зумовлено як умовами навчання, так і відсутністю практичного досвіду роботи, психологічною неготовністю діяти самостійно;
- особливості поведінки (ірраціональність поведінки) споживачів освітніх послуг (абітурієнтів та їх батьків) – їх прагнення отримати “модну” спеціальність (популярну в певний проміжок часу), не прогнозуючи на перспективу можливості знайти робоче місце за цією спеціальністю;
- відсутність інформації про очікувані зміни щодо потреб ринку праці на певні професії (ні абітурієнти, ні їх батьки не знають, на фахівців яких спеціальностей і професій існує попит на ринку праці зараз та на які виникне у майбутньому);
- недостатність уваги державних органів (служб зайнятості) і працівників загальноосвітніх закладів освіти до профорієнтаційної роботи з учнями, внаслідок чого соціальний попит на “модні” професії неузгоджений з реальними потребами в кадрах національної економіки.

Отже, необхідно привести у відповідність попит і пропозицію на фаховому ринку праці, що можливе лише за умови застосування сучасних концепцій маркетингу в управлінні діяльністю вищого навчального закладу.

Для того, щоб діяльність ВНЗ була успішною, необхідно дати відповіді на основні питання, які відображають сутність маркетингу:

Фахівці яких спеціальностей, професій, рівнів підготовки і кваліфікації потрібні ринку праці в поточному та середньостроковому періоді, і в якій кількості?

Який сегмент або нішу ринку ми можемо зайняти? Хто наш клієнт?

Яку ціну встановити за освітні послуги? Яку цінову стратегію (політику) обрати?

Як просувати освітні послуги на ринок?

Маркетинг вищої освіти, як і в будь-якій іншій сфері, повинен починатися з визначення потреб фахового ринку праці. З цією метою необхідно проведення моніторингу фахового ринку праці та ринку освітніх послуг й оцінка потреб в кваліфікованих кадрах з метою створення системи випереджувальної підготовки та перепідготовки фахівців для потреб економіки; розробка консенсус-прогнозів попиту та пропозиції фахівців за видами економічної діяльності й, на їх основі, розробка прогнозів потреб економіки в кадрах за напрямками підготовки й освітньо-кваліфікаційними рівнями; інформування потенційних споживачів освітніх послуг та вищі навчальні заклади про очікувані зміни попиту й пропозиції на фаховому ринку праці, поточні і перспективні потреби економіки та суспільства в підготовлених кадрах за видами економічної діяльності, спеціальностями та професіями; налагодження та підтримання зв'язків з підприємствами через участь роботодавців у розробці державних стандартів, планів та програм підготовки фахівців, проведення стажування студентів на цих підприємствах.

Для того, щоб рівень, якість і структуру підготовки фахівців привести у відповідність до перспективних потреб економіки, потрібна модернізація освітніх стандартів, навчальних планів, змісту програм. Першочерговим заходом в даному напрямі є вироблення нового підходу до практичної підготовки майбутніх фахівців (надати практичну спрямованість професійній підготовці майбутніх фахівців як у США, для цього змінити освітні стандарти, навчальні плани й програми підготовки студентів з урахуванням збільшення обсягу навантаження на їх практичну підготовку, суміщати теоретичну підготовку у ВНЗ з професійно-практичними фазами на підприємствах як у Німеччині).

Література

1. Антошкіна Л. І. Економіка вищої освіти: тенденції та перспективи реформування / Л. І. Антошкіна. — К.: Видавничий дім “Корпорація”, 2005. — 368 с.
2. Лукіна Т. І. Моніторинг якості освіти: теорія і практика / Т. І. Лукіна. — К.: Шкільний світ: Вид. Л. Галіцина, 2006. — 128 с.
3. Панкрухин А. П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании: учебн. пособие / А. П. Панкрухин — М.: Интерпакс, 1995. — 240 с.
4. Петрова Т. В. Ринок освітніх послуг і ринок праці: проблеми взаємозв'язку і взаємодії / Т. В. Петрова // Україна: аспекти праці. — 2006. — № 4. — С. 22 — 34.
5. Статистичні матеріали Державної служби статистики України: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДИКИ АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Теоретичний розгляд питань про розрахунки з оплати праці на підприємстві має актуальне значення, оскільки оплата праці є досить важливою ланкою системи соціально-трудова відносин і найскладнішою у вирішенні соціально-економічною проблемою. З одного боку вона є основним (і часто єдиним) джерелом грошових доходів найманих працівників, основою матеріального добробуту членів їхніх сімей, з іншого — суттєвою часткою витрат виробництва і ефективним засобом мотивації працівників до досягнення головної мети діяльності підприємства. Оплата праці входить до складу національного доходу країни, виступає об'єктом державного регулювання [3].

Належна організація оплати праці й усіх розрахунків, пов'язаних з нею, є основою соціально-трудова відносин найманих працівників, роботодавців і держави, що впливають на ефективність управління трудовими ресурсами та їх належного використання [4].

У процесі становлення соціально-ринкової економіки в Україні все більшого розвитку набуває аудиторська діяльність [2]. З'являються нові види аудиту — аудит ефективності, адміністративної діяльності, кадровий аудит, аудит за завданням спеціального призначення тощо. Підприємства починають замовляти не тільки послуги з проведення обов'язкового аудиту, але й перевірок окремих видів діяльності, типів операцій, стану розрахунків тощо. Паралельно з розвитком аудиторських послуг удосконалюється нормативно-правова база, що регулює аудит в Україні, напрацьовуються відповідні методики, досвід, відбувається інтеграція норм аудиту України з міжнародними стандартами [7 с. 5,68].

Аудит розрахунків з оплати праці — це дуже трудомістке і відповідальне завдання з надання впевненості, бо поєднує в собі елементи фінансового аудиту й аудиту на відповідність, що пов'язано з необхідністю дотримання трудового та податкового законодавства при формуванні економічної інформації про розрахунки з оплати праці та інші виплати працівникам підприємства [5,6].

Сучасний стан розвитку соціально-економічних відносин з оплати праці, висуває особливі вимоги до формування мети, завдань, об'єктів аудиту та оцінки наданої інформації про розрахунки за виплатами працівникам, що

має враховувати інтереси усіх сторін цих відносин — роботодавця, працівника і держави. Зважаючи на вказані обставини та доведену в економічній літературі та чинному законодавстві важливість обліково-аналітичної категорії “оплата праці” [3], доцільно запровадити разом з виконанням загального аудиту фінансової звітності підприємства здійснення обов’язкових для будь-якого підприємства завдань з аудиту спеціального призначення — аудиту виплат працівникам з винесенням за його результатами відповідного аудиторського висновку [7, с. 75].

Аудит у сфері праці та її оплаті — це система заходів зі збору інформації, її аналізу й оцінки на цій основі рівня ефективності діяльності підприємства з організації праці та її оплати. Об’єктом аудиту є трудовий колектив, персонал підприємства та розрахунки з ним, його діяльність. За метою такого аудиту персонал підприємства і його праця мають подаватися у вигляді системи показників, що дозволяють охарактеризувати: результативність, ефективність функціонування трудового колективу; ефективність систем оплати праці; результативність організації робочих місць, розподілу робіт; ефективність використання робочого часу, ресурсів та ін. [5].

При цьому оцінка ефективності діяльності працівників та оплата їх праці розглядається як головна, глобальна мета аудиту. Аудит дозволяє переконатися у взаємній відповідності діяльності підприємства з управління персоналом і стратегії його розвитку, а також взаємній відповідності регламентації соціально-трудова відносин і законів, правил, інструкцій та методик, у тому числі і внутрішньогосподарських, що визначають цю діяльність. За результатами належно організованої аудиторської перевірки можуть бути визначені напрями для встановлення, зміни чи удосконалення стандартів, методик тощо. Фахова перевірка, як правило, сприяє кадровим перестановкам, які поліпшують якісний склад трудових ресурсів, кар’єрному просуванню більш перспективних співробітників і розвитку їхньої творчої активності. Стосовно зацікавленої роботи безпосередньо з кадровими службами підприємства, то тут аудит дозволяє підвищити їх роль, наблизити їхню діяльність до стратегічної мети і поточних завдань підприємства, загострити їх увагу на найважливіших питаннях ефективно організації праці та її адекватної оплати. Багатогранність і різноманітність цілей аудиту підприємства в сфері праці та її оплати спонукає нас ставитись до цієї процедури як до складного явища, яке потребує належного наукового і методичного забезпечення.

Так, подібно до фінансових перевірок аудит розрахунків з оплати праці повинен проводитися з певною періодичністю, щоб переконатися у неухильному і систематичному виконанні поставлених на перспективу завдань. До того ж аналіз і оцінка окремого показника чи явища у відриві від інших, як правило, не дають бажаного результату, оскільки необхідний комплексний підхід. При цьому слід зазначити, що достатньо ефективна перевірка, яка гарантує повну і достовірну інформацію про результати впровадження сучасних програм управління і розвитку персоналу, може цілком правомірно розглядатись як вагомий внесок у вирішення стратегічних завдань підприємства [7, с. 79].

Аудит з розрахунків з оплати праці повинен здійснюватися у кілька етапів: підготовчий, що включає розробку відповідних методичних підходів до проведення перевірки; збирання інформації; аналізу й обробки інформації та оцінки ефективності аудиторської перевірки [7, с. 87]. Аудит — це сучасна форма науково-практичного дослідження фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання, тому важливо, щоб його результати ґрунтувалися на об'єктивних, порівняльних і достовірних даних. При організації таких перевірок допускається використання будь-яких видів документації з праці і трудових відносин.

Основними ж джерелами інформації, які використовують при проведенні аудиту розрахунків з оплати праці, є закони й інструкції, трудові показники, результати анкетування працівників та інтерв'ю з ними, первинна документація, статистична звітність з праці, бухгалтерська фінансова звітність, дані податкової звітності тощо. Застосовують відповідні методи і прийоми аудиту: інспекція зобов'язань з оплати праці та ступеня використання резервів, оцінка, опитування, запит (підтвердження), спостереження за виконанням роботи посадовими особами, аналітичний огляд, документальна перевірка, формальна, логічна та арифметична перевірка, підрахунок, економіко-математичні, статистичні методи.

Для проведення аудиторського дослідження можна залучати співробітників даного підприємства чи представників інших організацій, наприклад, на принципах аутсорсингу. У кожному з цих підходів є свої переваги і недоліки. Свої працівники більше знають про підприємство, і їм легше визначити, які аспекти потребують критичної оцінки, їм простіше проводити опитування й анкетування тому, що вони в меншій мірі розглядаються опитуваними як загроза їх інтересам, тобто як щось вороже. Разом з тим їм складніше подивитися на існуючі на підприємстві проблеми “зі сторони”, оскільки вони самі багато в чому звиклись з існуючими порядками; а отже, їм важко бути абсолютно об'єктивними і незаангажованими в своїх оцінках. Такі якості як об'єктивність і незалежність більш притаманні залученим зовнішнім фахівцям, яким немає необхідності піклуватися про “честь мундира”, вони не залежать від керівників досліджуваного підприємства і які, нарешті, будучи фахівцями у сфері організації праці та її оплати, знайомі з найновітнішими ідеями і досягненнями. Обидва підходи доцільно застосовувати на практиці, оскільки організація праці тісно пов'язана з трудовим законодавством, а оцінка легітимності діяльності фірми у даній сфері є також однією з цілей аудиту.

Керівництво підприємства може в результаті проведеної аудиторської перевірки ще раз уточнити, наскільки дотримуються вимог законів і інструкцій посадові особи підприємства, на які покладено обов'язки організації праці, ведення обліку розрахунків з оплати праці, обліку особового складу, робочого часу, правильності утримання податків і відрахувань із заробітної плати [4]. Досягнення рівних можливостей щодо забезпечення зайнятості, техніки безпеки й охорони здоров'я, пенсійних програм — ось ті основні макроеко-

номічні проблеми, реалізація яких на мікрорівні може бути перевірена в процесі фахово організованого аудиту праці та її оплати. Оцінку стану цієї роботи на підприємстві можна дати не тільки на основі перевірки документації і звітності, але й на базі аналізу анкет, опитувальних листів, у результаті бесід із працівниками.

Крім того, специфічна мета аудиторської перевірки полягає в тому, що вона не тільки визначає, наскільки дотримуються на підприємстві положень законів, правил й інструкцій, але й одночасно в ході індивідуальних і групових бесід та зустрічей із працівниками, аналізу матеріалів анкет і опитувальних листів дає можливість виявити застарілі інструкції і вимоги, що не були вчасно або оновлені, або відмінені. Вихід із законотворчою ініціативою у вищі керівні органи держави і подальше усунення таких можливих обмежень може саме по собі стати джерелом зростання продуктивності праці на макрорівні чи принаймні на макрорівні спростити роботу працівників підприємства.

Отже, належно організований фаховий аудит розрахунків з оплати праці, як елемент виявлення резервів підвищення ефективності праці і прибутковості підприємства, є одним із найбільш перспективних факторів ринкової економічної політики підприємства, що особливо наочно проглядається в умовах трансформації економіки. Сучасні методичні прийоми і процедури аудиту є ефективним інструментом дослідження як мікроекономічних, так і макроекономічних проблем організації праці та її оплати, який може успішно застосовуватись практично до дослідження всіх елементів дослідження трудових відносин. Систематичне проведення аудиторських перевірок дасть можливість правильно оцінити стан і перспективи розвитку трудових відносин на підприємстві, а відтак забезпечити ефективне використання наявних трудових ресурсів суб'єкта господарювання.

Література

1. Закон України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” від 16.07.99 р. № 996-XIV.
2. Закон України “Про аудиторську діяльність від 22.04.93 р. № 3125-XII.
3. Закон України “Про оплату праці” від 24.03.1995 р. № 108/95-ВР.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 “Виплати працівникам”: Наказ Міністерства фінансів України від 27.10.2003 р. № 601.
5. Аудит: Навч. посіб. / за ред. Сопко В. В. — К.: ВД “Професіонал”, 2006. — 576 с.
6. Аудит: Застосування міжнародних стандартів аудиту в аудиторській практиці України: Навч. посібник / Аудиторська палата України; Спілка аудиторів України; Державна академія статистики, обліку та аудиту Держкомстату України / Іван Ісакович Пилипенко (заг. ред.). — К.: ТОВ “ІАМЦ АУ “СТАТУС”, 2005. — 172 с.
7. Коваль М. І., Михайленко О. В. Аудит. Організація і методика аудиту: опорний курс лекцій / М. І. Коваль, О. В. Михайленко. — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2014. — 222 с.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Кризовий стан сучасної економіки загрожує національним інтересам України, надзвичайно актуалізує проблему її національної безпеки, в першу чергу такої її складової — як економічна. Конституцією України закріплено, що найважливішою функцією держави і справою всього Українського народу є — забезпечення економічної безпеки. Реалізація зазначеної функції покликана забезпечити сталий розвиток економіки та добробут громадян України, посилити позиції держави в міжнародному співтоваристві. В сучасних умовах поняття **економічної безпеки** є лише складовою національної безпеки. Так, Законом України “Про основи національної безпеки України”, а саме у ст. 1 зазначено: національна безпека це — захищеність життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави, за якої забезпечуються сталий розвиток суспільства, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних та потенційних загроз національним інтересам у сферах правоохоронної діяльності, боротьби з корупцією, прикордонної діяльності та оборони міграційної політики, охорони здоров’я, освіти та науки, науково-технічної та інноваційної політики, культурного розвитку населення, забезпечення свободи слова та інформаційної безпеки, соціальної політики та пенсійного забезпечення, житлово-комунального господарства, ринку фінансових послуг, захисту прав власності, фондових ринків і обігу цінних паперів, податково-бюджетної та митної політики, торгівлі та підприємницької діяльності, ринку банківських послуг, інвестиційної політики, ревізійної діяльності, монетарної та валютної політики, захисту інформації, ліцензування, промисловості та сільського господарства, транспорту та зв’язку, інформаційних технологій, енергетики та енергозбереження, функціонування природних монополій, використання надр, земельних та водних ресурсів, корисних копалин, захисту екології і навколишнього природного середовища та інших сферах державного управління при виникненні негативних тенденцій до створення потенційних або реальних загроз національним інтересам [1].

У цьому ж Законі визначені основні напрями державної політики у сфері економіки. А саме: забезпечення умов для сталого економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності національної економіки; прискорення прогресивних структурних та інституціональних змін в економіці,

поліпшення інвестиційного клімату, підвищення ефективності інвестиційних процесів; стимулювання випереджувального розвитку наукоємних високотехнологічних виробництв; вдосконалення антимонопольної політики; створення ефективного механізму державного регулювання природних монополій; подолання “тонізації” економіки через реформування податкової системи, оздоровлення фінансово-кредитної сфери та припинення відпливу капіталів за кордон, зменшення позабанківського обігу грошової маси; забезпечення збалансованого розвитку бюджетної сфери, внутрішньої і зовнішньої захищеності національної валюти, її стабільності, захисту інтересів вкладників, фінансового ринку; здійснення виваженої політики внутрішніх та зовнішніх запозичень та інші.

Нагальність зміцнення системи економічної безпеки в Україні обумовлюється існуючими недоліками у фінансово-економічній сфері, а саме: розладом фінансів держави, місцевого самоврядування та приватних підприємницьких структур, що, зокрема, проявляється в недосконалості міжбюджетних відносин та дефіцитності бюджетів усіх рівнів; втратами внутрішньої та зовнішньої платоспроможності, яка загрожує банкрутством; послабленням контролю у сфері розрахунків між економічними агентами; загостренням кризи платіжної системи; нерозвиненістю фондового ринку; домінуванням негрошових відносин в економіці; “втечею” національного капіталу за кордон; втратою довіри населення до національної грошової одиниці, фінансових інституцій тощо. Однією з найсуттєвіших загроз фінансовій безпеці є істотна виснаженість ключових джерел фінансових ресурсів — прибутку суб’єктів господарювання, доходів бюджетів усіх рівнів, амортизаційних відрахувань, ресурсів цільових фондів та ін. Ми погоджуємося з визначеним, але вважаємо що цей перелік загроз не вичерпний і потребує доопрацювання.

В першу чергу слід не тільки виявити загрози реальні, а й слід установити прогалини у чинному законодавстві, які сприяють вчиненню зловживань, з боку посадових осіб, та іншим негативним чинникам, що є загрозами сучасної економіки. Зазначені загрози слід систематизувати (класифікувати), а в подальшому слід розробити правові механізми перешкод їм. У свою чергу така послідовність та систематичність надасть позитивних результатів у діяльності по забезпеченню національної економіки.

Література

1. Про основи національної безпеки України.
2. Ареф’єв В. О. Інтегральне оцінювання рівня фінансової безпеки підприємств / В. О. Ареф’єв // Інвестиції: практика та досвід. — 2011. — № 24. — С. 55–56.
3. Белоусова І. А. Управління трансакційними витратами в системі фінансової безпеки підприємств і корпорацій / І. А. Белоусова, О. А. Кириченко // Зовнішня торгівля: право та економіка. — К., 2010. — № 3. — С. 72–80.
4. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. — К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. — 784 с.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ — ЗАПОРУКА УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В сучасному світі темпи економічного зростання залежать від ефективного розвитку науково-технічного прогресу. Рушійною силою ефективного функціонування економічної системи стала інноваційна діяльність, яка ґрунтується на створенні й експлуатації нових знань.

Зростання взаємозалежності країн і народів призводить до формування нових підходів щодо створення інтелектуального потенціалу для забезпечення економічного розвитку на якісно новому рівні.

Слід зазначити, що основоположником інноваційної теорії економічного розвитку був український учений М. Туган-Барановський, який у своїй праці “Промислові кризи у сучасній Англії, їх причини і вплив на народне життя” (1894 р.) дослідив засади циклічного характеру розвитку економіки і дійшов висновку, що не споживання керує виробництвом, а навпаки, виробництво керує споживанням через нагромадження позикового капіталу та його інвестування. Позикові капітали сприяють науковим відкриттям і технічним вдосконаленням та підштовхують виробництво. Інакше кажучи, величина попиту на капітал залежить від стану технічного прогресу [1].

Надалі цей напрям досліджень був продовжений М. Кондратьєвим, який на початку ХХ ст. довів, що економічний розвиток має поступальний рух і здійснюється нерівномірно, науково-технічна революція розвивається хвилеподібно, з циклами протяжністю приблизно в 50 років [2].

Пізніше ці хвилі почали називати технологічними укладами, кожний з яких у своєму розвитку проходить різні стадії Застарілі уклади, що втратили свій вплив на темпи зростання, змінюються новими. Виділяють шість технологічних укладів. В сучасний період уже відбувається перехід до шостого технологічного укладу, ядром якого стають наноелектроніка і фотоніка, гена інженерія і біотехнологія; інформаційні системи глобального рівня — наукові, екологічні, освітні, соціокультурні. Прогнозується, що на зміну постіндустріальному, інформаційному технологічному укладу прийде інноваційний уклад [3].

Входження України у загальносвітовий техніко-економічний розвиток відбулося наприкінці ХІХ ст. на рівні третього укладу за значного впливу першого та другого. Створення нових укладів відбувалося шляхом так званої на-

здоганяючої модернізації. Як наслідок, нові технологічні уклади співіснують у вітчизняній економіці з попередніми, що стримує становлення нових.

Впровадження прогресивних видів техніки та технологій дає реальні можливості виходу на зовнішній ринок із конкурентоспроможним товаром як для окремого підприємства, так і для промисловості в цілому. Особливо це важливо зараз для України, яка вступила до СОТ, стала асоційованим членом ЄС та відвойовує свої окуповані території на Сході.

Інтеграція України у високотехнологічне конкурентне середовище, вихід економіки на світовий рівень зумовили потребу формування інноваційної моделі розвитку, вибору пріоритетів розвитку, які повинні відповідати перспективним науковим напрямам і здатні принести країні як стратегічно важливі конкурентні переваги на міжнародному ринку, так і значні фінансові надходження.

Так, у Законі України “Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні” від 08.09.2011 № 3715-VI виділено 7 стратегічних напрямів на 2011–2021 роки, а у Постанові Кабінету Міністрів України від 12 березня 2012 р. № 294 “Деякі питання визначення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності загальнодержавного рівня на 2012–2016 роки” виділено 53 середньострокові пріоритетні напрями інноваційної діяльності загальнодержавного рівня [4].

Але у сучасних умовах в країні неможливо реалізувати на практиці підтримку всіх пріоритетних напрямів. Тільки невелика частина державних програм може дійсно призвести до виникнення економічно ефективних інновацій.

Слід зазначити, що в Україні є потенціал для активізації інноваційної діяльності. Насамперед, це висока концентрація ключових ресурсів — знань і кваліфікованих кадрів, які були підготовлені системою освіти і науки. Але наразі країна втратила своє місце в структурі міжнародного технологічного обміну, а внутрішніх ресурсів для розвитку недостатньо.

Політика, яку проводила попередня влада, привела практично до знищення наукових центрів, розпаду наукових колективів, які формувалися впродовж десятиліть; значного послаблення зв'язків між науковою і виробничою сферами; значного скорочення дослідно-конструкторських робіт.

На відміну від розвинутих країн, які до 85–90 % приросту ВВП забезпечують через виробництво та експорт наукоємної продукції, Україна, посідаючи за кількістю науковців одне з перших місць у світі, поки що розвивається без суттєвого використання результатів наукових досліджень [5].

Так, питома вага підприємств, що займаються інноваціями серед загальної кількості підприємств України змінювалась з 18 % у 2000 р. до 11 % у 2006 р., але вже у 2013 р. питома вага таких підприємств склала близько 17 %. Слід звернути увагу на той факт, що серед підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, лише деяка частка дійсно впроваджувала інноваційні продукти та послуги на існуючі ринки. У 2000 р. питома вага підприємств, що впроваджувала інновації, становила 14,8 %, у 2006 р. — 10 %, а у 2013 р. —

13,6 %. Наведені дані свідчать, що частка підприємств, які впроваджували інноваційні продукти у 2000–2013 рр., є нижчою за частку підприємств, що займалися інноваційною діяльністю. Це пояснюється тим, що на етапі виведення інноваційного продукту на ринок підприємства зіштовхуються з проблемами — нестачею власних коштів, недосвідченістю, суперечністю законодавства України, бюрократією з боку державних службовців, низьким рівнем державної підтримки, недоліками у методиці оцінки інноваційних проектів та інші.

Таблиця 1

**Основні показники і інноваційної діяльності
промислових підприємств [6]**

	2001	2005	2010	2013
Кількість промислових підприємств, що впроваджують інновації	1503	1086	1217	11312
% до загальної кількості	14,3	11,0	115	12,9
Кількість освоєних нових видів техніки, найменувань	610	657	663	809
Кількість впроваджених нових видів технологічних процесів	1421	1808	2043	1576
з них ресурсозберігаючих	469	690	479	502
Частка інноваційної продукції в загальному обсязі відвантаженої продукції, %	6,8	5,6	7,0	3,3

Все це призвело до того, що інноваційна активність українських підприємств залишається низькою. Якщо у 2001 р. інноваційну діяльність здійснювало 1503 промислових підприємства (14,3 % від загальної кількості), то у 2005 р. — 1086 (11 %), в 2010 р. — 1462 (13,8 %) а в 2013 р. — 1715 (16,8 %) [6].

В сучасний надзвичайно складний період головним завданням державної політики в інноваційній діяльності, її пріоритетом повинно стати відновлення самодостатнього національного воєнно-промислового комплексу. Ступінь задоволення потреб у продукції як оборонного, так і цивільного призначення в екстремальних умовах, в яких зараз опинилася Україна, є критерієм забезпечення воєнно-економічної безпеки.

Необхідно зазначити, що оборонний сектор завжди продукував і використовував високі технології, унікальне обладнання, високий інтелектуальний потенціал. Нажаль в Україні за ці роки сума держзамовлення на виробництво зброї була мінімальною. Обсяг фінансування науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт у військовій сфері становив менше 5 % від дійсної потреби, що фактично робило неможливим проведення модернізації Збройних Сил та інших військових формувань і створило загрозу воєнній безпеці України.

За період 2010–2013 років не було закуплено жодного танка, БТР, автомобіля, ракети. Конструкторські бюро та науково-дослідні інститути оборонної промисловості залишились без замовлень. Було ліквідовано Міністерство промислової політики, практично знищена, шляхом значного

скорочення, структура Державного замовника озброєння і військової техніки в Міністерстві оборони та військові представництва на підприємствах промисловості.

Світова практика свідчить, що в разі не проведення щорічної заміни 4–5 % існуючого парку озброєнь збройні сили поступово деградують. Для України цей індикатор безпеки особливо важливий, зважаючи на те, що обсяги закупівлі військової техніки та озброєнь менше 1 % від дійсної потреби, що значно нижче допустимого критичного рівня. Повний цикл створення нових зразків військової техніки та озброєнь є досить тривалий і становить 8–10 років.

Для розвитку наших збройних сил та їх переозброєння необхідно суттєво збільшити держзамовлення. Уже сьогодні вітчизняні підприємства ОПК можуть забезпечити на 30 % потреби армії в озброєнні. При цьому оборонна промисловість здатна освоїти за наявних потужностей підприємств близько 250–350 млн доларів США [7].

Пріоритетними напрямками науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт мають бути: модернізація існуючих систем озброєнь, створення перспективних зразків озброєнь, розвиток систем і засобів бойового управління, зв'язку і розвідки, радіоелектронної боротьби, високоточної зброї, всебічний розвиток технологій і систем подвійного призначення (військового і цивільного). На наш погляд, необхідно розробити нову Державну програму розвитку озброєння і військової техніки та оборонно-промислового комплексу та забезпечити переозброєння Збройних Сил України.

Література

1. Туган-Барановский М. И. Периодические промышленные кризисы. История английских кризисов. Общая теория кризисов. — М.: Наука-РОССПЭН, 1997.
2. Кондратьев М. Д., Опарин Д. Н. Большие циклы конъюнктуры. — М., 1928.
3. Волков О. І., Денисенко М. П., Гречан А. П. та ін. Економіка та організація інноваційної діяльності: Підручник (третє видання). — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 662 с.
4. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] / Закон України від 08.09.2011 № 3715-VI // Відомості Верховної Ради України. — 2012. — № 19–20. — Ст. 166. — Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>
5. Статистичний щорічник України за 2013 рік / Державна служба статистики. — К.: Август — Трейд, 2014. — 558 с.
6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Стат. зб. / Держ-комстат. — К., 2014.
7. Сальнікова О. Ф. Сучасні тенденції розвитку оборонно-промислового комплексу. Електронне видання. Державне управління, удосконалення та розвиток, № 1, 2015.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ТА МЕТОДИ НАУКОВОГО ОБҐРУНТУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНІВ

Забезпечення сталого розвитку економіки регіонів вимагає дієвих та ефективних механізмів. На сучасному етапі розвитку сформувалось достатньо широке коло підходів до обґрунтування механізмів регіональної політики [4, с. 47–58; 5, с. 114–122; 6, с. 147–152]. Багато з них “не відповідають завданням сьогодення... [6, с. 151]” і не враховують природи та тенденцій регіональної диференціації. Необхідне принципове удосконалення системи обґрунтування механізмів забезпечення сталого розвитку економіки регіонів, відповідно до сучасної теорії та практики пізнання, системного підходу і аналізу, регіональної науки, цілей та задач сучасної державної та регіональної політики і управління.

Основними підходами до наукового обґрунтування механізмів забезпечення сталого розвитку економіки регіонів є:

- **науковий підхід:** обґрунтування механізмів здійснюється відповідно до положень сучасної теорії пізнання; враховує закони суспільного розвитку; спирається на найновіші досягнення регіональної, фінансово-економічної науки, галузевих суспільних наук; відповідає загальнонауковим принципам моделювання системних об’єктів, загальній теорії економіко-математичного моделювання, досвіду їх використання; використовує новітні методи суспільних та економічних досліджень, сучасні інформаційні технології;
- **системний підхід:** регіони розглядаються як регіональні системи (РС). Основні їх аспекти, явища і процеси розглядаються у взаємозв’язку, взаємозалежності, взаємообумовленості і на всіх рівнях. Враховуються всі їх системні якості. Забезпечуються загальнонаукові принципи інформаційного представлення, аналізу й моделювання системних об’єктів. Даний підхід в регіоналістиці часто визначають як геосистемний;
- **комплексний підхід:** врахування всіх умов, ресурсів і тенденцій та закономірностей регіонального розвитку; узгодження всіх цілей, завдань і заходів забезпечення стабільного розвитку, шляхом їх орієнтації на вирішення основних ключових задач; забезпечення взаємозв’язку між всіма механізмами забезпечення стабільного розвитку;
- **ситуаційний підхід:** механізми визначаються відповідно до об’єктивного якісного стану основних аспектів, явищ і процесів та РС в цілому, умов і

ресурсів регіонального розвитку, як такі, що здатні забезпечити стабільне відтворення всіх аспектів життєдіяльності людей відповідного рівня та якості, належну якість їх життя та соціальну стабільність в регіонах.

- **програмно-цільовий підхід:** механізми забезпечення сталого розвитку економіки регіонів повинні реалізуватися у вигляді програм. Вони повинні забезпечувати вирішення регіональних проблем відповідно до гостроти й масштабності та забезпечувати досягнення встановлених цілей, відповідно до їх місця та ролі у забезпеченні стабільного функціонування та розвитку, виражених у вигляді чітко встановлених параметрів або результатів і включати засоби їх досягнення.

Дані підходи є загальними і включають ідеологічні та методологічні.

Ідеологічні підходи визначають загальні умови обґрунтування механізмів забезпечення сталого розвитку економіки регіонів: *суспільний підхід:* механізми повинні забезпечувати суспільні інтереси і потреби, належний рівень та якість життя населення; *екологічний підхід:* механізми повинні забезпечувати гармонізацію взаємовідносин на території населення, всіх форм його життєдіяльності і природного середовища, природного середовища та різних форм територіальної організації населення, а також умови збереження та відтворення природного середовища; *стратегічний:* визначення системи цілей, відповідних довгостроковим національним і регіональним інтересам; виявлення на основі довгострокового прогнозу тенденцій національної і регіональної динаміки; вибір стратегічних пріоритетів і їх реалізація на основі стратегічних планів, національних та регіональних проектів і програм; гнучку реалізацію стратегічного плану на основі індикативних планів і бюджетів, що поєднують інтереси держави і регіонів, забезпечують партнерство державних і регіональних структур в розробці і виконанні стратегічних планів і програм.

Методологічні підходи включають:

- підходи, що визначають загальну методологію обґрунтування механізмів забезпечення сталого розвитку економіки регіонів: *територіальний підхід:* механізми повинні враховувати всі просторові відношення і процеси, відповідати об'єктивній територіальній організації життєдіяльності людей, враховувати об'єктивну різноманітність регіональних об'єктів, явищ і процесів, забезпечувати пропорційний та збалансований їх розвиток. Із механізмів згладжування поточних міжрегіональних відмінностей вони повинні трансформуватися в механізми благоустрою території і розвитку інфраструктури (модернізації середовища існування);

- підходи, що впливають із основних проявів РС: *структурний підхід:* РС розглядаються як впорядкованості складових, що виконують відповідні функції та між якими існують певні відношення й формуються відповідні пропорції; встановлюється рівень збалансованості, пропорційності розвитку основних складових РС, виявляються проблеми, пов'язані із структурою, а також їх інтенсивність; розробляються параметри оптимальної структури, оцінюється відповідність даним параметрам, визначаються шляхи оптимі-

зації структури; *функціональний підхід*: досліджується характер і результати реальної дії РС та всіх їх складових, виявляються особливості взаємовідносин між ними, визначається характер і тенденції загального ходу процесів, закони і закономірності функціонування й розвитку; *генетичний підхід*: вивчення РС здійснюється з позицій виникнення, формування, зміни та розвитку, взаємопов'язаності динаміки різних їх складових; *відтворювальний підхід*: РС, різні їх аспекти, явища і процеси розглядаються з точки зору забезпечення відтворення. Виділяються відтворювальні цикли. Встановлюється відповідність між інтересами і можливостями кожного відтворювального циклу. Якщо між ними немає достатньої відповідності, то виникають протиріччя, що переростають в складні регіональні проблеми;

- підходи, що визначають загальні методологічні засади обґрунтування механізмів забезпечення сталого розвитку економіки регіонів: *дескриптивний підхід*: здійснюється максимально можливий і доцільний, об'єктивний, точний, достовірний, обґрунтований опис РС, основних їх аспектів, явищ і процесів, а також проявів і тенденцій; *нормативний (індикативний) підхід*: висуваються рекомендації про те, якими повинні бути основні регіональні явища і процеси, розробляються конкретні їх параметри, а також визначається рівень відповідності реального стану нормативному (індикативному); *рейтинговий підхід*: регіональна політика повинна враховувати вагомість, масштабність і переваги окремих регіонів, їх аспектів, явищ і процесів в сукупності, тобто ґрунтуватися на рейтинговій інформації щодо РС, окремих їх аспектів, явищ і процесів; *прогнозний підхід*: встановлюються можливі тенденції та параметри розвитку, ймовірність виникнення різного роду відхилень від норм, диспропорцій, структурних деформацій, несприятливих і ризикових ситуацій, їх інтенсивності та динаміки, а також факторів, що на них впливають, можливостей попередження та нейтралізації.

Для обґрунтування механізмів стабільного розвитку регіонів необхідно використовувати три основні групи **методів** — методи аналізу, прогнозування, індикативного планування та програмування. Їх використання дозволять об'єктивно, точно та достовірно оцінити регіональну ситуацію, виявити фактори та тенденції її розвитку, розробити заходи досягнення бажаних результатів. Основними є методи аналізу. Вони включають методи *аналізу* регіональних відмінностей, зокрема, одновимірного та багатовимірного регіонального аналізу, в т. ч., оцінки статичних властивостей, багатовимірної комплексної оцінки, факторного та кластерного аналізу, досягнутого рівня розвитку (R-аналіз), методи аналізу галузевої структури, структурних змін та трансформаційних процесів, міжгалузевих зв'язків, розміщення, міжрегіонального міжгалузевого балансу, регіональних соціальних рахунків. Найбільш потужну групу даних методів складають методи аналізу регіональних відмінностей. Вони призначені для багатогранної, комплексної системної оцінки, діагностики та контролю регіональної ситуації, зокрема, визначення стану регіональних об'єктів, окремих аспектів, явищ і процесів та їх відповідності цільовим параметрам і потенційним можливостям, вияв-

лення тенденцій, локальних і закономірних змін та їх інтенсивності, впливу факторів на ці зміни; виявлення та ідентифікація різного роду відхилень від норм, диспропорцій, структурних деформацій, можливостей виникнення несприятливих і ризикових ситуацій, їх інтенсивності та динаміки, а також факторів, що на них впливають; виявлення потенційних можливостей зміни та розвитку регіональних об'єктів, окремих їх аспектів, явищ і процесів, попередження та нейтралізація відхилень від норм, диспропорцій, структурних деформацій, несприятливих і ризикових ситуацій, виявлення кола регульованих факторів, шляхів і засобів їх реалізації; контролю за виконанням прийнятих управлінських рішень, ефективністю використання ресурсів та дотриманням соціальних норм і стандартів.

Література

1. Герасимчук З. В., Вахович І. М., Камінська І. М. Фінансова політика сталого розвитку регіону / ЛТУ. — Луцьк: Надстир'я, 2006. — 218 с.
2. Вахович І. М. Фінансова політика сталого розвитку регіону: методологія формування та механізми реалізації: монографія / ЛТУ. — Луцьк: Надстир'я, 2007. — 496 с.
3. Герасимчук З. В., Вахович І. М., Каменська І. М. Управління фінансовими ресурсами регіону: Монографія. — Луцьк: Надстир'я, 2005. — 176 с.
4. Гладкий Ю. Н., Чистобаев А. И. Основы региональной политики: Учебник. — СПб.: Издательство Михайлова В. А. 1998. — 659 с.
5. Герасимчук З. В. Регіональна політика сталого розвитку: методологія формування, механізми реалізації: Монографія. — Луцьк: Надстир'я, 2001. — 528 с.
6. Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі ХХ–ХХІ століть: нові пріоритети. — К.: Наукова думка, 2006. — 511 с.

АСПЕКТИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ПРИ ФОРМУВАННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО РЕСУРСУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Сучасні тенденції економічного розвитку підприємств свідчать про важливу роль інформаційного забезпечення усіх структурних ділянок управління. В такому аспекті, інформація набуває ознак головного ресурсу підприємства, під впливом якого змінюються форми економічної діяльності, управління, соціальні стосунки тощо. Формування, розвиток та раціональне представлення такого ресурсу зацікавленим користувачам є завданням облікової компоненти підприємств. Зростаюча залежність від наявності інформації, рівня розвитку та ефективності використання засобів її обробки та передачі призвела до виникнення потреби у різноманітній інформації. Роль всеохоплюючого інформаційного ресурсу на підприємстві відіграє управлінський облік, який в умовах застосування інформаційних технологій стає підґрунтям для прийняття ефективних управлінських рішень. Майновий стан та фінансова результативність підприємств визначається об'ємом і інтенсивністю використання управлінських інформаційних ресурсів, а доступ до них є важливим фактором їх загального соціально-економічного розвитку. Поступово основною цінністю для керівників стають інформаційні ресурси управлінського обліку, які характеризуються певними якісними ознаками. Такі специфічні властивості інформації управлінського обліку, як можливість багатократного використання, а також набуті властивості ресурсів економічних, роблять її ефективним фактором економії інших видів ресурсів (матеріальних, фінансових та інших). Необхідно виділити основні вимоги до інформації управлінського обліку в умовах застосування інформаційних технологій з метою формування інформаційного ресурсу підприємства.

У першу чергу сюди необхідно віднести інформацію виробничого характеру. Виробнича інформація включає визначення виробничих потреб підприємства, що залежать від того, яку продукцію воно необхідно виробляти. При зборі такої інформації необхідно звернути увагу на наступні питання:

- перелік етапів та здійснення виробничих операцій, які входять в дані етапи: потрібно встановити перелік всіх базових операцій з обробки та збирання готової продукції;

- забезпечення запасами: необхідно сформувати перелік всіх видів сировини і матеріалів, визначити їх постачальників, а також орієнтовні ціни;
- використання необоротних активів: необхідно скласти специфікацію обладнання та по кожній одиниці устаткування з'ясувати технічні експлуатаційні можливості, визначити потребу у виробничих площах, можливості оренди приміщень, їх купівлі і т. д.;
- характеристика персоналу: необхідно скласти перелік спеціальностей із зазначенням числа працівників по кожній спеціальності, розміру їх заробітної плати та виявити можливості підготовки фахівців необхідної кваліфікації;
- накладні витрати: необхідно встановити перелік витрат їх класифікацію (операційного та неопераційного характеру).

Іншим елементом управлінського обліку для повноцінного забезпечення інформаційного ресурсу підприємства є фінансова інформація необхідна для всебічної оцінки економічних аспектів діяльності підприємства. На підставі цієї інформації потенційні інвестори мають отримати інформацію про:

- рентабельність проекту;
- суми капіталовкладень для покриття поточних витрат;
- шляхи отримання (залучення) необхідних коштів (випуск акцій, позики та ін.);
- визначення необхідного рівня доходності.

Також необхідно сформувати базу даних, яка необхідна для розрахунку трьох групи фінансових показників, які дозволяють дати оцінку життєздатності та перспектив розвитку підприємства:

- 1) прогноз доходів і витрат (очікуваний обсяг попиту);
- 2) прогноз потоку реальних грошей (потоку готівки) (здатність оплачувати рахунки, очікувані надходження і платежі із зазначенням обсягів і термінів);
- 3) балансовий звіт підприємства на поточний момент і прогноз стану активів та пасивів підприємства (балансовий звіт).

Таким чином, управлінський облік є ефективним елементом забезпечення інформаційного ресурсу підприємства. Особливого значення управлінський облік в цьому аспекті, набуває значення в умовах застосування інформаційних систем підприємства.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАК КЛЮЧЕВОГО ФАКТОРА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

В условиях рыночной экономики инновационная политика промышленных предприятий является определяющим инструментом в конкурентной борьбе, обеспечивающим условия для реализации запросов потребителей. Возрастающий интерес к инновациям как ключевому фактору успеха в повышении конкурентоспособности продукции промышленного предприятия создает предпосылки для формирования эффективной системы маркетингового управления. Маркетинговая стратегия ориентирует предприятие на выбор рынка и поведения в нем. Инновационная стратегия содержит указание по применению инноваций, с помощью которых предприятие планирует усилить свои конкурентные преимущества и реализовать одну из стратегий развития. В этой ситуации для успешного достижения поставленных инновационных целей необходим способ управления изменениями инновационного характера, происходящими на рынке.

Инновационная деятельность для промышленного предприятия становится приоритетной и стратегически важной, поэтому ее следует рассматривать как непрерывный процесс, требующий постоянного мониторинга рынка инноваций. Инновации предприятия не должны являться разовым интеллектуальным всплеском, для поддержания конкурентных преимуществ, да и просто выживания предприятию необходимо обеспечить непрерывный поток инноваций. Прежде, чем начать любые преобразования, необходимо осознать масштаб перемен, возможные риски и открывающиеся возможности. Одна из интересных современных тенденций по решению этих вопросов — применение инструментов бенчмаркинга. Бенчмаркинг — это изучение конкурента, обладающего высоким инновационным потенциалом, для использования его опыта при формировании собственной инновационной стратегии. Формирование конкурентного промышленного рынка может стать следствием успешного применения результатов бенчмаркинга. Бенчмаркинг является продуктом крупного бизнеса, что делает его важным инструментом удовлетворения потребностей промышленными предпри-

ятями во всем мире, в том числе за счет использования промышленного шпионажа и конкурентного анализа.

Бенчмаркинг, как новая и масштабная инициатива по управлению, должен быть начат непосредственно топ-менеджментом промышленного предприятия. Однако, ряд руководителей имеет ложное представление о бенчмаркинге, тем не мене, сегодня приходит и понимание того, что бенчмаркинг позволяет осуществить радикальные перемены, основанные на сравнении лучших бизнес-практик. На наш взгляд, успех маркетингового управления непосредственно зависит от двух ключевых компетенций высшего менеджмента: способности прогнозировать будущее лучше конкурентов и умения понять, где следует сконцентрировать ресурсы компании. Ранжирование стратегических альтернатив по критерию стоимости бизнеса позволяет выявить наиболее перспективный вариант инновационного развития компании и разработать детальный план его воплощения в жизнь.

По нашему мнению, среди новых факторов стоимости необходимо выделить новизну продуктов, процессов и отношения с клиентами. Рынок начинает осознавать, какую огромную ценность скрывают в себе клиентские базы. Согласно маркетинговой теории управления отношениями с клиентом необходимо измерять его общую ценность для компании, принимая во внимание долгосрочную перспективу развития бизнеса по лучшему из возможных сценариев. Развитие отношений на долгосрочной основе увеличивает потенциальную отдачу от клиента. Ключевыми является не только нынешняя прибыль клиента, но и потенциальные возможности.

Традиционные инструменты учета и управления не успевают за корпоративными изменениями. В большинстве компаний виды деятельности, которые создают максимальную стоимость заинтересованных сторон, не находят систематического отражения в отчетности. Таким образом, может оказаться, что компании не достаточно инвестируют в развитие факторов, которые реально обеспечивают создание стоимости. Вот почему в последние годы получила широкое распространение концепция экономической добавленной стоимости (EVA), впервые предложенная консалтинговой фирмой “Stern Stewart”. Концепция “EVA” учитывает расходы на исследование, рекламу, бренды и отношения с клиентами в экономическом аспекте как инвестиции. Корпоративная прибыль теперь должна превышать общие расходы на привлечение капитала, включая инвестиции в нематериальные активы.

“EVA” — это шаг вперед в измерении эффективности работы предприятия. Однако, по нашему мнению, сложно определить полную стоимость сегодняшних компаний. Даже когда инвестиции в инновации капитализируются, это делается на основе расходов. Оценка стоимости, созданной в результате таких инвестиций или вследствие создания целевой стоимости (например, проекта инновационного развития), при использовании такого подхода невозможна. В целом анализ цепочки стоимости можно рассматривать как дополнительный источник информации для принятия решений. Особенно

это относится к методу учета расходов по видам деятельности, которая не означает замену отечественной бухгалтерской системы, стремящейся соответствовать международным стандартам финансовой отчетности.

Роль маркетингового управления — в интеграции управления эффективностью с основной деятельностью компании. Связанная с нематериальными активами стоимость создается через бизнес-процессы, которые или создают нематериальные активы (например, разработка продуктов, развитие бизнеса), или эксплуатируют их (например, отношения с клиентами).

За последние годы появилось много новых концепций измерения нефинансовых факторов стоимости и нематериальных активов:

- системы сбалансированных показателей. Обеспечивают структуру для генерирования отчетности об общей эффективности работы и реализации стратегий;
- концепция реальных опционов. Обеспечивает схему оценки будущих бизнес-возможностей. Она предлагает также инструменты поддержки принятия решений для управления этими возможностями, инвестиционными проектами и рисками;
- концепция суммарного дохода от клиента. Дает возможность компании оценить нематериальные активы, созданные в подразделениях, обслуживающих клиентов.

Хотя эти концепции широко используются, они не обеспечивают создания всеобъемлющей структуры, которая охватывала бы все важнейшие виды деятельности, создающие стоимость. В настоящее время появился новый инструмент, по нашему мнению, лучший с точки зрения оценки нематериальных активов, — концептуальный проект цепочки создания стоимости. Как и сбалансированная система показателей (ЗСП), концептуальный проект цепочки создания стоимости учитывает финансовые и нефинансовые факторы стоимости, однако в отличие от ЗСП этот инструмент ориентирован, прежде всего, на инновации, а не на реализацию стратегий. Он содержит ряд показателей, предназначенных для описания трех основных зон цепочки создания инновационной стоимости, — открытие, реализация и коммерциализация.

По нашему мнению, в условиях жесткой конкуренции современного рынка важным является исследование маркетингового подхода к формированию действенной инновационной политики как управленческой системы, обеспечивающей достижение и поддержание желаемого уровня производства, а также маркетинговых мероприятий, направленных на развитие и внедрение технических нововведений в производство в соответствии с запросами потребителей и требованиями рынка.

Литература

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. — 190 с.

2. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость / Дойль П.; пер. с англ. Ю. Н. Каптуревского. — СПб.: Питер, 2001. — 480 с.
3. О’Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / О’Шонесси Дж.; пер. с англ. Д. О. Ямпольской. — СПб.: Питер, 2002. — 864 с.
4. Портер М. Е. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / Портер М. Е.; пер. с англ., 2-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — 452 с.
5. Райхельд Ф. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности / Райхельд Ф., Тил Т. — М.: Издательский дом “Вильямс”, 2005.
6. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент / Фатхутдинов Р. А.; учебник для вузов. — М.: ЗАО “Бизнес-школа: Интел-Синтез”, 1997. — 304 с.

В. В. МОРЕВА

канд. хім. н., доц.

В. В. ІВАНОВА

канд. екон. н., доц.

О. І. ТУРБІНА

ст. викл.

Донецький державний університет управління, м. Маріуполь

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ

Сучасний стан регіонів і ефективна взаємодія паливно-енергетичного комплексу, металургійної промисловості, транспорту, інших стратегічних галузей є одним з визначальних факторів ефективного розвитку національної економіки. Енергетична складова розглядається як важливий індикатор оцінки національної економіки, а паливно-енергетичним ресурсам приділяється ключове місце в стратегічних програмах і зовнішньо-економічній політиці країни.

Структурні зрушення, що відбулися в електроенергетичній системі за останнє десятиріччя, вказують на вагомість структурного фактору в економічній стабільності та ефективності функціонування енергетики, а також його вплив на цінову динаміку і кон'юнктуру внутрішнього та зовнішнього ринку взагалі. В сучасних умовах однією з актуальних є проблема ефективного регіонального розвитку електроенергетичної системи та досягнення макроекономічної збалансованості на основі виваженої цінової політики на мікро-, мезо- та макрорівні.

Електроенергетика, що забезпечує діяльність підприємств, різних галузей, які функціонують на території регіону, безпеку держави та матеріальні умови життя населення, є базовою стратегічною системою. Вплив стану електроенергетичної системи на економіку України важко переоцінити, враховуючи велику енергоємність валового внутрішнього продукту та зростання попиту на енергоносії, що виводить проблеми ефективного функціонування енергетичних підприємств в ряд найважливіших.

Тому одним з головних завдань функціонування електроенергетичного комплексу регіону та основним напрямом його подальшого розвитку є створення передумов для забезпечення потреб країни в паливно-енергетичних ресурсах за безумовного додержання вимог щодо раціонального використання природних ресурсів, мінімізації негативного впливу на довкілля з ура-

хуванням міжнародних природоохоронних зобов'язань України, соціально-економічних пріоритетів та обмежень.

Електронергетичний комплекс має найважливіше значення для сталого розвитку і є суттєвою складовою при вирішенні першочергових проблем: збереження якості навколишнього природного середовища; поступального економічного розвитку; забезпечення енергетичної безпеки; вирішення соціальних проблем суспільства.

Реалізація Енергетичної стратегії [1] має забезпечити перетворення України на впливового та активного учасника міжнародних відносин у сфері енергетики, зокрема, через участь у міжнародних і міждержавних утвореннях та енергетичних проектах. Для цього уряд має створювати умови для діяльності відповідних суб'єктів за такими напрямками: імпорт-експорт енергопродуктів; реалізація та розвиток транзитного потенціалу; участь у розробленні енергетичних ресурсів та спорудженні енергетичних об'єктів за межами України тощо.

Електроенергетичний комплекс України повинен відповідати світовим вимогам щодо економічності, екологічності та надійності енергопостачання, розширення експорту електроенергії завдяки виходу на паралельну роботу з енергетичними об'єднаннями країн Європи (УСТЕ).

Критичний стан енергоресурсної бази, дефіцит паливно-енергетичних ресурсів, морально і фізично застарілі технології видобутку, транспортування, переробки та використання природних палив, зниження якості палива, що постачається в енергетику, — все це знижує екологічну безпеку функціонування галузі і вимагає розробки стратегії й реалізації конкретних оперативних заходів регіонального масштабу.

Таке екологічне становище в країні зумовлено низкою факторів об'єктивного та суб'єктивного характеру, у тому числі відсутністю регіональних програм із забезпечення високого рівня екологічної безпеки та конкретних заходів щодо її покращення. Це не дозволяє у перспективі гарантувати надійне енергозабезпечення регіонів, яке б стало запорукою національної безпеки.

Нинішній рівень енергетичної безпеки регіонів України за багатьма її складовими є незадовільним. Головними чинниками цього є: надвисока енергоемність споживання енергетичних продуктів у галузях економіки і соціальній сфері; нераціональна структура паливно-енергетичних балансів регіонів; зниження ефективності виробництва і транспортування енергетичних продуктів; високий рівень шкідливого впливу об'єктів енергетики на навколишнє середовище [2].

Для оцінки енергетичної безпеки з позицій еколого-економічного розвитку необхідно враховувати рівень викидів забруднюючих речовин, енергоемність ВВП та енергоефективність національної та регіональної економіки. Аналіз енергоефективності на основі статистичних даних довів, що в регіональному плані соціально-економічний розвиток регіонів України має значний нерівномірний характер. Концентрація ділової активності у найбільших місцях (столицях) та окремих регіонах, створення локалізованих

інноваційно-інвестиційних центрів швидкого зростання зумовлюють значне посилення асиметрії у соціально-економічному розвитку територій. Промислово розвинуті регіони мають найнижчі показники енергоефективності, незважаючи на високий рівень ВВП.

Фундаментальною категорією, яку необхідно застосовувати при управлінні розвитком регіону, є стійкість, обумовлена як властивість складної системи досягати збалансованості функціонування і розвитку на основі стратегічних пріоритетів і принципів в умовах прояву зовнішніх і внутрішніх впливів, умов і факторів.

Одним з інструментів управління сталим розвитком регіону є стратегічне планування, що дозволяє забезпечити ефективне управління розвитком економіки регіону на основі сукупності елементів і їх взаємозв'язків: управлінських впливів та прийнятих рішень органів управління, цільових орієнтирів і пріоритетів, принципів, структур, ресурсів, інструментів та ін.

Основні стратегічні напрями розвитку електроенергетичного комплексу регіону побудовані на основі класифікації регіональних механізмів розвитку та внутрішніх системозабезпечуючих факторів і умов. Дослідження умов соціально-економічного розвитку регіонів визначило значні відмінності в енергозабезпеченості та енергоефективності регіонів, енергоємності регіонального ВВП та існуючі пріоритети їх енергетичного розвитку. В промислових регіонах з високим рівнем соціально-економічного розвитку підвищення енергоефективності необхідно проводити за рахунок стимулювання широкомасштабного впровадження енергозберігаючих заходів. Результати дослідження покладені в концептуальні основи еколого-економічної безпеки з використанням екологічних передумов.

Потребують подальшого дослідження теоретичне обґрунтування стратегії розвитку електроенергетичного комплексу регіону, конкретні показники та індикатори ефективного регіонального розвитку з відповідними практичними розрахунками і рекомендаціями, ринковий механізм інтегральних економічних зв'язків в електроенергетичній системі.

Таким чином, формування стратегії ефективного регіонального розвитку та подальше удосконалення системи економічних показників дозволять оцінити та спрогнозувати сценарії, а також запропонувати рекомендації для регіонів України щодо підвищення ефективності та економічної безпеки держави на основі удосконалення регіонального електроенергетичного комплексу.

Література

1. Енергетична стратегія України на період до 2030 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon1.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc>
2. Енергетична безпека України: чинники впливу, тенденції розвитку / За ред. М. П. Ковалка, А. К. Шидловського, В. П. Кухаря. — К.: НАНУ, АТ “Енергозбереження”, 2008. — 160 с.

Ф. М. МЕДВІДЬ

докт. н. в гал. політ., канд. філо. н., проф. МКА, ІІІ МАУП

М. Ф. ЧОРНА

аспірантка, МАУП

О. П. ХРАПАЧЕВСЬКА

магістрантка, ІІІ МАУП

ПРАВОВА КУЛЬТУРА СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

В умовах європейської інтеграції України значно зростають вимоги до правової культури суспільства. Ми розглядаємо правову культуру як різновид загальної культури суспільства. Так, Русинов Р. К. відзначає: “тисячами ниток правова культура пов’язана із загальною культурою. Її потужний благотворний вплив на правову свідомість, мислення, світогляд тих, хто творять закони, на їх ціннісні, правові установки безпосередньо (чи опосередковано) визначає характер законодавства, обумовлює його адекватність історичному і національному духу народу, потребам і інтересам людей” [6, с. 94–96].

Правова культура займає відособлене місце в соціокультурному просторі. Повністю вона не співпадає ні з одним видом культури (матеріальною, духовною, політичною і т. д.), створюючи своєрідне, унікальне поєднання як матеріальних, так і ідеальних, духовних компонентів. Вона знаходиться в органічній єдності і взаємозв’язку з іншими областями культури — політичною, етичною (моральною), естетичною. Між тим, в юридичній науці, як і в культурології, немає єдиного розуміння ні самого терміну “культура” взагалі, ні правової культури зокрема [8, с. 21].

На сучасному етапі розвитку соціолого-правової думки разом з вказаними елементами правової культури, дослідники у рамках її змісту виділяють оціночний компонент. “Одна справа, — говорить І. В. Ковалева, — якщо вони створені і використовуються в інтересах держави, суспільства, що пригнічує, зрівнює індивідуальності. Тобто, якщо право є, наприклад, “зведеною в закон волею панівного класу”, як це трактувалося марксистами. І зовсім інше, — якщо правові настанови захищають людину, що живе в суспільстві, державі, у тому числі і від свавілля тієї ж держави, як влади. У останньому випадку вони і можуть розглядатися в якості феноменів культури. Тоді правова культура — це обробка, оформлення, облагороджування життя людей за допомогою реалізації правових стосунків, встановлень, установ” [5, с. 8].

Своєрідне віддзеркалення феномену широти і “невизначуваності” даного поняття дає філософія права. “Право як культурний феномен — частина загальнолюдської культури. Правова культура — це весь правовий космос, що охоплює усі моменти правової форми громадського життя людей. Культура тут якраз і полягає в здатності і умінні жити по цій формі, якій протистоїть неоформлена (невизначена, неврегульована, хаотична, а тому і довільна) фактична”, — говорить В. С. Нерсесянц [4, с. 25].

Отже, поняття правової культури можна розглядати в двох аспектах: як оціночну (аксіологічну) категорію і як категорію змістовну. У першому випадку вона розуміється як якісний стан правового життя суспільства на кожному цьому етапі його розвитку. Це дозволяє охопити і оцінити правове життя в цілому і основні його сфери окремо. Типовим і якнайповнішим стосовно цього підходу слід рахувати визначення поняття правової культури суспільства як частини загальної культури, що є системою цінностей, накопичених людством в області права і що відносяться до правової реальності цього суспільства: рівню правосвідомості, режиму законності і правопорядку, стану законодавства, юридичної практики. Змістовний аналіз правової культури припускає розуміння її як системи матеріалізованих і ідеальних елементів, що відносяться до сфери дії права і їх віддзеркалення у свідомості і поведінці людей.

Вартує відзначити, що питання про структуру правової культури у вітчизняній юридичній літературі є дискусійним. Традиційно виділяють три основні різновиди правової культури.

1. Правова культура суспільства — це частина загальної культури, що представляє собою систему цінностей, накопичених людством в галузі права та що відносяться до правової реальності даного суспільства: рівень правосвідомості, режим законності та правопорядку, стан законодавства, юридичної практики та ін. [2, с. 93].

Як відзначає С. С. Алексєєв, “... право в специфічному виді відображає життя в усіх його проявах складних, причому в проявах надзвичайно широкого діапазону — від головних і глибинних пластів життя (економічної організації суспільства, структури політичної влади та ін.) до самих що ні на є прозових, життєвих, сімейних, побутових питань” [1, с. 150].

Рівень розвитку законодавства та стан законності в країні є, можливо, найбільш важливими показниками правової культури суспільства. До числа ознак високої законодавчої культури суспільства традиційно відносять: соціальну обґрунтованість законодавства, що означає відповідність змісту нормативних актів потребам розвитку суспільства, відображення в законах досягнень правової науки, передової юридичної практики, традицій національного духовного менталітету; техніко-юридична досконалість законодавства, що передбачає опрацювання юридичних механізмів реалізації законів; точність і ясність юридичної мови, однозначність термінів, визначень, що використовуються в нормативно-правових актах, судових та адміністративних рішеннях; збіг сенсу і букви законів, неможливість їх довільного тлума-

чення, відсутність у законодавстві значних прогалин, дублювання, колізій з актами інших рівнів; ефективність законодавства — відповідність його призначення досягається соціальними результатами. Правокультурний статус законодавства багато в чому визначається його дієвістю. Закони, що не знаходять застосування і підтримку у свідомості людей, в їх поведінці, якими б вони не були “хорошими”, “прогресивними”, не можуть розглядатися як соціальна цінність.

При визначенні якості правової культури суспільства звертаємо увагу не тільки на правотворчу діяльність, але й на стан реалізації правових актів — правозастосовчу (рішення та вироки судів, постанови слідчих, прокурорів, акти, документи в державно-управлінській сфері) і правореалізаційну діяльність (договори в господарському обороті). Правова культура немислима в суспільстві, де порушуються закони, не дотримуються елементарні права і свободи людини, де правопорядок стикається з масовим свавіллям посадових осіб, неконтрольованим рівнем злочинності.

2. Правова культура особистості не є пряма проекція або мініатюрний варіант правової культури суспільства. Правова культура особистості є відносно самостійним утворенням, яке складається в результаті взаємодії різних специфічних соціальних і психічних регуляторів.

Характерними рисами правової культури особи є: досить високий (прийнятний) рівень правосвідомості; знання діючих законів країни; дотримання, виконання або використання цих законів, оскільки лише знання юридичних приписів не може дати бажаного ефекту; переконання в необхідності, корисності, доцільності законів та інших правових актів, внутрішня згода з ними; правильне розуміння (усвідомлення) своїх прав та обов’язків, свободи і відповідальності, свого становища, статусу) у суспільстві, норм взаємовідносин з іншими людьми, співгромадянами; правова активність, тобто цілеспрямована ініціативна діяльність суб’єкта з припинення правопорушень; протидія беззаконню; підтримання правопорядку та законослухняності в суспільстві; подолання правового нігілізму [1, с. 195].

В. П. Сальников вважає, що найбільш бажаним буде той варіант взаємодії правової культури особистості з правовою культурою суспільства, при якому правова культура особистості повністю збігається з діючими принципами і нормами права, що існують у суспільстві, що можна розглядати як ідеал правового виховання [10, с. 571–576]. Слід, однак, відзначити, що така тотожність навряд чи можлива і бажана.

3. Професійна правова культура — це ступінь її розвитку у юристів. Вона формується в різних сферах правової діяльності в процесі виконання ними своїх посадових обов’язків. Правова культура постає як важливий компонент ефективності професійної діяльності юриста. До найбільш соціально значущих слід віднести наступні: професійно-правова майстерність, всебічне і глибоке знання правових норм, специфіки їх практичної реалізації, якісний рівень правового мислення, оптимізацію професійної підготовки та ефективність використання спеціальних коштів; ґрунтовні знання з різ-

них, в тому числі і суміжних галузей права, ступінь глибини політичного і економічного мислення в аналізі реалій, що складаються у державі, кругозір у сфері специфічних проблем, певний рівень загальної правової культури; моральні якості юриста, професійну бездоганність, службову дисциплінованість, сумлінність і чесність; соціально-політичну і громадянську відповідальність за забезпечення прав і свобод громадян, які виступають не тільки як особистісні цінності, загальнонародні інтереси. У цілому правова культура, при такому підході, являє собою інтегральне явище, що характеризує сутність правового стану індивіда та суспільства.

Продуктивним є, на наш погляд, підхід, що правову культуру слід розглядати як характеристику якісного стану правового життя суспільства, що характеризується досягнутим рівнем розвитку правової системи — станом та рівнем правової свідомості, юридичної науки, системи законодавства, право застосовної практики, законності і правопорядку, правової освіти, а також ступенем гарантованості основних прав і свобод людини. Правова культура як невід’ємна частина загальної культури народу, виступає, по суті, відображенням його рівня розвитку та менталітету. Вона обумовлює відповідні знання громадянами певних норм законодавства, порядку його реалізації, уміння користуватися даними знаннями при застосуванні норм права, їх виконанні. Розрізняють правову культуру суспільства, в цілому, правову культуру особистості та професійну правову культуру юристів. Правова культура особистості, будучи компонентом правової культури суспільства, виражає ступінь і характер розвитку суспільства, так чи інакше забезпечує соціалізацію особистості та правомірну діяльність особи [3, с. 6].

Саме завдяки правовій культурі стає можливою оцінка як правової системи, так і кожного її структурного компонента: власне юридичних фактів, текстів правового характеру, правової діяльності, правової свідомості і рівня правового розвитку суб’єктів. Як загальнонаціональна культура надає цілісності й інтегрованості суспільному життю в цілому, правова культура диктує кожній особі принципи правової поведінки, а суспільству в цілому — систему правових цінностей, ідеалів, зразків поведінки, правових норм, що забезпечують єдність і взаємодію правових інституцій і організацій. При цьому вона є якісною характеристикою не одного, а усіх правових явищ (норм права, правових процедур, правовідносин, правосвідомості, політичної оцінки права, правового виховання, юридичної освіти і науки та інших явищ), які в своїй сукупності утворюють поняття “правова система”. Виділяють, як правило, такі елементи (рівні) правової культури: знання змісту юридичних норм; повага до права; вміння, навички користування законом; правова активність; звичка дотримуватися закону; нетерпимість до правопорушень.

У процесі дослідження правової культури і аналізу її впливу на розвиток правової системи найважливіше місце відводиться цінностям, оскільки вони безпосередньо впливають на інтереси і цілі окремого індивіда, їх груп і суспільства в цілому. Система цінностей — це активність суб’єктів права у правовій сфері, добровільність виконання вимог правових норм, реальність

прав і свобод громадян, ефективність правового регулювання, якісні закони, досконала законодавча техніка, розвинута правова наука, юридична освіта, ефективна юридична практика, стабільний правопорядок. Систему цінностей в галузі права, що існують в реальному функціонуванні в суспільстві, називають правовою реальністю, яка у структурному відношенні збігається з поняттям “правова система” [7, с. 60–63].

Досягнення якісного стану юридичної охорони та захисту прав людини є ще одним важливим показником високого рівня правової культури. Показником такого стану слід вважати не лише конституційне проголошення людини, її життя і здоров'я, честі і гідності найвищою соціальною цінністю, але й передусім реальне забезпечення цього конституційного положення; наявність демократичного, гуманістичного, справедливого законодавства, його відповідність міжнародним правовим стандартам у сфері прав людини; існування ефективних національних правових механізмів і процедур для захисту конституційних прав і свобод; реальну можливість звернутися до міжнародних правових інституцій, наприклад, до Європейського суду з прав людини, якщо громадянин вважає, що державні органи порушили його права, а він не зміг за допомогою усіх передбачених законодавством засобів їх захистити.

Розуміння правової культури як якісного стану правового життя суспільства пов'язує її з певним рівнем правової свідомості громадян та посадових осіб. Стан і перспективи розвитку правової культури обумовлюються також пануючим у суспільстві праворозумінням. Високому рівню правової культури суспільства повинно відповідати законодавство, яке характеризується науковою обґрунтованістю, демократичною і гуманістичною спрямованістю, справедливістю, відсутністю прогалин і внутрішніх суперечностей, нечітких або таких, що можуть двозначно тлумачитись, правових приписів, використання оптимальних методів, способів регулювання правових відносин тощо. Стан розвитку юридичної науки і освіти, ступінь залучення вчених-юристів до розробки проектів нормативно-правових актів і удосконалення їх змісту, програм боротьби зі злочинністю традиційно становлять один із важливих рівнів правової культури суспільства. Насамкінець, правова культура суспільства включає стан законності в суспільстві [9, с. 640–663].

Отже, правова культура суспільства в умовах європейської інтеграції виступає як якісний стан правової системи.

Література

1. Алексеев С. С. Право и правая культура в советском обществе. — Москва: Прогресс, 1991. — 215 с.
2. Андрейцев В. І., Андрейцев В. В. Правнича освіта в Україні: проблеми теорії та практики / Навч.-практич. посіб. — К.: Національний університет ім. Тараса Шевченка, 2000. — 768 с.
3. Грищенко А. В. Правовий закон: питання теорії і практики в Україні. Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. — К., 2003.

4. История политических и правовых учений. Учебник для вузов / Под общей редакцией В. С. Нерсесянца. — Москва, 1996. — 736 с.
5. Каминская В. И., Ратинов А. Р. Правосознание как элемент правовой культуры // Правовая культура и вопросы правового воспитания. — Москва, 1974. — С. 41–44.
6. Котюк В. О. Теорія права: Курс лекцій. — К.: Вентурі, 1996. — С. 94–96.
8. Литвиненко А. Право та культура: теорія і практика // Право України. — 1997. — № 6. — С. 92–97.
7. Медвідь Ф. М. Правова культура як ціннісна характеристика правової системи // Актуальні питання реформування правової системи України: Збірник наукових статей за матеріалами УІ Міжнародної науково-практичної конференції, Луцьк, 29–30 травня 2009 р. / Укладач Т. Д. Климчук. — Луцьк: Волинська обласна друкарня, 2009. — С. 60–63.
8. Менюк О. Правова культура в умовах розбудови незалежної України: поняття, структура // Право України. — 2001. — № 4. — С. 21–23, 39.
9. Правова система України: історія, стан та перспективи: у 5 т. — Т. 1. Методологічні та історико-теоретичні проблеми формування і розвитку правової системи України / за заг. ред. М. В. Цвіка, О. В. Петришина. — Х.: Право, 2008. — 728 с.
10. Сальников В. П. Правовая культура // Теория государства и права. Курс лекций / Под ред. Н. И. Матузова и А. В. Малько. — Москва: Юристъ, 1997. — С. 571–576.

Н. І. НОВАЛЬСЬКА

канд. екон. н., проф. МКА, УРІМБ МАУП

Н. М. СУЛІМА

канд. екон. н., доцент, Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

Якість продукції — це сукупність її властивостей, що характеризують міру спроможності даної продукції задовольняти потреби споживачів згідно з її цільовим призначенням. Як переконує світовий досвід, якість продукції є функцією від рівня розвитку науково-технічного прогресу і ступеню реалізації його результатів у виробництво. Чим вища якість продукції, тим повніше задовольняються потреби споживачів і ефективніше вирішуються соціально-економічні проблеми розвитку суспільства [1].

Сучасний стан виробництва сільськогосподарської продукції характеризується високими вимогами споживачів до її якісних характеристик. Підвищені вимоги висуваються до її екологічності, впливу на здоров'я і самопочуття споживачів, відсутність генномодифікованих компонентів. В зв'язку з цим, особливої актуальності набувають питання формування якості сільськогосподарської продукції на всіх етапах створення, зберігання, переробки, транспортування і реалізації.

Продукція сільськогосподарського виробництва повинна відповідати національним та міжнародним стандартам, нормам, правилам і технічним умовам. При реалізації продукції до неї додаються сертифікати якості, акти апробації та інша документація, яка є гарантом якості продукції. Ця документація максимально інформує споживача про товар та стимулює його до купівлі. Якість продукції — є найкращою рекламою для продукції сільськогосподарського виробництва.

На теперішній час одним із серйозних питань для українських підприємств є створення системи якості, що дозволяє забезпечити виробництво конкурентоздатної продукції. Система якості важлива при проведенні переговорів із закордонними замовниками, що вважають обов'язковою умовою наявність у виробника системи якості і сертифіката на цю систему, виданого авторитетним сертифікаційним органом. Система якості повинна враховувати особливості підприємства, забезпечувати мінімізацію витрат на роз-

робку продукції і її впровадження. Споживач бажає мати впевненість, що якість продукції, що поставляється, буде стабільною і стійкою.

При виробництві сільськогосподарської продукції система якості має виступати підсистемою управління підприємством і включати сукупність організаційної структури, методик, процесів і ресурсів, необхідних для управління якістю.

Система управління якістю сільськогосподарської продукції повинна включати сукупність керуючих органів та об'єктів управління (процесів виробництва, переробки і зберігання), які взаємодіють. Управління якістю сільськогосподарської продукції необхідно розглядати, як підготовку і внесення в план по якості значень показників якості нової продукції, необхідність зміни показників якості існуючої продукції, а також заходів, необхідних для досягнення та забезпечення цих показників.

Управління якістю передбачає аналіз зовнішніх (природних, кон'юнктурних) та внутрішніх факторів (технології сільськогосподарського виробництва, асортимент продукції, її екологічність, забезпеченість виробництва технікою і персоналом), які формують рівень якості продукції, що виготовляється.

За результатами аналізу всіх факторів складається план забезпечення заданого рівня якості як складова частина стратегічного плану, визначаються критерії такого рівня, у відповідності з якими і здійснюється організація та контроль сільськогосподарського виробництва. За фактично досягнутими результатами розробляються організаційно-технічні заходи по забезпеченню заданого рівня якості сільськогосподарської продукції, а за необхідності — його зміни.

Сучасні умови потребують включення в поняття якості нових елементів та аспектів, що обумовлює необхідність інтеграції і кооперації різних суб'єктів виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції, а також державних структурних підрозділів.

Однією із найважливіших складових діяльності по управлінню якістю на підприємствах є контроль, головне завдання якого — перевірка відповідності продукції або процесу встановленим вимогам, виявлення невідповідності та відхилень від нормативів з метою їх усунення та подальшого корегування. В сільськогосподарських підприємствах контрольні процеси здійснюються на низькому рівня, що обумовлюється недостатнім забезпеченням контрольновимірювальними приборами, в наслідок чого переважають суб'єктивні, візуальні та інтуїтивні оцінки якості.

Застосування системи якості дозволить підприємствам зменшити затрати матеріалів, підвищити якість продукції, вдосконалити систему управління та підвищити її ефективність, підвищити відповідальність та дисциплінованість персоналу, отримати переваги перед конкурентами, покращити імідж підприємства в очах партнерів, підвищити інвестиційну привабливість підприємства та вартість бізнесу.

Суттєвою причиною відставання українських товаровиробників в освоєнні системи менеджменту якості є висока вартість її розробки, впровадження і сертифікації. Це під силу тільки великим корпораціям та підприємствам.

В. О. ТЬОРЛО

канд. екон. наук, проф. МКА, УАІМВЛ МАУП

А. А. ПАНТЮХ

аспірант, МАУП

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКСПОРТУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ УКРАЇНИ

Зростаючий в наш час попит у світі на інформаційні технології створює передумови для розвитку в Україні та орієнтацію продукції цієї галузі на експорт. Протягом останнього десятиліття продукція даної галузі демонструє стабільні темпи зростання. Поряд з цим, в підприємствах галузі створено понад 100 000 робочих місць для високооплачуваних фахівців [6]. ІТ підприємства випускають програмне забезпечення широкої номенклатури, однак найбільш швидко зростає число замовлень, пов'язаних з розвитком сучасної мережі Інтернет, створенням інформаційних сайтів та розширенням систем електронної торгівлі. Проте аналіз поточного стану експорту ІТ індустрії засвідчує, що в даний час існує ряд чинників, що стримують розвиток цієї галузі в Україні. При цьому слід зазначити, що за умов, коли галузь займає чинне місце в системі державних пріоритетів, то її розвиток вимагає адекватної державної галузевої політики. Вказана обставина обумовлює необхідність обґрунтування шляхів удосконалення організації розвитку ІТ технологій суб'єктами господарювання України та розробки заходів щодо підвищення конкурентоспроможності цієї продукції на зовнішніх ринках.

Економічна криза в Україні суттєво позначилася на розвитку ІТ-галузі. Як наголошується в щорічному дослідженні, проведеному компанією IDC Ukraine, в 2014 році обсяг внутрішнього українського ІТ-ринку знизився на 45 % до \$ 1,6 млрд, у порівнянні з \$ 2,9 млрд в 2013 році. Основними причинами цього падіння називають економічну кризу і девальвацію національної валюти. За свідченнями IDC Ukraine, тільки за дев'ять місяців 2014 р. сумарний ІТ-бюджет промислових підприємств скоротився на 40 %, при цьому у чотирьох провідних операторів зв'язку даний показник знизився на 55 %, а в банківському секторі — на 26 %. У зв'язку із зниженням обсягів українського ринку, постачальники ІТ-послуг будуть все більше уваги звертати на зарубіжних замовників.

Найбільш істотно на показниках статистики галузі відбився показник обсягу продажів ІТ-обладнання. Якщо в 2013 р. він становив \$ 2,3 млрд,

то в 2014 р. він знизився на 47 % і склав \$ 1,2 млрд. При цьому реалізація програмного забезпечення скоротилася на 37 % (або на \$ 113 млн), а ІТ-послуги – на 42 % (або на \$ 133 млн). Зростання показав тільки самий незначний за обсягом сегмент ринку – продаж публічних хмар: з \$ 5,8 млн вони виростили на 40 % до \$ 8,1 млн.

Слід зазначити, що українські ІТ-фахівці є конкурентоспроможними на світовому ринку завдяки, як це не дивно звучить, внутрішній економічній кризі. Загальноекономічна ситуація в Україні знижує внутрішній попит на ІТ-послуги, у той час як девальвація не тільки провокує зниження споживання послуг, але й зменшує вартість роботи українських аутсорсерів, роблячи їх більш привабливими для зарубіжних замовників. Зазначене обумовило такий стан, коли українські послуги та товари стали дешевшими у валютному еквіваленті, але фахівці вимушені отримувати нижчу заробітну плату.

Висока частка експортерів серед українських компаній знижує надходження від їх діяльності в український бюджет. Це обумовлено тією обставиною, що кошти, зароблені від зарубіжних замовлень, часто осідають на закордонних рахунках. Щоб повернути ці кошти в державу, необхідно провести ряд змін, зокрема стимулювати зростання бюджетних надходжень від ІТ-експортерів за допомогою зниження податкового навантаження на компанії.

Разом з тим, не можна вважати, що ІТ-експортери зовсім не формують прибутку української економіки навіть за існуючої ситуації. Суб'єктами господарювання отримується високий дохід, значна частина якого залишається в Україні. Крім того, високу цінність складає досвід та знання, що в існуючих умовах не експортуються за кордон, а залишаються в межах нашої країни. Фахівці, які зараз створюють продукти для зарубіжних компаній, в подальшому можуть створювати вже українські напрацювання.

П'ятірка лідерів ІТ компаній свій склад не змінила. Найбільшою компанією України залишається "Luxoft". За нею з невеликим відривом йдуть "SoftServe" і "EPAM Systems". Четверта і п'ята компанії рейтингу останнім часом помінялися місцями: "GlobalLogic" повернувся на четверте місце, а "Ciklum", відповідно, став замикаючою компанією "великої п'ятірки" [5].

Ринок інформаційних технологій в Україні значною мірою є залежним від інвестицій у реальний сектор економіки та виділення бюджетних коштів на створення автоматизованої системи державного управління галузю. Україна сьогодні є помітним гравцем на світовому ринку аутсорсингу з обсягом експорту \$2 млрд [4]. На перспективу доцільно створити умови для скорочення темпів відпливу українських фахівців ІТ-галузі за кордон. Щодо удосконалення відповідного законодавства, то доцільно використати позитивний досвід країн Центральної та Східної Європи. Наприклад, у Білорусі діє 9-відсотковий прибутковий податок для компаній національного Парку високих технологій, у Румунії взагалі відсутня ставка прибуткового податку для працівників сфери розробки програмного забезпечення.

В наш час доцільно виділити шість головних напрямів, в яких потрібно провести реформи. Проте успішна реалізація вказаних напрямів буде залежати від наявності фінансових резервів, зокрема вітчизняних та закордонних інвесторів. Їх бажання фінансувати розвиток ІТ буде значною мірою сприяти реформуванню законодавчого поля в напрямі зменшення прибуткових податків для суб'єктів господарювання, що займається експортом ІТ-продукції.

Найбільш важливими є такі напрями розвитку ІТ-галузі:

ІТ-аутсорсинг. На ринку ІТ-аутсорсингу Україна конкурує (і досить успішно) з Індією, Китаєм, Росією та країнами Східної Європи. Щоб забезпечити заплановані темпи зростання потрібно модернізувати систему освіти і скоригувати програми навчання та чисельність фахівців, що проходять відповідну підготовку відповідно до вимог ринку.

Науково-дослідні центри. В Україні налічується вже понад 100 науково-дослідних центрів всесвітньо відомих корпорацій. Їх модель роботи не значно відрізняється від ІТ-аутсорсингу. Різниця полягає лише в тому, що вітчизняні фахівці задіяні в проектах окремої компанії. Найбільший штат розгорнула Samsung Electronics, станом на січень 2015 р. вона нараховувала 1200 працівників у Києві та Харкові. Ці показники перевищують тільки офіси п'ятірки найбільших аутсорсерів Luxoft, SoftServe, EPAM Systems, GlobalLogic, Ciklum (у порядку зменшення штату).

На вказаному ринку R&D-аутсорсингу конкурують не окремі компанії, а цілі країни. Успіхи України та її конкурентоспроможність безпосередньо залежать від створення так званих базових умов — податкових стимулів для розвитку галузі. При цьому доцільно використати успішний досвід Ізраїлю та Сінгапуру зі створення та просування ІТ-кластерів. Формування таких центрів може здійснюватися в рамках державно-приватного партнерства, при цьому основний тягар фінансування лягатиме на приватні компанії.

Електронна комерція. Експерти оцінюють обсяг ринку електронної комерції в Україні в \$2 млрд при тому, що проникнення послуг поки що становить лише 1,8 % їх потреби. Стримувальними чинниками є низький рівень логістичної інфраструктури та неприйняття споживачами і власниками інтернет-магазинів електронних платіжних інструментів. Найчастіше за покупки прийнято розраховуватися готівкою з кур'єром. Тому начальним є ухвалення закону про електронну комерцію, що почне регулювати електронну торгівлю й електронні документи. Також потрібно спростити чи зовсім скасувати видання ліцензій на електронні гроші та їхнє адміністрування. У тривалій перспективі для провідних світових постачальників на території України можна відкрити митно-ліцензійні склади.

Стартапи. В Україні нараховується чимало стартапів, окремі з яких здобули популярність на внутрішньому ринку (наприклад Rozetka чи Ukr.net). На глобальний ринок претендують “Grammarly”, “InvisibleCRM”, “Jooble” тощо. Найчастіше це компанії, що спеціалізуються на тій же електронній комерції, наданні онлайн-сервісів, нерідко орієнтовані на мобільні платформи

чи розробку програмного забезпечення. Даний напрям за оцінками фахівців формує важливий сектор ІТ-ринку обсягом \$1 млрд., крім того розвиток стартапів буде мінімізувати міграцію бізнесу за кордон.

У нашої країни є кілька спільних з Ізраїлем особливостей, які дають реальні можливості повторити історію успіху у сфері венчурного бізнесу [9]. Серед сприятливих чинників доцільно виділити майже цілковиту відсутність внутрішніх ринків, намагання інтегруватися в спільноти розвинутих країн, а також великий досвід у високотехнологічній галузі та бурхлива динаміка розвитку підприємництва серед молоді.

Так в Ізраїлі в межах державної програми зі \$100-мільйонним бюджетом група “Yozma” протягом трьох років створила десять фондів, кожен з яких був із капіталом понад \$20 млн та 60-відсотковою часткою приватних інвесторів [9]. Це поклало початок створення професійно керованого ринку венчурного капіталу в Ізраїлі. Також уряд Ізраїлю розробив проект зі створення науково-технічних інкубаторів на базі чинних технологічних інститутів та університетів. Вони мають мало спільного з наявними приватними бізнес-акселераторами, оскільки строк розробки проекту може тривати один-два роки й потребувати близько \$500 тисяч інвестицій.

ІТ в держсекторі. Поки що українські державні установи майже не використовують ІТ-інструментів. Але в наш час необхідні повномасштабні інвестиції в розвиток ІТ-інфраструктури органів влади, починаючи від модернізації митниці та закупівель і закінчуючи реалізацією концепції “електронного уряду”.

У перспективі цей комплекс заходів дасть змогу автоматизувати багато процесів і тим самим підвищити ефективність роботи уряду. Пересічні громадяни, також отримують певні зиски, тому що зможуть витратити менше часу для отримання довідок, оформлення документів, відкриття бізнесу тощо. Крім того, перенесення процесів в ІТ неминуче підвищить прозорість багатьох процедур.

Телеком. За впровадження нових телекомунікаційних послуг, підвищення їхньої якості та доступності дасть можливість також поповнити бюджет, та скоротити розрив у “цифрових” технологіях із західними країнами. В наш час важливе значення має ефективність розподілу радіочастотного ресурсу. Як першорядний захід фахівці пропонують дати 3G/4G-ліцензії на конкурсній основі всім зацікавленим операторам. Переможці мають взяти на себе зобов’язання “покрити” зв’язком нового покоління більшу частину території нашої країни. В цьому напрямі вже зроблені перші кроки: державою реалізовано 3 ліцензії для впровадження 3G покриття в Україні.

У перспективі потрібно спростити процес одержання дозволів і ліцензій та продумати механізми захисту критично важливих елементів галузевої інфраструктури, що унеможлиблювали б примусове вилучення серверів чи вимкнення мереж.

У нашій країні залишилося не так багато галузей, які всупереч складній економічній ситуації та війні здатні демонструвати зростання і приносити

валютні надходження. Мабуть, на сьогодні з впевненістю можна виділити серед основних агропромисловий комплекс та експортно орієнтований напрямок ІТ-аутсорсингу. В інших галузях наша країна не тільки не створює додаткові робочі місця і поліпшує макроекономічні показники, а й не підвищує конкурентоспроможність несировинної частини економіки. Також створюється позитивний імідж у світовому масштабі, що, можливо, є надзвичайно важливим за сучасних умов.

Література

1. Information and Communication Technology Data and Statistics [Електронний ресурс]: World Bank Search—Режим доступу: http://search.worldbank.org/data?qterm=ICt&language=EN&_database_exact=WDI
2. Ковальчук Т. Т. Сучасний інформаційний ринок / Т. Т. Ковальчук, І. Ю. Марко, С. І. Марко. — К.: Знання, 2011. — 255 с.
3. Криза видавлює український ІТ-ринок за кордон: Апостроф ред. Микита Кузнецов [Електронний ресурс] — Режим доступу: URL: <http://apostrophe.com.ua/article/business/telecom/2014-12-18/krizis-vyidavlivaet-ukrainskiy-it-ryinok-za-granitsu/978>
4. Уряд підтримає розвиток ІТ-галузі в Україні, квітень-2015 [Електронний ресурс] — Режим доступу: URL: <http://u-s-c.com.ua/uryad-pidtrimaye-rozvitok-it-galuzi-v-ukrayini/>
5. ТОП-25 найбільших ІТ-компаній України, січень-2015 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: dou.ua/lenta/articles/top-25-jan-2015/
6. Як підштовхнути розвиток ІТ-галузі в Україні: Журнал Форбс Україна ред. Сергій Мишко [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL:forbes.ua/ua/business/1367929-yak-pidshtovhnuti-rozvitok-it-galuzi-v-ukrayini

В. О. ТЬОРЛО

канд. екон. наук, проф. МКА, УАІМВЛ МАУП

В. В. МІРОШНИЧЕНКО

канд. екон. наук, доц. кафедри економіки, АМУ, м. Київ

ПАРАДИГМА РЕГІОНАЛЬНОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ЗА УМОВ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Використання резервів комплексно-пропорційного регіонального розвитку з високим рівнем ефективності використовується провідними країнами світу в моделях своєї державної соціально-економічної політики з 30-х років двадцятого століття. Останнім часом регіональна термінологія все частіше зустрічається в офіційних документах та засобах масової інформації України. Зазначене обумовлює актуальність дослідження питань регіонального соціально-економічного розвитку нашої країни за існуючих умов з врахуванням можливостей європейської інтеграції.

Високий рівень розвитку світових інтеграційних процесів обумовлює необхідність класифікувати регіони на внутрішньодержавні та міжнародні. Україна “де-факто” приймає участь в реалізації окремих ланок європейської програми “Європа регіонів”. Мова йде, перш за все, про співпрацю в межах таких євро регіонів як “Карпати”, “Дунайські плавні” та “Західний Буг”.

Проте ефективна реалізація внутрішньодержавного регіонального соціально-економічного розвитку можлива лише за умови існування в нашій країні затвердженої на законодавчому рівні науково обґрунтованої регіональної політики, яка буде сприяти не тільки вирішенню проблем депресивних територій, але й суспільному піднесенню країни в цілому.

З огляду на сучасні досягнення в обґрунтуванні напрямів суспільної організації і, зокрема, практики господарювання в провідних країнах світу, регіональний соціально-економічний розвиток повинен базуватися на генетичному типі парадигми, яка за своєю сутністю є конструктивною. Це обумовлено тією обставиною, що функціональна структура екосоціосистем (ЕСС) будь-якого рангу має три основні складові: “населення — господарство — природа” і їх стан залежить як від зовнішнього, так і внутрішнього впливу, а також від взаємодії вказаних складових. Кожна підсистема ЕСС є споживачем певної кількості речовин і енергії та має допустимий поріг змін, перевищення якого призводить до деструктивних порушень її стану. Якщо взаємодія відбувається в нераціональних межах, то це обумовлює небажані, а іноді й катастрофічні наслідки.

Вказана генетична парадигма повинна обов'язково базуватися на інноваційних досягненнях, а її особливості мають враховуватися при обґрунтуванні внутрішньодержавної регіональної політики[3]. Формування та практична реалізація регіональної політики має максимально враховувати конкретні чинники, що впливають на неї, та існуючу в державі всю сукупність необхідних для цього передумов, головними з яких є, поряд з наявністю необхідних правової бази та можливостями фінансового забезпечення, комплексний потенціал територій, зокрема особливості їх природно- та працересурсного потенціалів, рівні соціального та економічного розвитку, екологічна, а останнім часом і воєнна, ситуації в цілому по країні та в окремих її історико-господарських частинах.

За сучасних умов для кількісного та якісного врахування ресурсів і обґрунтування заходів, спрямованих на вихід країни і окремих її регіонів з кризового стану, важливе значення має зведення різноманітних ресурсів до узагальнюючого показника сукупного ресурсного потенціалу (СРП). Для його визначення можливе використання методу регресивних моделей, індексного методу та методу вартісної оцінки природних, трудових і матеріальних ресурсів. Останній напрям в наш час має найбільше практичне значення. Тому методика вартісної оцінки СРП повинно охоплювати природно-ресурсний потенціал регіонів України, наявні в них трудові ресурси і основні та оборотні фонди [2, с. 45–47].

Під рівнем економічного розвитку розуміється ступінь використання усіх виробничих ресурсів, можливості задоволення найважливіших суспільних та індивідуальних потреб. Як свідчить міжнародний досвід, розрив між екстремальними рівнями економічного розвитку регіонів у 30–50 пунктів вже є загрозливим і створює напругу у стосунках між регіонами, спричиняє некеровані міграції населення, заохочує автономізацію і сепаратизм.

Порівняно найповнішу картину сумарних регіональних відмінностей в рівнях економічного розвитку областей України дає синтезований показник суми відхилень від пересічного по державі значення показників виробництва валового суспільного продукту в розрахунку на одного мешканця, національного доходу, валового продукту промисловості і сільського господарства, а також величини національного доходу на одного працюючого на рівні адміністративних одиниць.

Щодо рівня соціального розвитку, то сутність цієї категорії зводиться до ступеня задоволення соціальних потреб населення країни в цілому та в окремих її частинах. Для його оцінки, зазвичай, використовують загальні та часткові показники [4, с. 39]. Загальні показники — індекс людського розвитку, індекс соціального розвитку, ВВП у розрахунку на одного мешканця. Найчастіше в наших умовах розраховують індекс соціального розвитку за трьома порівняльними щодо середнього значення показниками: тривалість життя, рівень освіти, грошові доходи населення.

Методика ООН для оцінки рівнів соціального розвитку рекомендує використовувати показник індексу людського розвитку, що враховує стан здоров'я, рівень освіченості і реальну купівельну спроможність населення.

Часткові показники доцільно об'єднувати у такі групи: досягнень, рівня розвитку соціальної інфраструктури, негативних соціальних явищ — рівень захворюваності, смертність від нещасних випадків, тимчасова непрацездатність, частка безробітної молоді, коефіцієнт злочинності.

Екологічна ситуація в країні накладає суттєвий результуючий вплив на всі сторони життєдіяльності населення внаслідок високого рівня антропогенного використання її території і, зокрема, виробничого природокористування. В результаті високого рівня господарського використання території, що знайшло свій прояв у надмірній концентрації населення, промислового і сільськогосподарського виробництва в окремих регіонах створилась напружена екологічна ситуація.

Сумарне забруднення природного середовища проявляється через концентрацію шкідливих речовин або енергії вище допустимих норм і супроводжується зміною його фізичних, хімічних та біологічних параметрів, що негативно впливають на здоров'я людей. Зазначене дає підстави зробити висновок, що Україна характеризується значною територіальною диференціацією передумов, що впливають на регіональну політику.

Таким чином, при прийнятті рішень щодо планів соціально-економічного розвитку окремих територій України фахівці та відповідні державні інституції повинні враховувати всю сукупність існуючих в них передумов і в залежності від цього адресно спрямовувати необхідні види регіональної політики та їх поєднання. При цьому безпосереднє управління вирішенням питань розвитку соціальної сфери, господарства та зумовленими цими процесами природокористуванням повинно бути не централізованим, а здійснюватися на місцях. Такий підхід обумовлюється тим, що із наближенням управлінських центрів до об'єктів управління (в регіонах це локальні, природні, господарські та соціальні підсистеми) зростає не тільки своєчасність корегування небажаних процесів і тенденцій, але й рівень обґрунтування заходів з підвищення ефективності розвитку регіонів.

Література

1. Герасимчук З. В. Регіональна політика сталого розвитку: методологія формування, механізми реалізації. — Луцьк: Настир'я, 2001. — 528 с.
2. Пістун М. Д., Тьорло В. О., Мезенцев К. В. Регіональна політика в Україні: суспільно-географічний аспект. Монографія. — К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2004. — 130 с.
3. Мірошніченко В. В., Тьорло В. О. Методи прогнозування інноваційного розвитку регіонів України // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції: "Інноваційні підходи та механізм державного та муніципального управління". Ч. 1. — К.: Видавничо-поліграфічний центр АМУ, 2013. — С. 248–251.
4. Тьорло В. О. Соціальний розвиток регіонів України // Вісник Академії праці і соціальних відносин. — 2002. — № 1. — С. 39–43.

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ

У створенні матеріально-технічної бази держави, розвитку продуктивних сил суспільства найважливіша роль належить промисловості — провідній сфері економіки, яка займається видобутком і переробкою промислової та сільськогосподарської сировини в засоби виробництва і предмети споживання на основі застосування машинної техніки.

В умовах глобалізації, вступу України до СОТ і прагнення стати повноправним членом європейського співтовариства, та, відповідно, в умовах подальшої лібералізації економічних відносин необхідно мати реальне уявлення не тільки про поточний стан вітчизняної промисловості, а й про майбутні цілі та можливості її розвитку та місце в міжнародному поділі праці.

Аналіз сучасного стану промислового виробництва виявляє багато проблем, зокрема: обмежені інвестиційні можливості; високий рівень зносу основних фондів; недостатнє фінансування науки; витратний характер виробництва; низьку конкурентоспроможність підприємств тощо. В той же час науковий аналіз доводить, що вітчизняна промисловість має певний необхідний потенціал з вирішення існуючих проблем.

Щоб створити цілісну систему пропозицій щодо розвитку промисловості, пропонується взяти за основу три ключових пріоритети, тобто три стратегічних орієнтири, а саме:

- підвищення структурної ефективності промислового комплексу;
- реалізація інноваційної моделі розвитку промисловості;
- зростання конкурентних можливостей промислового виробництва.

Важливість розв'язання цих проблем, як стратегічних орієнтирів розвитку промисловості, полягає у наступному.

Підвищення структурної ефективності промислового комплексу. Українська промисловість занадто обтяжена виробництвом продукції паливно-енергетичного комплексу та виробництвом первинних сировинних ресурсів і напівфабрикатів.

В той же час питома вага машинобудування, яке є основою інноваційного розвитку, нижча ніж у розвинутих країнах в 2–3 рази.

Тому пропонується в основу стратегії структурної перебудови промислового комплексу покласти такі завдання:

- прискорений розвиток переробної промисловості;
- розширення пропонування вітчизняних товарів на внутрішньому ринку;

- підвищення рівня збалансованості виробництва;
- створення замкнених технологічних циклів та деякі інші.

Пріоритетом тут може стати нарощування випуску високотехнологічних виробів, передусім технічно складних товарів широкого вжитку, медичної, комп'ютерної техніки, легкових автомобілів тощо. Тобто таких, які найбільшою мірою стимулюють внутрішній попит і підвищення особистого кінцевого споживання.

Реалізація інноваційної моделі розвитку промисловості. Сутність інноваційної моделі розвитку промисловості полягає у створенні, накопиченні знань та поєднання науково-технічної та виробничої сфери. Тобто повинна бути практично реалізована відома схема: наука — техніка — виробництво — збут.

В умовах глобалізації одним із найважливіших напрямів промислового розвитку стає формування постіндустріального суспільства, заснованого на знаннях. Світовий досвід показує, що найбільшого успіху економічно розвинуті країни досягли саме на етапі постіндустріального розвитку. А що собою представляє вітчизняна промисловість, в якій мірі це індустрія, в якій постіндустрія?

Криза індустріальної системи, з якою Україна зіткнулася в умовах ринкової трансформації економіки, висвітлила її суттєве технологічне і економічне відставання від найбільш розвинених країн світу. Домінування в Україні 3-го і 4-го технологічних укладів, до яких відносяться в основному традиційні виробництва добувної і переробної промисловості, консервує ресурсо-, енерго- і капіталомісткий тип промислового виробництва.

Для зміни такої ситуації пропонується:

- посилити роль держави у реалізації інноваційної моделі;
- вдосконалити організаційно-функціональну структуру науково-технічного потенціалу;
- забезпечити чітке розмежування науки на безприбутковий і комерційні сектори;
- до пріоритетних видів інноваційної діяльності мають бути віднесені виробництва 5-го і 6-го технологічних укладів.

Зростання конкурентних можливостей промислового виробництва. Зростання конкурентоспроможності — це комплексна категорія, яка залежить, з одного боку, від підвищення ефективності промислового комплексу, а з другого, — від формування повноцінного конкурентного середовища.

Перша умова може бути вирішена за рахунок попередніх заходів — через вдосконалення структури промислового виробництва та реалізацію інноваційної моделі розвитку промисловості.

Друга умова — створення конкурентного середовища — потребує суттєвих інституціональних змін. Для цього, на наш погляд, потрібні дієві зміни у таких напрямках:

- реформування системи управління промисловістю;
- продовження інституціональних змін та розвиток ринкових відносин;

- підняття ефективності управління державною власністю;
- усунення негативного впливу природних монополій.

Для реалізації запропонованих напрямів суттєва увага має бути приділена розробці заходів щодо стимулювання подальшого інвестиційного залучення коштів з різних джерел. Вважаємо, що структура інвестицій має бути такою: власні кошти підприємств і організацій — 70 %; державні інвестиційні ресурси — 10 %; ресурси фінансово-кредитної сфери — 7 %; іноземний капітал — 5 %; кошти населення — 3 %; інші джерела — 5 %.

Таким чином, досягнення стабільного економічного зростання можливе за умов забезпечення інноваційної спрямованості розвитку промислового виробництва і суттєвого просування в напрямку створення сучасного науково-технологічного потенціалу на основі визначення власних конкурентних переваг і реалізації прориву в цій сфері.

Реалізація запропонованих стратегічних орієнтирів сприятиме створенню сучасного, інтегрованого у світове виробництво і здатного до саморозвитку промислового виробництва, яке має забезпечити міцні підвалини утвердження України як високорозвиненої, соціально-орієнтованої держави ринкового типу.

РОЛЬ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Глобалізація світової економіки є об'єктивним напрямом руху світового господарства, коли світовий простір перетворюється в загальний простір вільного розповсюдження інформації, товарів, послуг, капіталу. При цьому ізольовані національні економіки стають взаємопов'язаними та взаємозалежними, а відтак знаходяться під дією як позитивних так і негативних наслідків глобалізації.

Чинниками розвитку глобалізації є поглиблення міжнародного поділу праці, що послаблює національний протекціонізм в світовій торгівлі, регулюванні фінансових ринків, обміні інформацією. Наслідком лібералізації руху всіх видів ресурсів стає зростання економічної ефективності господарської діяльності окремих суб'єктів економіки, які завдяки одночасної присутності на чисельних ринках стали здатними використати повною мірою переваги глобалізації.

В першу чергу такими отримувачами вигод на світових товарних та фінансових ринках стали транснаціональні корпорації (ТНК) та транснаціональні банки (ТНБ), які одночасно є і вагомим джерелом глобалізації і її наслідком. Транснаціональні корпорації створили розвинуту мережу виробничої, науково-технічної, інвестиційної, торгової та культурної взаємозалежності країн результатом чого стало те, що значна частина рішень окремої країни щодо виробництва, експорту та імпорту залежить від міжнародних організацій за межами національної держави. Транснаціональні корпорації (ТНК) є провідними у зовнішньоекономічній діяльності за впливом на позитивне сальдо торговельного балансу країни. Вони виступають торговцями, інвесторами, розповсюджувачами сучасних технологій, стимуляторами міжнародної трудової міграції.

У світовій економіці за даними ООН зараз існує більш як 65 тис. ТНК, (за іншими даними більше 82 тис.) що контролюють понад 850 тис. афільованих зарубіжних компаній по всьому світу, у яких задіяно більш як 74 млн. чоловік. При цьому на території промислово розвинених держав розміщується понад 80 % материнських компаній і близько 33 % афільованих, у країнах, що розвиваються, - відповідно 19,5 і майже 50, у колишніх соціалістичних державах — приблизно 0,5 і 17 %. На ТНК припадає 50 % світової торгівлі та 67 % зовнішньої торгівлі, також 80 % винаходів і ліцензій [2].

Доменами найбільших ТНК в основному є держави із сильними, стабільними економіками, такі як: США, Великобританія, Німеччина, Китай, Японія, Франція та ін. Серед компаній з найбільшим іноземними активами близько 17 утримують 90 % від загального об'єму активів за кордоном [1].

Для ТНК із країн Європейського Союзу та США найбільш привабливими сферами України є українська харчова промисловість (Nestle, бельгійська ABInBev, американські Kraft foods та Coca-Cola Company, англо-голландська Unilever); підприємства торгівлі (Wal-Mart Stores, Carrefour SA, McDonalds Corporation); фінансовий сектор (Райффайзен Інтернаціональ Банк-Холдинг АГ); фармацевтика (BASF SE та Bayer AG). Саме в цих галузях обіг капіталу є швидким, а комерційні ризики – мінімальні. Привабливим для ТНК із промислово розвинутих країн є також інвестування в інфраструктуру бізнес-послуг для обслуговування, насамперед, підприємств з іноземними інвестиціями.

Сучасні ТНК виступають як провідні сили світової економіки, вони контролюють значну частину світового споживання ресурсів, що можна вважати експансією на національних товарних ринках. Такий погляд на діяльність ТНК робить актуальним питання економічної безпеки України та осмислення необхідності розробки стратегічних рішень щодо діяльності світових ТНК та національних ТНК в економічному просторі України виходячи з врівноваження позитивного та негативного впливу ТНК. До позитивного впливу ТНК на економіку України, який необхідно використати для здобуття значущого місця в міжнародному економічному та фінансовому середовищі, належить:

- значне вливання капіталовкладень в економіку України;
- збільшення податкових надходжень до бюджету країни;
- створення додаткових робочих місць, в тому числі високотехнологічних;
- пожвавлення внутрішньої торгівлі в середині країни, насичення ринку високоякісними товарами та послугами;
- впровадження інновацій, ноу-хау та найновіших розробок, модернізація підприємств;
- поширення міжнародних стандартів ведення виробництва [3].

Негативний вплив діяльності ТНК на економіку України проявляється у наступному:

- держава стає фінансово залежною від стратегії діяльності ТНК;
- ТНК впливають на уряди країн, диктуючи правила гри на ринку та умови використання природних ресурсів;
- ТНК знищують національних виробників, які мають низьку конкурентоспроможність продукції на світовому ринку [3].

Загальною тенденцією присутності диверсифікованих за галузями ТНК в економіці розвинених країн є посилення конкуренції між ними на товарних ринках країни базування, що є рушійною силою технічного прогресу та зростання рівня споживання. В Україні транснаціоналізація економіки має особливістю те, що найбільші та найпотужніші національні ТНК є монопо-

лістами окремих галузей та сфер діяльності. Тобто, найбільші компанії, що мають статус ТНК, є єдиними гігантами кожен в своїх секторах за відсутності аналогічних за потужністю. Саме цей фактор відсутності конкуренції виступає основним негативним чинником розвитку ТНК в Україні тому що стає можливим відставання України по окремим напрямкам технічного розвитку, якщо ТНК-монополіст не бажає вкладати кошти в цей напрямок.

Разом з тим, враховуючи позитивний вплив національних ТНК на розвиток економіки України, необхідно розглядати їх з позицій протидії міжнародним ТНК у використанні природних ресурсів України без створення на її території високотехнологічних виробництв в той час, коли стратегічним напрямком розвитку України є залучення в країну найсучасніших технологій.

Вказаний підхід до стимулювання створення національних ТНК відбиває реакцію кожної країни на найсуттєвіше протиріччя глобалізації — з одного боку це інтеграція країн на товарних ринках, а з іншого — конкурентна боротьба національних підприємств на тих же ринках за власні конкурентні переваги, яку ніяка глобалізація не в змозі відмінити. Обґрунтованою реакцією, на наш погляд, є підтримка державою транснаціоналізації українських підприємств за умови їх соціальної направленості на інтереси України. На нашу думку, саме такий підхід сприяє протидії головному негативу глобалізації — диференціації світової економіки, тобто сприятливість для розвитку успішних країн та консервування відставання всіх інших [6].

Вплив як світових, так і національних ТНК на економіку України проявляється та оцінюється обсягами інвестування та напрямками використання отриманого прибутку. Інвестиції є фінансовим інструментом вирішення проблем фінансування росту та розвитку економіки будь-якої країни. Інвестиційний механізм розвитку, як свідчить досвід розвинених країн, в першу чергу залучає національні інвестиції, за якими починають прискорено надходити іноземні. Тому стратегічним завданням для України є створення відповідного внутрішнього та зовнішнього середовища для залучення інвестицій, сприяння підвищенню конкурентоспроможності українських виробників на зовнішніх ринках, і за рахунок інвестиційних ресурсів ТНК забезпечення розвитку вітчизняних товаровиробників.

Література

1. Крупнейшие ТНК в мире / А. Пучков [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.slideshare.net/AlexeyPuchkov/ss-11875759.](http://www.slideshare.net/AlexeyPuchkov/ss-11875759)
2. Ливенцев Н. Н. и др. Международные экономические отношения / Н. Н. Ливенцев. — М.: Изд-во Проспект, 2005. — 648 с.
3. Молчанова Л. Взаємодія транснаціональних корпорацій з національними економіками на прикладі України [Електронний ресурс]. — Л. Молчанова. — Режим доступу: <http://fes.kiev.ua>
4. Транснациональная корпорация, ТНК [Електронний ресурс]: // “Энциклопедия Кругосвет” — 2013. Режим доступу: <http://www.krugosvet.ru/enc/gumani->

tarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/TRANSNATSIONALNAYA_KORPORATSIYA_TNK.html?page=0,8

5. Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності [навч. посіб.] / С. О. Якубовський та ін.; ред.: С. О. Якубовський, Ю. Г. Козак. — К.: ЦУЛ, 2011. — 472 с.
6. Філіпенко А. С. Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність / А. С. Філіпенко. — К.: Знання, 2007. — 670 с.

Л. О. ЧЕРНИШ

канд. екон. наук, ПВНЗ “Нікопольський економічний університет”

Л. М. ЛЕГКА

канд. пед. наук, ПВНЗ “Нікопольський економічний університет”

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЯК ДЖЕРЕЛО ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

Світова фінансово-виробнича криза останніх років негативно вплинула на економіку України. Поступовий перехід України на інноваційно-інвестиційний шлях розвитку, вступ до СОТ, набуття асоційованого членства у Європейському Союзі вимагає розвитку економіки на якісно новій основі.

Останнім часом все більшого значення для розвитку економіки держави набувають сучасні технології та інновації, які генеруючи нові знання, забезпечують основу для ефективного розвитку. Саме інновації стають передумовою створення додаткових багатств для виробничого сектору та формують соціально — економічну парадигму сучасного суспільства.

Інновації відіграють важливу роль в економіці та є суттєвим елементом підвищення її ефективності.

Під інноваціями в широкому значенні розуміють прибуткове використання новацій у вигляді нових технологій, видів продукції, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного або іншого характеру [2].

Підсумковим результатом розвитку науки та високотехнологічних галузей у 21 ст. стало формування в економіках провідних країнах світу нового механізму саморозвитку — національних інформаційних систем. За умов, коли традиційні чинники економічного зростання, що спиралися переважно на мобілізацію наявних ресурсів, вже практично вичерпано, суттєвих зрушень у напрямі трансформаційних змін економіки можна очікувати через впровадження інноваційної моделі її розвитку. Ефективність державної політики саме у сфері управління інноваційними процесами визначає конкурентоспроможність національної економіки.

Нагальною стала необхідність перебудови національних економік на основі енерго- та матеріалозберігаючих технологій, безвідходних технологій.

Це впливає на прискорення розвитку низки нових галузей, зокрема виробництва устаткування для захисту довкілля, виробництва найновіших

засобів зв'язку, інформаційних, аерокосмічних систем. Для багатьох національних господарюючих суб'єктів основним завданням стало швидка і гнучка адаптація до вимог часу. Виходячи з вищезазначеного, тема оцінки інноваційних процесів є дуже важливою і актуальною.

Значна кількість наукових розробок таких зарубіжних вчених, як П. Шмідт, Дж Айгер, посвячена дослідженню ролі інноваційної діяльності в зростанні національного доходу країни та її оцінки.

Держава все ще не досконально використовує довгострокові механізми, які б могли б забезпечити прискорення техніко — економічного розвитку реального сектору економіки.

Віддаючи належне надбання зарубіжних та вітчизняних вчених слід відмітити, що багато питань організаційного фінансового, правового та економічного стимулювання інноваційної діяльності залишилися поза увагою. Ми визначили, що недоліками в управлінні інноваційно-інвестиційними процесами вітчизняних підприємств є:

- відсутність системності у здійснюваних державою заходах щодо реалізації інноваційного потенціалу національної економіки;
- відсутність науково-методологічної бази формування науково-технологічної сфери;
- нескоординованість дій суб'єктів інноваційної діяльності;
- недостатність фінансових ресурсів для забезпечення наукових досліджень та впровадження інноваційних розробок;
- відсутність привабливості інноваційної сфери нашої країни для вітчизняних та іноземних інвесторів;
- недостатньо якісна підготовка кадрового потенціалу.

Низька ефективність виробничого потенціалу в Україні обумовлена також сформованою раніше нерівномірністю технічного розвитку різноманітних елементів і складових частин виробничої бази національних підприємств.

Результати дослідження світового досвіду регулювання інноваційної діяльності підприємств у розвинених країнах свідчать, що уряди провідних країн (США, Японія, Німеччина, Франція) — використовують широкі можливості стимулювання інноваційної активності на державному рівні, що дозволяє їм досягнути високих темпів економічного розвитку.

Впродовж останніх років в Україні створено передумови для розвитку інноваційної діяльності — сформовано основи нормативно-правової бази та механізми здійснення інноваційної політики, а також забезпечено умови для розвитку відповідної інфраструктури. Але хоча і є високий інноваційний потенціал, інноваційна складова, щодо забезпечення економічного розвитку використовується не повністю. Тому на сьогодні на Україні рівень використання інноваційного потенціалу є недостатнім.

Що ж стосується особливостей сьогодення економіки, політичного розвитку України, як держави, а також враховуючи динаміку подій, пов'язаних з переорієнтацією пріоритетів розвитку національної еконо-

міки, та в процесі дослідження інноваційного розвитку можна виділили такі особливості:

- технічне і технологічне відставання від рівня розвинених країн світу;
- висока ресурсомісткість виробництва;
- низький рівень продуктивності праці;
- ізолюваність у світовому науково-технічному і технологічному обміні;
- підготовка кадрів та пошук шляхів підвищення їхньої ефективності як фахівців у впровадженні інноваційних процесів.

Аналіз наукової літератури, освітня практика свідчать, що модернізацію процесів навчання треба будувати за принципами:

На основі вищенаведеного матеріалу, враховуючи економіко-політичне положення України, визначили ряд цілей інноваційної політики української держави:

- забезпечення розвитку країни, впровадження нововведень;
- постійне оновлення і модернізація виробництва;
- забезпечення прогресивних структурних зрушень в економіці;
- прискорення процесу формування ринку науково-технічної продукції і підвищення ринкового попиту та науково-технологічні дослідження.
- підготовка кадрів та пошук шляхів підвищення їх ефективної працездатності у впровадженні інноваційних процесів.

Розвиток інноваційної діяльності повинен стати невід'ємною складовою частиною реформування економіки країни, тому, що недостатня увага до розвитку науково-технічної сфери обумовлює структурну деформованість економіки та домінування низько-технологічних виробництв, які малосприятливі до наукових досягнень і не можуть забезпечити підвищення конкурентоспроможності економіки. Внаслідок впливу недосконалої конкуренції підривається зв'язок "наука-виробництво".

На даний час зв'язок науки з виробництвом зводиться лише до укладання угод про наукове співробітництво між НАН України та органами державної і місцевої влади, обмеженої взаємодії НДІ з об'єктами промисловості.

На сьогодні Україна має потужний науковий потенціал, однак кризові явища призвели до втрат попиту на наукову продукцію на внутрішньому ринку, що пояснюється падінням загального рівня інвестицій, зростанням взаємної заборгованості і переорієнтації економічної діяльності з реального сектора в сектор швидкої віддачі інвестованого капіталу, понад 90 % продукції, що виробляється в Україні, не має відповідного науково-технічного забезпечення, а на світовому ринку інновацій вітчизняної наукомісткої продукції складає лише 0,1 %.

Оскільки управління інноваціями стає одним із найскладніших завдань, з якими постійно стикаються підприємства, то дослідження, аналіз, обґрунтування напрямів і формування методів удосконалення управління інноваціями є важливою проблемою науки і практики [6].

У державі необхідно створювати сучасні інфраструктури науки і готувати науково-технічні кадри.

Проведені дослідження свідчать, що вищою ланкою в ланцюжку інноваційної стратегії могло б стати створення спеціалізованого інноваційного банку, який зміг би забезпечувати виконання програм науково-технічного і соціально-економічного розвитку промислових компаній, одержання прибутку від реалізації даних програм.

Запропоновано кілька методів щодо регулювання інноваційного розвитку економічних систем: метод планування, метод економічного стимулювання, методи соціального регулювання, правові методи

Отже головною причиною кризи інноваційної діяльності в Україні полягає у відриві, технічної політики, яка проводиться державою від економічного базису. Розвиток інноваційної діяльності стримують причини, перш за все дефіцит фінансових ресурсів, високі кредитні ставки, макроекономічна нестабільність, що підвищує рівень ризику..

Ми вважаємо, що основним джерелом коштів на інноваційну діяльність є знов створена вартість. З неї беруть податки-головна стаття доходів бюджету, які забезпечують державні витрати у тому числі і на інноваційну діяльність.

Література

1. Вівчар О. Й. Інноваційна діяльність в Україні та напрямки її розвитку / О. Й. Вівчар, Н. М. Паранька // Науковий вісник НЛТУ України. — 2011 р. — Вип.21.9. — С. 183–187.
2. Закон України “Про інноваційну діяльність” від 04.07.2002 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www/.amc.gov/ua/amc/control/uk/publish/>
3. Інтернет — ресурс: Інноваційна спроможність та технологічна готовність української економіки у міжнародних порівняннях <http://www.uintai.kiev.ua>
4. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. [Електронний ресурс]. — Доступний з <http://www/ukrstat/gov/ua/>
5. Польова Н. М. Інноваційні напрямки розвитку економіки регіону [Електронний ресурс]: (Серія: Економічні науки / Випуск 22) / Н. М. Польова. — Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/portal/soc-gum/znpchdtu/2009-22-2/articles/>
6. Федулова Л. Н. Перспективи інноваційно-технологічного розвитку промисловості України / Л. Н. Федулова // Економіка України. — 2011. — № 7. — С. 24–36.

О. М. ЧЕХОВСЬКА

магістрантка, ІМЕФ МАУП

М. І. КОВАЛЬ

канд. екон. наук, с. н. с., проф. МКА, ІМЕФ МАУП

РЕФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

Розвиток національної економіки, розширення економічної інтеграції та доступу до глобальних фінансових ринків спричиняють зростання попиту на підвищену прозорість та повноту економічної інформації. З метою сприяння економічному зростанню та адекватного задоволення потреб управління господарською діяльністю підприємств практика бухгалтерського обліку в Україні з 1999 року переживає суттєві перетворення. Реформування системи бухгалтерського обліку в період ринкових перетворень економіки України актуалізує вирішення проблем організації бухгалтерського обліку, які стають пріоритетним напрямом розвитку бухгалтерського обліку в умовах трансформації національної облікової системи до міжнародної практики. У даних обставинах така практика потребує адекватних національних заходів щодо удосконалення теорії облікових систем.

Найбільш активно на розвиток сучасної теорії бухгалтерського обліку впливають такі процеси як:

- а) глобалізація, яка розширяє сферу впливу бізнесових інтересів до світових меж, активний перерозподіл товарних, сировинних та грошових потоків між структурами міжнародних корпорацій і холдингів, що зумовив появу міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ);
- б) лібералізація господарської діяльності і розвиток міжнародної кооперації, що зумовило розширення зовнішньоторговельних операцій і викликало необхідність ведення обліку в різних валютах;
- в) розвиток міжнародних фінансових ринків, які впливають на формування нових облікових і фінансових інструментів;
- г) прогресуючий розвиток нових інформаційних технологій, що дозволяють оперативню опрацьовувати значні обсяги економічної інформації і практично в реальному часі отримувати бажані результати [7].

У звіті Світового банку про стан дотримання стандартів у сфері бухгалтерського обліку та аудиту [1] серед нагальних питань розвитку бухгалтерського обліку в Україні, які потребують вирішення, були визначені такі:

- усунути розбіжності між П (С)БО і МСФЗ;
- виокремити фінансову звітність загального призначення від податкової звітності;
- запровадити ефективний механізм розроблення проектів Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку та внесення змін і доповнень до існуючих;
- змінити інституційний потенціал органу, що відповідає в Мінфіні за розробку П(С)БО;
- удосконалити вимоги щодо оприлюднення бухгалтерської звітності.

У контексті окреслених вище проблем, рекомендацій і досвіду міжнародної практики розглянемо стан організації та регулювання бухгалтерського обліку в Україні. Світ знає три основні моделі організації бухгалтерського обліку:

- англо-американську, з найменш жорсткою регламентацією (типові представники — США, Канада, Великобританія та інші);
- континентальну європейську, з достатньо жорсткою регламентацією (її використовує більшість країн Західної Європи та інші);
- латино — американську, змішаний варіант, за яким у методології переважають рішення англо-американської школи, але вони проводяться за принципами європейської регламентації.

Якщо в країнах англо-американської моделі регулювання бухгалтерського обліку покладено на професійні організації бухгалтерів, то в країнах континентальної європейської моделі домінуючу роль у регулюванні бухгалтерського обліку і звітності відіграють державні органи, хоча ступінь та методи такого регулювання можуть бути у кожній країні різними.

В Україні головним регулятором бухгалтерського обліку на національному рівні, як уже зазначалось, є держава, яка через Міністерство фінансів України, Державне казначейство та Національний банк України:

- забезпечує проведення державної політики у сфері бухгалтерського обліку в державному і недержавному секторах економіки, банківській системі;
- забезпечує ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності на єдиних методологічних засадах для всіх юридичних осіб;
- затверджує національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку і фінансової звітності у державному та недержавному секторах економіки та розробляє концепцію побудови плану рахунків бухгалтерського обліку;
- затверджує нормативно-правові акти з питань регулювання облікової політики суб'єктів державного сектору економіки;
- координує діяльність центральних органів виконавчої влади (зокрема спеціальних державних цільових фондів, Державного казначейства України та Національного банку України) у сфері бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

Громадські організації бухгалтерів і аудиторів в особі Федерації професійних бухгалтерів і аудиторів України, Спілки аудиторів України та інших вирішують цілий комплекс важливих, але не нормотворчих завдань, серед яких розвиток і гармонізація бухгалтерського обліку й аудиту в країні на

підставі Міжнародних стандартів фінансової звітності і Міжнародних стандартів аудиту; сприяння впровадженню правил професійної етики, розроблених з урахуванням прийнятої моделі Кодексу професійної етики; сприяння розвитку програм професійного навчання і критеріїв сертифікації спеціалістів з бухгалтерського обліку і аудиту тощо.

Окреме місце між органами центральної виконавчої влади та професійним співтовариством бухгалтерів займає Методологічна рада з бухгалтерського обліку при Міністерстві фінансів України. У статті 7 Закону про бухгалтерський облік Методологічна рада визначається як дорадчий орган при Міністерстві фінансів України, метою якого є організація розробки та розгляду проектів стандартів та інших нормативно — правових актів з ведення обліку та складання звітності, вдосконалення організаційних форм та методів бухгалтерського обліку, методологічного забезпечення впровадження сучасної технології збору та обробки обліково-економічної інформації, розробки рекомендацій з вдосконалення системи підготовки та підвищення кваліфікації бухгалтерів [5].

За такої моделі регулювання бухгалтерського обліку за державою, через Міністерство фінансів України та інші центральні органи виконавчої влади, залишається вирішення ключових питань організації бухгалтерського обліку, а саме: визначення державної політики у сфері бухгалтерського обліку, покладання відповідальності за вдосконалення правових норм, прийняття нормативного забезпечення, державний контроль за дотриманням законодавства у сфері бухгалтерського обліку [6]. А вирішення питань професійного співтовариства бухгалтерів, зокрема відстоювання інтересів представників бухгалтерської та аудиторської професій покладено на вищезазвані громадські організації.

Не заперечуючи в принципі статус та функції Методологічної ради, визначені Законом про бухгалтерський облік, слід зауважити, що для підвищення ролі та ефективності діяльності цього органу необхідно його організаційно реформувати та виписати процедуру розробки проектів нормативних документів аналогічно розгляду проектів стандартів у рамках діяльності Ради з Міжнародних стандартів фінансової звітності. Так, процес підготовки, розробки та прийняття стандартів бухгалтерського обліку пропонується здійснювати в такій послідовності:

- на першому етапі передбачається створення Методологічною радою підготовчої групи у складі спеціалістів відповідного профілю для роботи над запланованим проектом стандарту. У процесі роботи над проектом стандарту отримуються рекомендації, проводяться консультації та дискусії зі спірних питань;
- на другому етапі Методологічна рада подає проект основних принципів, що лягли в основу майбутнього стандарту на розгляд і широке обговорення громадськості;
- на третьому етапі, після вивчення отриманих коментарів та врахування слухних зауважень, доопрацьований варіант стандарту виноситься на розгляд громадськості для широкого ознайомлення та обговорення;

- на четвертому етапі, після вивчене чергових коментарів, проект стандарту доопрацьовується і схвалюється Методологічною радою;
- на п'ятому етапі розроблений стандарт затверджується Міністерством фінансів України. Цей етап передбачає також оприлюднення затвердженого стандарту.

Разом із публікацією стандарту даються та оприлюднюються роз'яснення до нього, в яких розкривається його зміст та містяться рекомендації щодо практичного застосування.

Така процедура розробки і прийняття П(С)БО та інших нормативних документів дозволить прозоро і фахового формувати сучасну нормативну базу, яка встановить на загальнодержавному рівні концептуальні засади бухгалтерського обліку і визначить основи для розробки концепцій з різних напрямів облікової діяльності, оскільки сутність та зміст організації облікової системи у Законі про бухгалтерський облік, на жаль, не визначені.

Не заперечуючи важливої ролі згаданих вище загальнодержавних нормативно-правових документів, як головних орієнтирів для поглиблення та розширення нормативно-правової бази з питань бухгалтерського обліку, на сьогодні існує необхідність у розробці концепції організації бухгалтерського обліку в країні, яка не тільки збагатить облікову теорію, але й сприятиме пошуку шляхів подальшого розвитку бухгалтерського обліку у сфері практичної діяльності. Особливої ваги наявність такої концепції організації бухгалтерського обліку набуває в період ринкових перетворень та глобалізації економічних відносин, для якого характерним є ведення обліку за МСФЗ.

Література

1. Звіт Світового банку про стан дотримання стандартів та кодексів (ЗДСК). Бухгалтерський облік та аудит. Україна. Грудень 2008 р. [Електронний ресурс] // ROSC: Доповіді про дотримання стандартів та кодексів / The World Bank Group. — [Б. м.], 2008. — 37 с. — Режим доступу: http://www.worldbank.org/ifa/rosc_aa_ukr_ukr.pdf
2. Закон України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” від 16.07.1999 р. N 996-XIV // Нове діло. — 2000. — № 15. (34). — 13–20 жовтня.
3. Голов С. Теорія багатоцільового бухгалтерського обліку / С. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. — 2011. — № 4.
4. Давидюк Т. В. Зміна концепції бухгалтерського обліку під впливом дії постіндустріальної економіки / М. В. Давидюк // Вісник ЖДТУ. — 2010. — № 2 (52).
5. Лишиленко О. В. Бухгалтерський облік: Підручник / О. В. Лишиленко. — 3-те вид., перер. і доп. — К.: Вид-во “Центр учбової літератури”. — 2010. — 670 с.
6. Ловінська Л. Г. Оцінка в сучасній системі бухгалтерського обліку підприємств України: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.09 / Л. Г. Ловінська; Київ. нац. екон. ун-т. — К.: КНЕУ, 2007. — 375 с.
7. Лютова Г. М., Медвідь С. В. Дослідження предмету бухгалтерського обліку. Фінансовий простір № 2(6) 2012. — С. 93–97.

ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ДЛЯ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ДИЗАЙН-ОСВІТИ

Поряд із сучасними технологіями, оригінальними проектно-технічними рішеннями, ергономічними канонами дизайн стає провідним фактором підвищення конкурентоспроможності і привабливості. Саме дизайнерське рішення часто впливає на зацікавлення продуктом. У зв'язку із цим на перший план виходить рівень професійної компетентності дизайнера інтер'єру, його здатність пропонувати оригінальні ідеї, нестандартні рішення з відповідними оцінками і обґрунтуванням.

У той же час теоретичне і методичне забезпечення формування комплексу маркетингу освітніх послуг дизайн-освіти не знаходить достатнього відображення в доступній нам науковій та практичній літературі. Це обумовлено багатьма об'єктивними та суб'єктивними факторами, серед яких найбільш суттєвим є те, що концепція маркетингу, теорія і практика маркетингових досліджень на галузевих ринках ще тільки формується. Це повною мірою відноситься і до ринку освітніх послуг вищої професійної дизайн-освіти.

У нашій державі дизайн ще не має сформованих традицій, загальноприйнятої методології і методики навчання. Специфіка професії дизайнера полягає в дисперсії змісту і характері робіт, що виконуються, — це пов'язано з динамікою потреб ринку. В організації підготовки фахівців з дизайну інтер'єру поки що переважає традиційно-освітній підхід, рішення типових професійних задач, що не відповідають реальним професійним умовам роботи дизайнера. З огляду на зростаюче значення дизайну в сучасному креативному суспільстві, підвищеному попиті на компетентних фахівців, здатних пропонувати оригінальні продукти і рішення, які б задовольняли найрізноманітніші побажання споживачів, визріває необхідність розвитку у дизайнерів творчо-модельної компоненти професійної компетенції.

У відповідності до різних галузей і сфер діяльності маркетинг має свої специфічні особливості, які проявляються як в теорії, так і в практиці бізнесу виходячи із своєрідності потреб, що задовольняються в процесі надання послуг. Особливо це актуально для маркетингу комерційних організацій в цілому і вищих освітніх установ зокрема, де маркетингова наука і практика знаходяться в стадії становлення. Дійсно, кардинальні зміни в системі вищої освіти, що відбулися в Україні за роки незалежності — перехід від “безко-

штовного” до різних форм платної освіти, зміна характеру праці викладачів вищих навчальних закладів від “безкоштовної” до різних форм платних освітніх послуг, створення великої кількості приватних вищих навчальних закладів і т. п. — вимагає від економічних галузей знань відповідних теоретичних концепцій і практичних рекомендацій.

Дослідження автора показали, що споживач на ринку освітніх послуг за напрямом “дизайн” зацікавлений у реалізації наступних компонентів:

- *мотиваційно-вольової* — що включає мотиви, цілі, потреби в професійній компетентності;
- *художньо-проектної* — що включає володіння різними формами, методами та засобами професійного становлення;
- *творчої* — генерація нових ідей, рішень. Володіння просторовим і образним мисленням, вихід на рівень абстрагування;
- *комунікативної* — що включає вміння встановлювати міжособистісні зв'язки, оптимізація стилю спілкування в залежності від ділової ситуації, ясність і чіткість формулювання думки, вміння переконувати, аргументувати, передавати раціональну та емоційну інформацію, володіння діловим етикетом та культурою мови;

мрефлексійної — проявляється у вмінні усвідомлено контролювати результати своєї діяльності і рівень власного розвитку, формуванні креативності, ініціативності, впевненості, а також професійних знань, вмінь і навичок.

На підставі авторського трактування процесу формування установою комплексу маркетингу освітніх послуг, як особливого стратегічного плану розвитку організації, необхідно провести порівняльний аналіз наявного маркетинг-міксу з потенційними можливостями вищого навчального закладу.

На підставі моделі комплексу освітніх послуг вищого навчального закладу необхідно запропонувати шляхи подальшого вдосконалення маркетинг-міксу на основі взаємозв'язку між комплексним “портретом” споживача і комплексом маркетингу вищого навчального закладу за напрямом підготовки “дизайн”.

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ І ЗАХОДИ ЩОДО ЇХ ВИРІШЕННЯ

Актуальність даного дослідження полягає в тому, що стан економічного і соціального розвитку будь-якої країни і добробуту населення визначається і залежить як від стану економіки, так і ефективності управління фінансовою системою країни як в цілому, так і валютною системою.

Безпрецедентна і злочинна девальвація гривни майже в три рази по відношенню до 2013 року, а по відношенню до початку введення в обіг гривни в дев'яностих роках минулого століття більше ніж в 15 разів або на 1500 % (курс був 1,56 грн. за один американський долар) призвела до зубожіння значної більшої частини населення України.

Мета дослідження. Дослідити поточний стан валютного ринку України, а також визначити основні об'єктивні і суб'єктивні чинники даного стану.

Завдання дослідження:

- проаналізувати поточні і прогностичні макроекономічні показники української економічної системи;
- провести аналіз стану грошового ринку;
- проаналізувати діяльність НБУ і банків української банківської системи на валютному ринку у взаємозв'язку з політикою уряду;
- дослідити стан експорту і імпорту України, його платіжного балансу і їх вплив на курс гривни по відношенню до провідних валют;
- визначити основні чинники девальвації гривни;
- запропонувати загальні і оперативні заходи щодо підтримки стабільного курсу гривни.

Предмет дослідження. Валютний ринок України.

Об'єкт дослідження. Процеси, які відбувалися і відбуваються на валютному ринку України.

При дослідженні проблеми інформація дуже суперечлива і закрита в зв'язку з інтересами відповідних фінансово — промислових і агропромислових груп і їх лобі в системі державного управління.

При дослідженні були використанні відповідні доступні матеріали НБУ, а також сайти і статті з Інтернету — Гальчинського, В. Ющенко, В. Пинзеника, В. Гондаревої, Б. Данилишина та інших українських і іноземних вчених.

Огляд даних матеріалів показав наступне. Масштабне падіння економіки України в порівнянні з 2008–2009 рр. За даними показниками Україна

опинилася на 115 місці в світі за ВВП на душу населення *Незбалансованість бюджету*. За оцінкою В. Ющенко дефіцит бюджету складає не 65 млрд. грн., а більше ніж 120 млрд. грн. Причому немає джерел його покриття. Другим чинником девальвації гривни є включення НБУ друкувального станку. На фінансовий ринок надходить нічим не забезпечена маса гривни.

За даними В. Пинзеника “дірка” в бюджеті складає 190 млрд. грн. Він робить висновки, що даний бюджет є “бюджет популізму, який став реальною загрозою для України”.

За даними The Washington Post від 01 березня 2015 року “інфляція в Україні сягнула 272 %”, а не 28 %, як вважають урядовці.

Тобто основні чинники девальвації гривни — падіння реального ВВП, високий рівень інфляції, дефіцит бюджету і платіжного балансу, а також зростаючий рівень безробіття, безпрецедентне зростання зовнішнього боргу і падіння золотовалютних резервів. Окрім того значну роль зіграли спекулятивні дії банків на валютному ринку.

Все це разом призвело до втрати довіри населення до банківської системи і паніки, яка в свою чергу призвела до відпливу значних обсягів депозитів населення з банківських рахунків і їх переливу на валютний ринок. Спостерігається також вплив АТО і витрати на її проведення.

Тобто маємо хрестоматійні висновки, які може зробити навіть студент, який добре вивчає фінансові ринки.

Але є ще один із серйозних чинників ситуації на валютному ринку, який обходять високопосадовці у владі. Це не повернення або значна затримка валютної виручки від експорту. Є валютне законодавство, в якому встановлені строки повернення валютних коштів при експорті з України і відповідальність щодо несвоєчасного повернення. За контролем виконання даних вимог відповідає НБУ, Податкова адміністрація і Митна служба України.

Так, наприклад, Мінагропром рапортує щодо відвантаження за експортом більше 27 млн. т. зернових. Не будемо деталізувати який клас зернових і який їх вид. А візьмемо середню мінімальну ціну на ФОБі за тону зернових по 1000 дол. США. Тобто вартість відвантажених зернових перевищує 27 млрд. дол. США. Віднімаємо необхідні витрати в доларах за кордоном для нового сезону — на купівлю матеріалу для захисту рослин, на техніку, комплектуючі, на паливо. Оцінимо ці витрати в 5–6 млрд. дол. Якщо це акредитивна форма розрахунку (як правило акредитив відкривається на строк 2–4 тижні, якщо це не револьверний акредитив), то в Україну протягом 2015 року повинно було повернутися приблизно 21 млрд. дол.

Тобто маса доларів, яка повинна була надійти від експорту зернових, в системі з регульованим як в Україні курсом доларів повинна була забезпечити стійкість курсу національної валюти за рахунок насиченості валютного ринку.

Зауважимо, що якщо існує змова з пересортиці зернових, в контракті вказано другий або третій клас зернових, а відвантажуються перший, то різниця від цін падає на якійсь інший рахунок в відомому кишеню за кордоном на від-

повідні рахунки відповідних осіб. І фактично доларова виручка стає значно меншою для контролюючих органів.

Стоїть питання, чи повернулася валютна виручка в Україну від експортованого зерна? Якщо ні, то чому і куди вона поділася?

Прем'єр-міністр А. П. Яценюк, мабуть, повинний знати про те, чи повернулася виручка в Україну, чи ні т. я. працював і юристом, і главою НБУ і міністром.

Відомо, що для ухилення від оподаткування на експортному ринку зернових так і на ринках інших експортних товарів в Україні при експорті діють так звані “трейдери” – тобто посередники, які наприклад, зареєстровані в офшорах, або в Росії, або в будь-якій іншій країні і на їх рахунки надходить валютна виручка.

Тобто за такими схемами в Україні, за інформацією англійських банків, до 2008 року з України було виведено більше 200 млрд. дол. А при уряді Януковича, мабуть, були встановлені рекорди за такими оборудками. Є така підозра щодо даних оборудок і зараз в зв'язку з ситуацією на валютному ринку.

Для з'ясування, куди поділася валютна виручка, необхідно встановити:

1. Між ким були підписані великі за обсягом контракти на експорт зернових, умови відвантаження і розрахунків.
2. Чи проходили ці обсяги митне оформлення, контроль і відвантаження. Через які митниці. Куди надійшов експортований товар з України.
3. Через які банки здійснювалися і здійснюються розрахунки і куди надійшла валютна виручка. Які фінансові інструменти використовувалися для розрахунків.
4. Чи надійшла валютна виручка від здійснених відвантажень в Україну виробникам зернових.

Так само перевірити і за іншими значними контрактами.

Якщо є оборудки, то повинна бути і сувора відповідальність за порушення валютного законодавства, як в Китаї. Тим паче йде не об'явлена війна проти України. Якщо є вади в валютному законодавстві, то його треба негайно змінювати у відповідності з існуючою ситуацією.

Література

1. Закон “Про НБУ”.
2. Закон “Про банки і банківську діяльність”.
3. Декрет Кабінету Міністрів України “Про систему валютного регулювання і контролю”.
4. Гальчинський А. “Власть не понимает” Інтернет ресурс від 02 лютого 2015 р.
5. Геращенко А. “Депутатское обращение на имя главы НБУ Валерии Гонтаревой” Інтернет ресурс від 27 лютого 2015 р.
6. Гонтарева В. “В защиту мер НБУ по ограничению движения капитала” Інтернет ресурс від 05 березня 2015 р.
7. Данилишин Б. “кого “благодарить” за падение гривны” Інтернет ресурс від 5 березня 2015 р.

8. “Інфляція в Україні сягла 272 %” – The Washington Post – Інтернет ресурс від 01 березня 2015 р.
9. Пинзеник В. “Бюджет краху”, “Популізм став реальною загрозою для України” Інтернет ресурс від березня 2015 р.
10. “Ющенко пояснив, в чом ошибка нинешнього правительства и почему так упала гривна” Інтернет ресурс від 27 лютого 2015 р.
11. Офіційний Інтернет – сайт НБУ.

ДОСВІД ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ У РЕАЛІЗАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ ЩОДО СПРИЯННЯ ЗАЛУЧЕННЮ ІНВЕСТИЦІЙ У РЕГІОН

Інвестиції відіграють важливу роль в забезпеченні позитивної динаміки в економічних процесах регіону. Їх недостатні обсяги є вагомим фактором для гальмування позитивних змін. В розрізі окремих регіонів відбувається значна диференціація по обсягах залучених інвестицій. Вінницька область за показником залучення капітальних інвестицій у 2013 р. займала 10 місце серед регіонів України. Обсяг прямих іноземних інвестицій у 2013 р. становив 278,7 млн. дол. США. За даним показником область займала 20 місце. Значно нижчі порівняно з іншими регіонами обсяги залучення інвестицій можуть призвести до відставання області і в ряді інших показників економічного розвитку. Тому виникає потреба активізації процесів та заходів, направлених на збільшення обсягів інвестицій в регіон.

Сукупність заходів та організаційних умов, що можуть формуватися на рівні окремого регіону для залучення інвестицій обмежена повноваженнями місцевої влади та самоврядування. Ключові умови для формування сприятливого інвестиційного клімату визначаються на державному рівні. Проте, на рівні окремих регіонів навіть обмежені можливості використовуються далеко не повною мірою. Саме активізація заходів регіонального характеру щодо залучення інвестицій сприятиме збільшенню обсягів їх надходження в регіони.

В сукупності процесів, що сприятимуть збільшенню обсягів інвестування у Вінницькому регіоні варто виділити міжрегіональну співпрацю та міжнародне і транскордонне співробітництво, а також інформаційну політику в рамках такого співробітництва, як важливі інструменти для залучення саме прямих іноземних інвестицій. В контексті такої співпраці найдієвішими інформативними заходами на сьогодні виступають спільні міжрегіональні, міждержавні конференції, форуми, семінари, симпозіуми тощо.

Вінницька область активно використовує зазначені інструменти. У 2013 році було здійснено ряд презентацій інвестиційного потенціалу Вінниччини, зокрема в м. Вишків (Польща) в м. Ясси (Румунія) в рамках I Транскордонного Економічного форуму, в м. Криниця-Здруй (Польща) в рамках XXIII Економічного Форуму та в м. Кишинів (Молдова) в рамках регіональної конференції "Шлях до зміцнення територіальної співпраці країн Східного

партнерства: Програма територіального співробітництва Україна — Молдова” [1].

У травні 2014 року делегація Вінницької області перебувала в Ясському повіті Румунії. Головною метою візиту стало обговорення подальших напрямків співпраці між регіонами, а також запозичення досвіду Ясського повіту в сфері залучення коштів Європейського Союзу на розвиток інфраструктури, а також соціально-економічної, культурної та туристичної сфери [3].

У листопаді 2014 року у Вінницькій області перебувала делегація італійських спеціалістів, орієнтована на експертну допомогу по залученню інвесторів та спільну розробку проектів [3].

У серпні 2015 року в місті Вінниці відбувся II Міжнародний інвестиційний форум “Вінниччина — бізнес в центрі України” за участю бізнес-еліти з Польщі, Румунії, Білорусі, Молдови, Італії. Головна мета проведення форуму — презентація інвестиційного потенціалу Вінниччини, залучення до Вінницької області іноземних інвестицій, налагодження нових ділових зв’язків між країнами [2].

Сприяння залученню в економіку області іноземних інвестицій шляхом постійного моніторингу пропозицій з боку інвесторів, налагодження контактів з міжнародними фінансовими інституціями та міжнародними організаціями — це одна із цілей співробітництва Вінницької обласної державної адміністрації з регіонами країн-членів Євросоюзу, країн — сусідів.

Проводиться активізація співпраці з регіонами Республіки Польща. Укладаються партнерські угоди в різних галузях. Досвід залучення інвестицій в Польських регіонах вивчається для можливості використання у Вінницькій області. Вінницька область підтримує активні ділові контакти із Мінським, Вітебським та Гродненським обласними виконавчими комітетами в Республіці Білорусь.

Станом на 2014 р. реалізується 12 міжнародних Угод про торговельно-економічне, науково-технічне та культурне співробітництво між Вінницькою обласною державною адміністрацією та окремими регіонами Польщі, Білорусі, Румунії, Молдови [3].

Вагомий внесок в інформаційній політиці щодо інвестиційного середовища Вінниччини, а також в реалізації партнерських заходів щодо залучення коштів на різні проекти у Вінницькій області реалізується в рамках проекту транскордонного співробітництва Єврорегіон “Дністер”. Важливими є проекти із розвитку інфраструктурної складової та прикордонних територій в цілому. Це не лише сприяє залученню коштів в даних напрямках сьогодні, але й матиме вагомий позитивний ефект в майбутньому, адже розвинена інфраструктура — одна із ключових вимог потенційних інвесторів.

В рамках організаційних заходів інформаційного характеру проводиться формування інформаційних порталів, які використовуються для розміщення інформації про інвестиційний клімат та інвестиційний потенціал Вінницького регіону, інвестиційні пропозиції, не використовувані виробни-

чі (не працюючі заводи, фабрики — промисловий потенціал) та природно-ресурсні (земельні ділянки) потужності, а також досвід практично реалізованих успішних інвестиційних проектів із залученням як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів.

Інформаційна політика в частині позиціонування Вінниччини як можливого центру для ефективного розміщення інвестицій проводиться на високому рівні. Для розширення джерел інформації щорічно формуються та використовуються в ході різних міжрегіональних, міжнародних заходів інформаційні буклети, інвестиційні паспорти, презентації про область та інвестиційний потенціал регіону.

В цілому, сукупність організаційних заходів, що реалізуються Вінницькою областю в рамках міжмуніципальної, транскордонної співпраці в сферах інформаційної політики, спільної реалізації інвестиційних проектів в різних галузях носять системний характер і забезпечують позитивний результат. Проте існує потреба у збільшенні кількості джерел інформації та якості її подання. Інвестиційні пропозиції сформовані на недостатньому рівні. Значна кількість можливостей не позиціонується в фокусі саме об'єктів для інвестування. Іноземні інвестори значно обмежені в доступі інформації щодо них. Проте, не зважаючи на існуючі проблеми, Вінниччина відноситься до регіонів, які використовують можливості для формування сприятливих організаційних умов щодо залучення інвестицій із використанням інструментів інформаційної політики та міжнародної транскордонної співпраці ефективно шита ширше, порівняно із більшістю регіонів України. При цьому кількість та якість організаційних умов постійно покращуються. Це дозволяє робити оптимізаційні прогнози на перспективу та очікувати збільшення інвестування економіки регіону навіть в світлі негативних загальнодержавних умов.

Література

1. Офіційне інтернет-представництво Вінницької обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://vin.gov.ua/>
2. Офіційний інформаційний сайт вінницької обласної ради [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.vinrada.gov.ua/>
3. Інвестиційний портал Вінницької області [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.vininvest.gov.ua/>

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ

В останні десятиріччя (з початку 90-х років ХХ століття) проявляється стійка тенденція до контролю за забрудненням і збереження довкілля як одного з основних принципів виробництва і споживання товарів. Серед ряду концепцій розвитку підприємства (удосконалення виробництва, удосконалення товару, інтенсифікація комерційних зусиль, маркетингу, соціально-етичного маркетингу) особливої актуальності набуває остання, яка відповідає концепції сталого розвитку, її дотримання дозволяє гармонізувати інтереси товаровиробників (прибуток), споживачів (задоволення потреб), і суспільства у цілому (сталій еколого-соціально-економічний розвиток). У її руслі виникла концепція екологічного маркетингу, яка полягає в орієнтації виробництва і збуту на задоволення екологічно-орієнтованих потреб і запитів споживачів, створення і стимулювання попиту на екологічні товари (вироби чи послуги) — економічно ефективні і екологічно безпечні у виробництві, споживанні та утилізації.

Залежно від витрат на купівлю та споживання екологічних товарів і екологічних переваг виділяють чотири можливих напрями розвитку екологічного маркетингу.

1. Якщо екологічні товари не чинять екодеструктивного впливу на довкілля і забезпечують споживачам не меншу ніж товари-замінники ефективність споживання, екологічні переваги стають конкурентними перевагами. Існує поняття “прибуткова екологія”. Цей напрямок екологізації процесів економічного розвитку виник і розвивається у ряді економічно розвинених країнах світу. Він означає зменшення екодеструктивного впливу на довкілля водночас з поліпшенням економічних показників виробника внаслідок впровадження нової техніки та технології, підвищення конкурентоспроможності продукції, зниження собівартості, і загалом — підвищення ефективності виробництва. Прикладами таких товарів є малогабаритні автоматичні газонаповнювальні компресорні станції, дефіцитні продукти та енергія, отримані при утилізації твердих побутових, рослинних відходів тощо [1].

2. У випадку, коли товари мають суспільно значимі переваги, тобто є прийнятними для суспільства з екологічної точки зору і при цьому за ціною дешевші чи на рівні товарів замінників, то вони доволі легко будуть сприйматися ринком, наприклад, упаковки для сміття які виготовлені з викорис-

таних пластикових виробів. Для цього досить лише провести відповідну рекламу.

3. Екологічні товари, що є дорожчими за звичайні, наприклад, продукти харчування, зустрінуть певні ускладнення при їх просуванні на ринок. З метою їх усунення їх необхідно орієнтувати, наприклад, на ті групи споживачів, які згодні переплачувати за екологічність. Окрім того, необхідно роз'яснювати споживачам, що споживаючи екологічні продукти харчування вони зберігають здоров'я, підвищуючи тим самим якість свого життя.

Ефективним засобом просування на ринок екологічних товарів є їх субсидування. Так, у США за допомогою механізмів субсидування цілеспрямовано формується ринок енергозберігаючих побутових приладів [3].

У 70-х рр. відбувалося субсидування електричними та газовими компаніями споживачів шляхом надання їм винагороди за купівлю конкретних видів побутових товарів, які споживають не більше певної кількості енергії. У 80–90 рр. субсидії мали “узагальнений характер”, тобто сплата винагороди за зекономлену енергію, а не за придбання певного товару (щоб споживачі могли самі винайти способи економії, про яку компанії, можливо, не здогадуються). Деякі компанії пропонували скидки всім, хто приймав участь у продажу та монтажу відповідних екологічних товарів.

У наш час біля чверті американських комунальних програм зі знижками заохочують “торгових союзників”, а не просто роздрібних споживачів обладнання. Іноді винагорода приймає не грошову, а натуральну форму — наприклад, у вигляді освіти чи надання послуг з просування на ринку.

4. Якщо ж екологічні товари дорожчі за їх звичайні аналоги і вони не мають індивідуальних переваг, то вони будуть не сприйматися ринком. Без заходів державної чи регіональної підтримки обійтися практично неможливо. Так до придбання дорогого очисного обладнання промислові підприємства спонукають великі екологічні штрафи та платежі.

Комплекс екологічного маркетингу формується під впливом: законодавчих обмежень і регламентації; вимог національних і міжнародних стандартів; екологічно орієнтованої акції громадськості; екологічної обізнаності; міжнародного співтовариства та ін. [1]. На початку 80-х рр. у більшості розвинутих країн виникають масові демократичні рухи громадськості, що виступають проти забруднення оточуючого середовища, не визнають атомної енергетики, орієнтуються на мінімізацію та децентралізацію виробничо-господарської та соціокультурної діяльності, які називаються “зеленими”. З 1971 р. у світі діє біля 80-ти Зелених партій. Їх діяльність охоплює передусім територію розвинутих країн, але, водночас, подає приклад іншим. З цих позицій необхідно постійно відслідковувати зміни факторів екологічного тиску і екологічного втягування, їх впливу на конкурентоспроможність продукції і підприємства. У всякому разі, необхідно деталізувати їх дію, чітко розділити ринкові можливості і загрози.

За існуючих еколого-соціально-економічних умов до головних задач екологічного маркетингу відносять задачу формування і розвитку ринку еко-

логічних товарів з метою вирішення протиріч між економічним розвитком і необхідністю збереження і наступного поліпшення якості навколишнього середовища.

Розвиток ринку екологічних виробів і послуг є одним з основних факторів забезпечення стабільності підприємств, дає можливість вирішити в комплексі економічні, соціальні та екологічні проблеми.

Найбільші досягнення у розвитку світового ринку екологічних товарів базуються на революційних перетвореннях у використанні ресурсів за напрямками [1]:

- економії енергії (економічні автомобілі; будинки, що майже не потребують підведення енергії ззовні для забезпечення їх функціонування; економічні електроприлади; підвищення енергетичної продуктивності у системах генерації та постачання електроенергії; застосування мало енергетичних технологій у сільському господарстві);
- раціонального використання традиційних і нових матеріалів (у промисловості, будівництві, сільському господарстві, побуті, а також у сфері обслуговування);
- підвищення ефективності застосування засобів комунікації та транспорту (Інтернет, електронна і факсимільна пошта, пейджинговий зв'язок, швидкісні потяги тощо).

В Україні екологічне підприємництво формується у таких напрямках: технології виробництва продуктів харчування; розробка нових і удосконалення існуючих технологій для хімічної промисловості; інформатизація виробництва і збуту; використання нетрадиційних джерел енергії; переробки відходів. Досить розвинутим є виробництво продуктів харчування та переробка промислових відходів. Починає формуватися дуже важливий для здоров'я людей сектор ринку екологічних товарів для побуту — меблів, електропобутових приладів, шпалер, покриття для підлоги, дитячих іграшок та ін. [4].

Екологічні потреби суспільства задовольняються екологічними товарами, які поділяють на екологічно нейтральні та екологічно спрямовані [1].

Екологічно нейтральні — товари, виробництво та споживання яких не руйнує довкілля. Наприклад, упаковка, яка після використання розкладається екологічно безпечним способом на нешкідливі мінеральні речовини.

Екологічно спрямовані — товари, виробництво та споживання яких вносить позитивні зміни у довкілля. Наприклад, устаткування та технології виготовлення штучних надтвердих матеріалів замість їх добування у природі у шахтах чи кар'єрах, що дозволяє уникнути порушення природних ландшафтів, забруднення довкілля породою і т. п.

Формування ринку екологічних товарів — це складний процес, який передбачає узгодження інтересів усіх його суб'єктів, у першу чергу: виробників, споживачів, суспільства (загальнонаціональні інтереси). Його результати й значною мірою залежать від правильного дослідження ринку, на який планується просувати екологічний товар.

Таким чином, екологічний маркетинг слід розглядати як зміну в філософії маркетингу, що означає перехід до етичного та екологічного маркетингу, сумісного з стійким розвитком. Він являє собою зміну підприємницької культури, яка більший акцент робить на співпраці, а не на конкуренції. У свою чергу, з економічної точки зору це співробітництво є вигідним, оскільки вона відкриває простори для розвитку нових напрямків виробництва і реалізації продукції.

Література

1. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: Навчальний посібник. — Суми: ВТД “Університетська книга”, 2013. — 278 с.
2. Ілляшенко С. М., Прокопенко О. В. Формування ринку екологічних інновацій: економічні основи управління: Монографія / За ред. С. М. Ілляшенка. — Суми: ВТД “Університетська книга”, 2002. — 250 с.
3. Мэфферт Г., Киркгеорг М. “Зелений” маркетинг // Маркетинг / Под ред. М. Бейкера. — СПб.: Питер, 2012. — С. 967–991.
4. Садченко Е. В. Принципы и концепции экологического маркетинга: Монография. — Одесса: Астропринт, 2002. — 400 с.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Пріоритетом державної політики є забезпечення високопрофесійного рівня захисту прав людини, якості та безпеки її життя. Адже в умовах інтеграції країн Центральної та Східної Європи до СОТ та Євросоюзу вирішення проблем якості та конкурентоспроможності є пріоритетним завданням забезпечення соціально-економічної безпеки нашої держави.

Питання охорони і захисту здоров'я людини вийшло за межі кожної окремої держави і перетворилось із суто внутрішньої у міжнародну проблему. Відтак, виникла потреба у створенні універсальних міжнародно-правових стандартів у сфері охорони здоров'я, які відображені у низці важливих міжнародно-правових актів, що встановлюють загальнолюдські стандарти прав та інтересів особи, визначають той рівень, який повинна забезпечити кожна держава, у тому числі у такій важливій сфері державного і громадського життя як охорона здоров'я [3]. І, як наслідок, національне правове регулювання права на охорону здоров'я теж зазнало впливу міжнародно-правових стандартів.

На сьогодні вже загально визнано, що право людини на охорону здоров'я, у якій би державі вона не жила, перебуває під захистом світової спільноти і є досягненням усієї цивілізації.

Адаптація законодавства України до законодавства ЄС полягає у зближенні із сучасною європейською системою права та передбачає реформування вітчизняної правової системи та поступове приведення до відповідності із європейськими стандартами законодавства у всіх сферах, у тому числі законодавства про охорону життя та здоров'я.

Згідно Указу Президента України “Про Стратегію сталого розвитку” Україна — 2020”, одним із векторів, за яким вона повинна здійснюватися, є вектор відповідальності, тобто, забезпечення гарантій кожному громадянину, незалежно від раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак, доступу до високоякісної системи охорони здоров'я та інших послуг в державному та приватному секторах [1].

Стратегія передбачає в рамках вектору відповідальності реалізацію реформи системи охорони здоров'я та програм розвитку держави:

- програма популяризації фізичної культури та спорту;
- програма здорового способу життя та довголіття.

Метою державної політики у сфері охорони здоров'я є кардинальне, системне реформування, спрямоване на створення системи, орієнтованої на пацієнта, здатної забезпечити медичне обслуговування для всіх громадян України на рівні розвинутих європейських держав.

Перед Україною стоїть нагальне завдання удосконалити нормативно-правову базу у сфері охорони здоров'я, привести її відповідно до вимог міжнародно-правових актів та загалом реформувати усю систему охорони здоров'я, беручи до уваги міжнародно-правові стандарти у сфері охорони здоров'я, основоположні принципи, що визначені у міжнародно-правових документах з прав людини, світову політику і тенденції в охороні здоров'я, але адаптуючи до вітчизняних традицій та політичних, економічних і соціальних реалій нашого життя [2].

Реформування національного законодавства треба проводити відповідно до загальноєвропейських норм і стандартів. Характерною особливістю сучасного етапу правової реформи в Україні є впровадження норм міжнародного законодавства у правову систему нашої держави. Питання адаптації нормативно-правової бази у сфері охорони здоров'я є надзвичайно актуальним і важливим, тим більше, що вони покликані реальними потребами, що пов'язані з розвитком міжнародних відносин. Законодавство у галузі охорони здоров'я потребує постійного оновлення, необхідним є створення нової нормативно-правової бази відповідно до сучасних суспільних відносин, що складаються в Україні, та з урахуванням стандартів ЄС, оскільки багато медичних правових аспектів України не відповідає міжнародним вимогам.

При підготовці стандартів медичної допомоги для національної системи охорони здоров'я необхідно враховувати ряд критеріїв і, насамперед, — професійні стандарти, прийняті у розвинутих країнах (так званий “золотий стандарт”). При цьому впровадження високих медичних технологій повинно бути збалансовано з фінансовими ресурсами системи охорони здоров'я і не вступати у протиріччя з цілями забезпечення здоров'я населення.

Головними напрямками реформ мають стати підвищення особистої відповідальності громадян за власне здоров'я, забезпечення для них вільного вибору постачальників медичних послуг належної якості, надання для цього адресної допомоги найбільш соціально незахищеним верствам населення, створення бізнес-дружньої обстановки на ринку охорони здоров'я. Орієнтиром у проведенні реформи є програма Європейського Союзу “Європейська стратегія здоров'я — 2020”.

Усі заходи Національного плану дій з імплементації та реалізації програми Європейського Союзу “Європейська стратегія здоров'я-2020” спрямовані на досягнення ключових завдань, які полягають в [4]:

- імплементації в Україні засад Європейської політики “Здоров'я-2020”;
- мінімізації впливу факторів ризику (серцево-судинних та онкологічних захворювань, діабету, хронічних респіраторних захворювань) шляхом міжсекторального підходу у їх запобіганні;

- побудові сприятливого для здоров'я середовища;
- формуванні у населення дбайливого та відповідального ставлення до власного здоров'я;
- мотивації дотримання принципів здорового способу життя;
- моніторингу, попередженні та ранньому виявленні неінфекційних захворювань;
- оптимізації та фінансуванні системи охорони здоров'я з пріоритетами розвитку первинної ланки та сімейної медицини на основі сучасних стандартів профілактики, діагностування та лікування.

Реалізація усіх зазначених завдань є неможливою без спільних, чітко злагоджених зусиль Уряду, державних і недержавних організацій, НАМН України, громадськості та засобів масової інформації, всього населення України, а також підтримки міжнародних організацій: Швейцарського агентства з питань розвитку та співробітництва, Європейського регіонального бюро ВООЗ, Бюро ВООЗ в Україні.

З метою реального здійснення прав людини, у тому числі і права на охорону здоров'я, потрібно на національному рівні створити відповідну законодавчу базу, хоча прийняття одних лише законів не можна розцінювати як достатній захід. Для того, щоб гарантувати в Україні право на охорону здоров'я, кожній людині і громадянину треба, поряд із створенням належної нормативно-правової бази у сфері охорони здоров'я, вжити заходів в адміністративній, судовій, політичній, економічній, соціальній, освітній та інших сферах державного і суспільного життя.

Закріплення права на охорону здоров'я на рівні всесвітніх документів з прав людини є дуже важливою гарантією визнання світовим співтовариством цього права і покладає на держави, у тому числі і на Україну, обов'язки щодо його забезпечення. Міжнародно-правові акти з прав людини, які визначають міжнародні стандарти у сфері охорони здоров'я, є дуже важливою базою для захисту одного з основних прав людини і громадянина.

Література

1. Указ Президента України “Про Стратегію сталого розвитку “Україна – 2020” № 5/2015.
2. Дроздов С. Окремі аспекти інтегрування України в Європейське та світове співтовариство (в світлі проблем прав людини) // Право України. — 1998. — № 9.36. 3. Европейская социальная хартия.: Справочник / Пер. с фр. — М.: Междунар. отношения, 2000.
3. Москаленко В. Ф. Охорона здоров'я України у світлі вимог Європейського Союзу, конституційних реформ // Український медичний часопис. Науково-практичний загальномедичний журнал. — 2000. — № 6(20).
4. Національний план протидії неінфекційним захворюванням вимагає міжсекторальної взаємодії з виконання усіх заходів та суспільної підтримки. Прес-служба МОЗ // www.moz.gov.ua/ua/portal/pre_20150330_g.html

СТАН ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В ПРОЦЕСІ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ

В сучасних умовах ряд економістів визначають сповільнення темпів розвитку міжнародних економічних процесів та розвитку окремих національних економік. Зокрема дослідження МВФ показують, що країни з економіками, що розвиваються, можуть постраждати від потрійного шоку — підвищення курсу долара, зростання відсоткових ставок у світі, збільшення волатильності потоків капіталів, а у ряді країн з сировинними ресурсами, зокрема у Російській Федерації, зниження цін на нафту буде здійснювати і валютний тиск. Конфлікт в Україні класифікується як фактор зростання геополітичних ризиків, які впливають на всю світову спільноту.

При цьому рядом експертів визначається безповоротність наслідків сучасних економічних криз і необхідність сприймання їх як нової реальності, в якій необхідно буде існувати всім країнам. Цілком слушно, що цей висновок можна віднести і до стану вітчизняної економіки. Кризовий стан визначає гальмування процесів росту окремих ринків національної економіки, зокрема і страхового ринку.

Згідно звітності страховиків за 2014 р., що узагальнено подана Нацкомфінпослуг, активи страховиків на 31.12.2014 р. склали 70,3 млрд. грн. (+5,8 % відносно 2013 р.), активи, визначені ст. 31 Закону України “Про страхування”, — 40,5 млрд. грн. (+6,9 %). Збільшення активів, визначених ст. 31 Закону, для представлення коштів страхових резервів, обґрунтовується НКФП як збільшенням обсягів державних цінних паперів на 43,9 % (до 3.39 млрд. грн.), прав вимог до перестраховиків на 27,3 % (до 3,87 млрд. грн.), грошових коштів на поточних рахунках на 27,7 % (до 2,79 млрд. грн.), так і зменшенням обсягів банківських депозитів на 2,8 %. На 31.12.2014 р. обсяг сплачених статутних фондів перевищив 15,1 млрд. грн., зростали страхові резерви до 15,8 млрд. грн. (+9,6 %) за рахунок резервів по страхуванню життя (+38 %), при цьому обсяг технічних резервів скоротився на 0,6 %.

Аналіз наведених даних НКФП про діяльність страхового ринку показує незначне зростання показників, що з врахуванням інфляції та зміни валютного курсу визначає негативну тенденцію.

Аналіз стану страхового ринку необхідно здійснювати оцінкою ступеню впливу страхового ринку на вітчизняну економіку. До основних показників

впливу страхового ринку України на вітчизняну економіку в сучасних умовах відносять:

- загальний обсяг страхового покриття для підприємств та громадян складає більше 800 млрд. грн.;
- обсяг іноземного капіталу на страховому ринку складає більше 500 млн. євро (засновники — страховики із Австрії, Нідерландів, Німеччини, Польщі, Словенії, США і Франції);
- загальний обсяг коштів страховиків, що розміщені в банках, складає близько 11 млрд. грн., що визначає страховиків як одних з найбільших кредиторів вітчизняної банківської системи;
- загальний обсяг сплачених страховиками податків складає майже 1,8 млрд. грн.;
- на страховому ринку забезпечено роботою більше 50 тис. осіб.

Крім того, наслідки фінансової кризи 2014/2015 рр. виділили проблему недокапіталізованості та втрати відповідного рівня платоспроможності на страховому ринку. Оцінки експертів показують, що з звітних даних про активи в 70 млрд. грн. достовірними ліквідними є 15 млрд. грн. страхових резервів. При цьому така оцінка також є оптимістичною, оскільки не враховує зниження їх рівня ліквідності за напрямом розміщення в вигляді банківських депозитів, враховуючи нестійкі ризики вітчизняної банківської системи. Пропонується ряд заходів щодо збільшення капіталізації — залучення іноземних інвесторів, зростання капіталу за власний рахунок, залучення іноземного страхового капіталу.

Найбільші страхові компанії України звернулися з пропозицією прискорення реформування механізмів державної політики у сфері страхування, зокрема щодо призначення керівників державних регулюючих органів, змін у податковий кодекс, використання принципів прозорості, розвитку конкуренції та державно-приватного партнерства у рамках “Стратегії сталого розвитку “Україна-2020”, затвердженою Президентом України.

Нацкомфінпослуг та учасниками страхового ринку виділяються наступні напрями реформування:

- зменшення та оптимізація регульовальних процедур згідно вимог ЄС;
- зміна контролю на автоматизований пруденціальний контроль;
- відновлення довіри споживачів до страхових послуг;
- удосконалення механізмів безпеки фінансової надійності, платоспроможності для інвесторів та громадян;
- введення цільових показників регулювання і розвитку ринку.

Очікуються наступні результати реформ:

- 1) створення довгострокового фінансового інвестиційного ресурсу за рахунок резервів, зокрема страхування життя;
- 2) експорт страхових послуг та одержання валютних доходів;
- 3) покращення конкуренції;
- 4) зменшення навантаження на державний та місцеві бюджети при збільшенні виплат по стихійним лихам та техногенним аваріям.

До конкретних інструменти реалізації реформ відносять:

- 1) пріоритетні види страхування: добровільне медичне страхування, обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів, агостраховання;
- 2) електронна комерція;
- 3) розвиток страхового посередництва;
- 4) введення 2-го рівня пенсійної реформи призведе до стимулювання страхування життя;
- 5) підвищення рівня довіри клієнтів до фінансової політики, що забезпечить збільшення продажів та податкових відрахувань до бюджетів;
- 6) підвищення міжнародного іміджу, позитивне сприйняття роботи ринку міжнародними організаціями – МВФ, Світовий Банк та ін.

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ Й ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Раціональна організація бухгалтерського обліку сприяє: формуванню повної і достовірної інформації про господарські процеси і результати діяльності підприємства, забезпеченню контролю за наявністю, рухом і раціональним використанням основних засобів відповідно до затверджених норм, нормативів і кошторисів, своєчасному попередженню негативних явищ фінансово-господарської діяльності, виявленню внутрішніх виробничих резервів, їх мобілізації і ефективному використанню з метою отримання прибутку, оцінці ефективності їх фактичного використання.

Основними завданнями бухгалтерського обліку основних засобів (ОЗ) є: правильне документальне оформлення і своєчасне віддзеркалення в облікових регістрах надходження основних засобів, їх внутрішнього переміщення і вибуття; правильне обчислення і відображення в обліку суми зносу; точне визначення результатів при ліквідації; облік витрат на ремонт; контроль за збереженням і ефективністю використання.

Для організації обліку основних засобів, що відповідає поставленим вище завданням, важливе значення має: наявність науково-обґрунтованої класифікації основних засобів; встановлення принципів оцінки основних засобів; встановлення одиниці обліку предметів основних засобів.

У методиці та організації бухгалтерського обліку існує ряд проблем, вирішення яких дозволить суттєво удосконалити та підвищити його якість.

Питання вдосконалення обліку основних засобів розглядалось багатьма відомими вченими та практиками в галузі бухгалтерського обліку. Особливо слід виділити роботи таких провідних економістів, як Немченко В. В., Швець В. Г., Ткаченко Н. М., Білуха М. Т., Бутинець Т. А. та інших. Незважаючи на активні дослідження даного питання, кожне підприємство має свої особливості і потребує конкретних заходів щодо вдосконалення обліку основних засобів.

Запровадження міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні зобов'язує здійснити приведення національних положень з бухгалтерського обліку основних засобів до міжнародних стандартів. Разом з тим на сьогодні існує ряд розбіжностей між П(С)БО 7 "Основні засоби" та МСБО 16 "Основні засоби".

Загалом сучасний рівень розвитку методики і організації обліку основних засобів в Україні має наступні позитивні сторони:

- 1) зрозумілість вітчизняного обліку для іноземних інвесторів;
- 2) узгодженість Плану рахунків з фінансовою звітністю;
- 3) самостійність підприємств у визначенні параметрів та напрямів облікової політики, виборі форм бухгалтерського обліку і реєстрів аналітичного обліку, затвердженні правил документообігу і технологій обробки облікової інформації.

Серед недоліків можна виділити:

- 1) трудомісткість процесів реформування бухгалтерського обліку;
- 2) відсутність у чинних нормативних актах норм щодо методики обліку окремих операцій з основними засобами (відображення в обліку витрат на придбання та поліпшення основних засобів тощо);
- 3) в реальних умовах нарахування амортизації основних засобів починається з місяця, наступного за місяцем введення в експлуатацію.

На практиці на вибір методу амортизації здійснюють вплив такі чинники:

- 1) простота методу та можливість його застосування;
- 2) вплив на собівартість продукції та вартість ресурсів;
- 3) наявність корпоративної політики у сфері нарахування амортизації.

У науковій літературі не існує єдиної думки щодо найкориснішого або найдоцільнішого з методів. Тому у питанні вибору методу нарахування амортизації пропонуємо виходити з урахуванням двох аспектів:

- 1) обов'язкового дотримання принципу обачності (найбільше принципу обачності відповідає метод зменшення залишкової вартості, за яким нараховується найбільша сума амортизації у перші роки використання об'єкта ОЗ);
- 2) очікуваний спосіб отримання економічних вигод від використання об'єктів ОЗ.

Основні засоби підприємства умовно можна поділити на дві групи: безпосередньо зайняті у виробництві, допоміжні та обслуговуючі; інші основні засоби, які переважно складають інфраструктуру підприємства.

Втілення рекомендацій щодо встановлення норм і методів нарахування амортизації за окремими групами основних засобів сприятиме отриманню об'єктивної інформації про розмір амортизаційних відрахувань до строку корисного використання окремих об'єктів та характеристику їх участі у виробничому процесі.

Порівняння вимог бухгалтерського і податкового обліку основних засобів у зв'язку з набранням чинності Податковим кодексом України свідчить про спрощення процесу ведення обліку на підприємстві, оскільки приведення до єдиної класифікаційної групи основних засобів, визначення єдиної оцінки основних засобів та скасування податкового методу нарахування амортизації призвели до формування єдиної системи нарахування амортизації у бухгалтерському і податковому обліку [6, с. 405]. Однак, складності

ще існують. Вони пов'язані з різним вартісним критерієм визнання основних засобів у податковому та бухгалтерському обліку.

На думку М. Т. Шендригоренко, О. О. Кондратенко [6, с. 405], варто насамперед звернути увагу на зміни у частині підвищення оперативності та ефективності обліку основних засобів підприємств, що вимагає вирішення таких завдань: дослідження чинної методики нарахування амортизації й обліку зносу основних засобів; вивчення впливу змін податкової політики на порядок обліку основних засобів.

Основними проблемами в процесі оцінки за справедливою вартістю основних засобів є: відсутність методичної основи обґрунтованого визначення вихідної оцінки основних засобів; доцільність використання поняття “справедлива вартість” в П(С)БО, оскільки ринкові ціни не можна назвати справедливими, бо вони не можуть бути одночасно справедливими для двох учасників ринку — продавця і покупця; — при виборі об'єктивного методу оцінки основних засобів необхідно мати на увазі, що не існує такої оцінки, яка б задовольняла вимоги всіх без винятку користувачів фінансової звітності.

Для вирішення поставлених завдань варто здійснити такі дії: удосконалити порядок обліку надходження основних засобів у системі аналітичних рахунків, що дозволить спростити систему бухгалтерських записів; розробити бухгалтерську модель економічного механізму амортизації, що сприятиме вирішенню проблем фінансового, внутрішньогосподарського обліку амортизаційних процесів та їх податкового аспекту; удосконалити методику обліку витрат на ремонт основних засобів, що підвищить ефективність управління витратами; розробити модель залежності експлуатаційних витрат від нормативного періоду експлуатації устаткування, яка дозволить визначити доцільність здійснення ремонту основних засобів [6, с. 405].

Організація обліку основних засобів повинна бути цілісною, єдиною системою взаємопов'язаних, взаємоузгоджених способів і методів обліку, які охоплюють увесь комплекс облікових процедур з виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації [6, с. 405]. Тому основними напрямками її удосконалення є: вибір оптимальної за складом та обсягом облікової інформації, яка забезпечить реалізацію завдань, поставлених перед обліком основних засобів; розробка та запровадження удосконалених форм носіїв облікової інформації, найбільш адаптованих до структури, змісту та характеру інформації; розробка раціональних схем документообігу, що дозволять з найменшими витратами трудових, матеріальних і фінансових ресурсів забезпечити своєчасне виконання поставлених завдань; розробка та запровадження раціональної технології вирішення облікових завдань, що забезпечить злагоджене функціонування облікового механізму.

Основними шляхами удосконалення організації обліку основних засобів є раціоналізація форм документів і реєстрів обліку, методів і способів збирання, обробки й узагальнення облікової інформації, адаптованих до сучасних умов.

Також важливим шляхом удосконалення обліку основних засобів є вибір найбільш оптимального програмного забезпечення автоматизованої системи бухгалтерського обліку. На наш погляд, детальний огляд програм бухгалтерського обліку на предмет конкретизації операцій з обліку основних засобів та критерії вибору програмного забезпечення достатньо повно і об'єктивно розкрито у роботі А. П. Грінько [1].

Література

1. Грінько А. П. Критерії вибору програмного забезпечення автоматизованої системи бухгалтерського обліку основних засобів / А. П. Грінько // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. — 2009. — Вип. 2. — С. 187–193. — Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 “Основні засоби” // Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_014
3. Неміш Ю. Поняття “основні засоби” у сучасних наукових дослідженнях // Аграрна економіка. — 2012. — Т. 5. — № 3–4. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 “Основні засоби”, затверджене Наказом Міністерства фінансів України № 92 від 27.04.2000 р. із змінами, внесеними згідно з Наказом Мініфіну № 48 від 08.02.2014 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>
5. Швець Н. В., Бродська О. Л. Проблемні питання аналізу основних засобів // БізнесІнформ. — 2012. — № 8. — С. 159–162.
6. Шендригоренко М. Т. Проблемні питання обліку основних засобів в умовах дії Податкового кодексу України / М. Т. Шендригоренко, О. О. Кондратенко // Наукові записки [Національного університету “Острозька академія”]. Сер.: Економіка. — 2012. — Вип. 19. — С. 403–406. — Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>

ГОСПОДАРСЬКО-ПРАВОВА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ПОРЯДОК ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ В РАЗІ ПОРУШЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОГО ЗАКОНОДАВСТВА

Відповідальність у господарському праві базується на загальнотеоретичних засадах і визначається як обов'язок суб'єктів підприємництва за допущені ними правопорушення перетерпівати негативні обтяжливі для них наслідки, як правило, майнового або немайнового характеру, які передбачені санкцією норм права. Інакше кажучи, відповідальність — зафіксована в нормативних актах, чи передбачена договором міра примусу, що застосовується до особи, яка вчинила правопорушення. Хоча відповідальність як юридична категорія широко розкривається в правовій науці, але легальне визначення майже не дається, а вказуються тільки її підстави та конкретні санкції. Тому така відповідальність хоча і передбачається у господарському праві, але як всяка юридична відповідальність має імперативний характер і настає лише в разі правопорушення.

Відповідальність у господарському праві є комплексний правовий інститут, який має свій особливий предмет регулювання — господарські правопорушення.

Господарське правопорушення — це протиправна дія або бездіяльність суб'єкта господарських відносин, яка не відповідає вимогам норм господарського права, не узгоджується з юридичними обов'язками зазначеного суб'єкта, порушує суб'єктивні права іншого учасника відносин або третіх осіб. Господарські правопорушення можна класифікувати за видами і систематизувати в окремі групи за певними критеріями.

Так, залежно від юридичної підстави (тобто які юридичні норми порушені) розрізняються договірні та позадоговірні правопорушення. В свою чергу договірні правопорушення поділяються;

1) правопорушення на стадії виникнення договорів:

- порушення строків укладання договорів;
- процедури врегулювання розбіжностей, що виникають при їх укладанні;
- укладання договорів, що суперечать вимогам закону, цілям діяльності юридичної особи, або укладання договорів з метою, що суперечить інтересам держави і суспільства (статті 48, 49 і 50 ЦК);

- порушення строків виконання договірних та інших господарських зобов'язань щодо поставки продукції та товарів (найпоширеніші в господарській практиці), перевезення вантажів, виконання робіт та ін.
- прострочення виконання зобов'язання загалом тягне за собою сплату боржником визначеної законом чи договором неустойки, штрафу, пені (статті 179, 213–215 і 356 ЦК);
- порушення господарських зобов'язань щодо якості поставленої продукції (товарів), виконаних робіт, наданих послуг;
- порушення державної дисципліни цін, пов'язані з виконанням договорів. Закон України “Про ціни і ціноутворення” передбачає, що у разі порушення підприємством ціни (при реалізації за договором продукції) надлишкове одержана сума підлягає вилученню в дохід відповідного бюджету;
- порушення у сфері кредитних та розрахункових відносин, пов'язані з виконанням господарських договорів;
- 2) порушення господарських зобов'язань щодо перевезень вантажів:
- зобов'язань з планів перевезень (неподача перевізних засобів, непред'явлення вантажів до перевезення);
- простій транспортних засобів під навантаженням і розвантаженням понад встановлені терміни;
- втрата, нестача, пошкодження вантажу;
- прострочення доставки вантажу тощо.

Господарсько-правовій відповідальності властиві особливі ознаки.

У функціональному відношенні господарсько-правова відповідальність покликана стимулювати належне виконання господарських та інших зобов'язань. Отже, її головною метою є забезпечення правопорядку у сфері економіки (в господарських відносинах).

Функції господарсько-правової відповідальності визначаються як сукупність дій щодо застосування до правопорушника у сфері господарювання передбачених законом чи договором санкцій, а також правових наслідків такого застосування. Види і зміст функцій господарсько-правової відповідальності в теорії господарського права визначаються по-різному. Узагальнено є підстави виділити п'ять основних функцій.

Стимулююча функція. Господарсько-правова відповідальність, яка полягає у застосуванні до правопорушника економічних (майнових) санкцій, передбачає спонукання (негативне стимулювання) його і до припинення правопорушення, і до реального виконання зобов'язання. Стимулююча функція властива, практично всім видам санкцій, передбачених або санкціонованих нормами господарського права. Вона має на меті, насамперед, задовольнити економічний інтерес потерпілого суб'єкта шляхом стимулювання (економічного, майнового) правопорушника до правомірних дій.

Штрафна функція. Відповідальність суб'єктів господарських правовідносин є однією з форм юридичної відповідальності. Як така, вона зумовлюється протиправною поведінкою (господарським правопорушенням, неви-

конанням або неналежним виконанням зобов'язань) правопорушника. У цьому розумінні господарсько-правова відповідальність є ретроспективною, тобто реакцією на вже вчинені протиправні дії (бездіяльність) у вигляді саме відповідальності як покарання правопорушника економічними санкціями. Загалом штрафна функція покладена на такі види господарсько-правових санкцій, як неустойка, штраф, пеня (так звані штрафні санкції).

Функція попередження правопорушень. Суть цієї функції полягає в тому, що внаслідок застосування відповідальності не лише усувається факт господарського правопорушення, а й застосовуються (господарським судом, судом) правові заходи, спрямовані на усунення його причин та умов. Як попереджувальний засіб господарсько-правова відповідальність найефективніша в тих випадках, коли має місце матеріально-правовий зв'язок відповідальності господарюючого суб'єкта з матеріальною відповідальністю його працівників, передбаченою трудовим правом.

Компенсаційна функція. Сутність компенсаційної (відновної) функції господарсько-правової відповідальності полягає у відновленні порушеного правопорушенням майнового стану потерпілого шляхом застосування на його користь компенсаційних майнових санкцій, стягнених з порушника. Сторона-кредитор у договірних та інших зобов'язаннях завжди ризикує своїм майновим становищем внаслідок порушення зобов'язання боржником. Тому правові системи цивілізованих країн відпрацювали і мають у своєму арсеналі засоби правового захисту, які є у потерпілої сторони зобов'язання. Ці засоби ґрунтуються на так званому праві справедливості і застосовуються або безпосередньо потерпілою стороною, або правозастосовним органом. Найбільш юридичне універсальним і дієвим засобом правового захисту потерпілої сторони зобов'язання, яке застосовується традиційно “за правом справедливості”, є відшкодування (компенсація) збитків. Сутність його полягає в тому, що кожне порушення договору чи іншого зобов'язання дає потерпілій стороні право на відшкодування збитків, яких вона зазнала. Так, ст. 203 Цивільного кодексу називається “Обов'язок боржника відшкодувати збитки”. Термін “відшкодувати” якраз і вказує на те, що дана форма відповідальності виконує компенсаційну (відшкодувальну) функцію.

Таку саму функцію законодавець покладає і на так звану залікову неустойку. Відповідно до ч. 1 ст. 204 Цивільного кодексу якщо за невиконання або неналежне виконання зобов'язання встановлено неустойку (штраф, пеню), то збитки відшкодовуються у частині, не покритій неустойкою (штрафом, пенею). Інформаційна (сигналізаційна) функція. Факт пред'явлення претензії, позову, стягнення збитків чи неустойки — це юридична інформація про неблагополучний стан, наявні хиби у господарській діяльності суб'єкта. Разом з тим це й інформація про необхідність вжиття відповідних заходів щодо поліпшення справ, наведення порядку на підприємстві, в організації.

Відповідальністю є застосування до правопорушника встановлених законом або договором санкцій, внаслідок чого він зазнає майнових втрат. Отже,

поняття господарсько-правової відповідальності включає в себе і майнові наслідки застосування санкцій. У свою чергу господарсько-правова санкція становить визначену безпосередньо законом або договором міру (масштаб, величину) відповідальності правопорушника. Це гранична величина майново-примусового впливу на правопорушника, який може застосувати до нього кредитор або відповідний орган (суд, господарський суд).

Господарсько-правові санкції у своїй сутності є економічно-юридичними. Тому в законодавстві визначення економічні і майнові можуть вживатися як тотожні. Термін “економічні” означає, що за змістом господарсько-правова відповідальність є економічною. Це негативний економічний вплив на правопорушника, щоб стимулювати його виконати зобов’язання.

Термін “майнові санкції” є юридичним еквівалентом попереднього терміна і означає, що з точки зору форми господарсько-правова відповідальність є юридичною відповідальністю. Цю відповідальність застосовують лише у правовій формі, якою є передбачені законом або договором майнові (економічні за змістом) санкції.

Види господарсько-правової відповідальності розрізняють залежно від видів господарських правопорушень і санкцій, встановлених за ці правопорушення. За цим критерієм у теорії господарського права розрізняють:

- 1) відшкодування збитків;
- 2) штрафні санкції;
- 3) оперативно-господарські санкції;
- 4) конфіскація;
- 5) господарсько-адміністративні штрафи;
- 6) планово-госпрозрахункові (оціночні) санкції;
- 7) господарсько-організаційні санкції.

Відшкодування збитків застосовується як майнова санкція, виходячи з аналізу відповідних статей Цивільного кодексу та інших законодавчих актів: у відносинах купівлі-продажу між господарюючими суб’єктами.

Відшкодування, господарським суб’єктам збитків, сплата неустойки (штрафу, пені) — це так звані невиробничі витрати, які відносяться на прибуток підприємств та організацій.

Загальне поняття штрафів як відповідальності у господарських відносинах визначених законодавством. Згідно зі ст. 179 Цивільного кодексу “штрафом визнається визначена законом або договором грошова сума, яку боржник повинен сплатити кредиторіві в разі невиконання або неналежного виконання зобов’язання, зокрема в разі прострочення виконання”. Закон розрізняє три види штрафних економічних санкцій: штраф у власному розумінні, пеню та неустойку. Всі вони покликані виконувати штрафну, каральну функцію, хоч мають і певні відмінності.

Розмір штрафу як економічної санкції регулюється законодавством трьома способами:

- штраф у твердій сумі. Прикладом цього виду штрафу є штрафи, що їх сплачують перевізник і відправник за невиконання плану вантажних пе-

ревежень (ст. 359 ЦК), їх розміри визначають транспортні статuti і кодекси окремо стосовно кожного виду транспорту;

- штраф у процентному відношенні до суми всього зобов'язання або невиконаної частини зобов'язання. Наприклад, якщо поставлена продукція не відповідає за якістю стандартам чи умовам договору, постачальник сплачує покупцеві штраф у розмірі 20 відсотків вартості продукції неналежної якості;
- штраф у кратному розмірі до вартості того предмета, який захищається штрафом. Наприклад, за пошкодження вагонів або контейнерів відправником чи одержувачем вантажу під час навантаження або розвантаження вантажів їхніми засобами ці суб'єкти сплачують залізниці штраф у розмірі п'ятикратної вартості пошкодженого майна.

Неустойка є різновидом штрафної економічної санкції, розмір якої визначається законом або договором у процентному відношенні до суми невиконаної частини зобов'язання. Неустойка застосовується, як правило, як штрафна санкція у разі прострочення виконання майнових зобов'язань (поставка, купівля-продаж, міна тощо).

Такі санкції застосовують безпосередньо самі суб'єкти господарських правовідносин в оперативному порядку. На відміну від майнової відповідальності, оперативні санкції діють на правопорушника не загрозою державного примусу, а оперативним втручанням, що хоч і зачіпає майнову сферу правопорушника, але не дає ніяких видимих компенсаційних благ його контрагентів, який вдався до оперативних санкцій.

Оперативно-господарські санкції за своєю спрямованістю поділяються на два види. До першого належать санкції, спрямовані на одностороннє припинення правовідносин в інтересах сторони, чії права порушено. Другий вид оперативних санкцій становлять ті, що спрямовані на зміну правовідносин (переведення несправного платника на акредитивну форму розрахунків чи на попередню оплату продукції)

Конфіскація — це безоплатне вилучення у дохід бюджету майна (коштів) суб'єкта господарювання — правопорушника у випадках, прямо передбачених законом.

Конфіскацію застосовують у випадках:

- виконання угод, укладених з метою, що завідомо суперечить інтересам держави та суспільства (конфіскації підлягає все одержане винними сторонами/стороною за такою угодою);
- здійснення комерційним банком забороненої законом виробничої діяльності;
- у сфері антимонопольного регулювання та у разі недобросовісної конкуренції;
- у сфері ціноутворення (зокрема, щодо підприємств-монополістів, ціни на продукцію яких регулює держава) та в деяких інших випадках.

Адміністративно-господарський штраф — це грошова сума, що сплачується до державного бюджету суб'єктом господарювання — правопорушником у передбачених законом випадках.

Адміністративно-господарський штраф може застосовуватися:

- а) у процентному або кратному відношенні суми порушення;
- б) в певній кількості неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Господарсько-адміністративний штраф застосовується:

- а) лише у вертикальних відносинах;
- б) за постановою компетентних органів (антимонопольних — за порушення законодавства про захист економічної конкуренції, санітарно-епідеміологічної служби — за порушення санітарно-епідеміологічних вимог, державних органів контролю за цінами — за порушення державної дисципліни цін і т. ін., як правило, в судовому порядку);
- в) без додержання претензійного порядку;
- г) за наявності лише протиправної поведінки (фактична підстава).

Планово-госпрозрахункові (оціночні) санкції — це передбачені чинним законодавством заходи економічного впливу на господарюючого суб'єкта у зв'язку з порушенням ним планових нормативів і планових завдань:

- підвищення тарифу (розміру плати) за понадлімітне використання природних ресурсів, електроенергії;
- позбавлення пільг (наприклад, податкових) у зв'язку з порушенням умов їх надання;
- виключення зі звітності даних про продукцію, виготовлену з порушенням ДСТ (державних стандартів), ДБНП (державних будівельних норм та правил);
- віднесення на прибуток, що залишається у розпорядженні суб'єкта господарювання, недонарахованої амортизації у випадках дострокового списання основних фондів (за винятком передбачених законом випадків вимушеного списання).

Планово-госпрозрахункові санкції застосовує сам суб'єкт господарювання-правопорушник, а у разі якщо він цього не зробить — компетентні органи, які виявили факт правопорушення.

Розрізняють юридичні (закон) та фактичні (протиправна поведінка) підстави застосування планово-госпрозрахункових санкцій. До них належать:

- обмеження або призупинення діяльності суб'єкта господарювання до усунення виявлених у його діяльності недоліків (у разі недодержання вимог екологічного законодавства, санітарно-епідеміологічних правил тощо);
- призупинення дії ліцензій;
- скасування ліцензій;
- скасування державної реєстрації;
- примусова реорганізація (у зв'язку з допущенням суб'єктом підприємницької діяльності — монополістом на ринку певного товару монополістичного правопорушення);
- примусова ліквідація (у разі скасування державної реєстрації; скасування ліцензій, якщо вся діяльність господарської організації ліцензується;

визнання суб'єкта підприємницької діяльності банкрутом, якщо після погашення його боргів у нього не залишилося майна, необхідного для продовження своєї попередньої діяльності).

Господарсько-організаційні санкції застосовують компетентні органи (тимчасове призупинення діяльності суб'єкта господарювання до усунення виявлених порушень, призупинення дії та скасування ліцензій, примусова реорганізація) або в судовому порядку (примусова ліквідація).

Підстави застосування господарсько-організаційних санкцій: юридичні — закон, фактичні — протиправна поведінка.

Господарським кодексом України в теорію та практику правового регулювання господарської діяльності офіційно запроваджена нова категорія організаційно-господарських зобов'язань. Значення цих зобов'язань у сучасній економіці полягає в тому що вони індивідуалізують вимоги правових норм щодо взаєморозташування та взаємодії учасників організаційно-господарських відносин, наділяють цих учасників взаємними правами та обов'язками, і таким чином виступають однією з передумов організації та здійснення господарської діяльності.

Окрему групу засобів забезпечення виконання організаційно-господарських зобов'язань згідно зі ст. 199 ГКУ становлять заходи відповідальності учасників господарських відносин. Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що питання забезпечення господарських зобов'язань, господарсько-правової відповідальності (господарських санкцій) висвітлюються в юридичній навчальній літературі, в окремих наукових статтях, монографіях та дисертаційних дослідженнях разом із тим оперативно-господарські та адміністративно-господарські санкції як засоби забезпечення виконання організаційно-господарських зобов'язань у сучасній вітчизняній науці фактично не досліджені.

Згідно зі ст. 235 ГКУ оперативно-господарські санкції — це заходи оперативного впливу на правопорушника з метою припинення або попередження повторення порушень зобов'язання, що використовуються самими сторонами останнього в односторонньому порядку. Щодо співвідношення заходів оперативного впливу та видів забезпечення виконання зобов'язань в юридичній літературі існують різні точки зору. Одні автори вважають, що зазначені заходи за своєю природою є різновидом засобів забезпечення виконання зобов'язань, інші підкреслюють самотійність і незалежність обох груп вказаних правових заходів.

Слід зазначити, що у цій якості оперативно-господарські санкції можуть бути застосовані за порушення будь-яких із вказаних зобов'язань — як майнового — господарських, причому до будь-яких з їх учасників — як до суб'єктів господарювання, так і до суб'єктів організаційно-господарських повноважень.

Адміністративно-господарські санкції становлять заходи організаційно-правового характеру або майнового характеру, які застосовуються до суб'єктів господарювання уповноваженими органами державної влади

або органами місцевого самоврядування за порушення цими суб'єктами встановлених законодавчими актами правил здійснення господарської діяльності (ст. 238 ГКУ) серед заходів відповідальності учасників господарських відносин у забезпеченні виконання організаційно-господарських зобов'язань адміністративно-господарські санкції відіграють важливу роль, оскільки саме ці санкції найбільшою мірою адекватні вказаним зобов'язанням.

Зобов'язання із застосуванням адміністративно-господарських санкцій є не договірними і використовуються для забезпечення, як правило не договірних зобов'язань суб'єктів господарювання. Зокрема, у не договірних організаційно-господарських зобов'язаннях із ліцензування або патентування господарської діяльності такі адміністративно-господарські санкції, як зупинення дій ліцензії (патенту) або анулювання ліцензії (патенту) на здійснення суб'єктом господарювання окремих видів господарської діяльності служать ефективним засобом забезпечення дотримання вказаних суб'єктом умов, встановлених відповідними ліцензіями або патентами.

Завершуючи характеристику адміністративно-господарських санкцій як засобів забезпечення виконання організаційно-господарських зобов'язань, слід підкреслити, що перелік видів цих санкцій, встановлений ГКУ, не є вичерпним. Законодавчі акти передбачають й інші їх види крім названих вище зупинення дії або анулювання спеціального дозволу на користування нафтогазоносними надрами та обмеження, тимчасової заборони (зупинення) або припинення права інвестора на користування надрами під час виконання угод про розподіл продукції, це зокрема, примусовий поділ суб'єкта господарювання, що займає монополіне (домінуюче) становище на ринку, блокування цінних паперів (ст. 48 Закону України "Про захист економічної конкуренції" від 11 січня 2001 р.) відсторонення керівництва від управління фінансовою установою та призначення тимчасової адміністрації (статті 46,47 Закону України "Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг" від 12 липня 2001р) призначення тимчасового керуючого (адміністрації) (ст. 24 Закону України "Про електроенергетику" від 16 жовтня 1997 р.), пеня за ст. 4 Закону України "Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті" від 23 вересня 1994 р. та ін.

Отже, оперативно-господарські та адміністративно-господарські санкції виступають засобом забезпечення виконання організаційно-господарських зобов'язань, як договірних, так і не договірних, і можуть бути застосовані до будь-яких учасників цих зобов'язань — як до суб'єктів господарювання, так і до суб'єктів організаційно-господарських повноважень. Напрями пов'язані з більш глибоким аналізом оперативно-господарських та адміністративно-господарських санкцій, як засіб забезпечення виконання господарських зобов'язань підлягають подальшому дослідженню.

Таким чином, інститут господарсько-правової відповідальності потребує подальшого вивчення в сучасних умовах ринку та глибокого аналізу щодо її застосування в сфері господарських правопорушень.

Література

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 // Відомості Верховної ради № 436-IV.
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 // Відомості Верховної ради № 435-IV.
3. Господарське право: навч. посіб. // Вінник О. М. — 2-ге вид., змін. та допов. — К.: Правова єдність, 2009. — 766 с.
4. Господарське право: Підруч. // Щербина В. С. — 4-те вид. перероб. і допов. — К.: Юрінком Інтер, 2009. — 640 с.
5. Канзафарова І. С. Дослідження проблеми цивільно-правової відповідальності: окремі методологічні аспекти // Держава і право. — 2005, Вип. 30. — С. 345–349.
6. Коваль В. М. Колізія між нормами господарського та нормами цивільного права // Вісник господарського судочинства. — 2010. № 1. — С. 103–111.
7. Подколзін І., Дзера І. Правові підстави відшкодування збитків // Юридична Україна. — 2009. — № 6. — С. 73–80.
8. Липницький Д., Болотова Г. Нове у відповідальності по Господарському кодексу України // Підприємництво, господарство і право. — 2004. — № 6. — С. 8–10.
9. Щербина В. Адміністративно-господарські санкції майнового характеру: проблеми застосування // Вісник Академії правових наук України. — 2006. — № 2 (45). — С. 97–196.

ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ЗОНИ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС

Важливим аспектом економічної інтеграції України до європейського співтовариства є формування зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом у рамках виконання положень Угоди про асоціацію [1].

Незважаючи на стратегічний характер для України, який має зона вільної торгівлі з ЄС, а також довгострокові перспективи зростання української економіки, експерти все ж стверджують про певні виклики для українського бізнесу на шляху адаптації до практик та стандартів ведення бізнесу по-європейськи. А отже, виникає проблема конкурентоспроможності вітчизняних компаній, як на європейському ринку товарів та послуг, так і на вітчизняному ринку, який стане більш відкритим для висококонкурентних європейських товарів завдяки заниженим митним ставкам [2].

Першим викликом конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є витрати, пов'язані з необхідністю проходження сертифікації та виконання європейських процедур перевірки якості продукції у відповідності до директив ЄС. Без отримання нових сертифікатів європейського зразка українські виробники не зможуть вести економічну діяльність на ринках ЄС та України через законодавчо закріплену вимогу європейської сертифікації [3].

Це зумовлює необхідність переорієнтації стандартів виробництва українських товарів, а отже заміну стандартів якості радянського зразка на визнані у світі стандарти ЄС (маркування CE та сертифікати за регламентом REACH (виробництво, реєстрація і оборот всіх хімічних речовин). Необхідність адаптації продукції до нових стандартів якості зумовить значні витрати з боку українських виробників, що власне і становить проблему. Проте прийнявши стандарти ЄС до продукції, українські виробники зможуть експортувати свої товари на інші світові ринки. Оскільки стандарти ЄС є загальноприйнятими на всіх великих ринках — США, Канада, Австралія тощо [4].

Із введенням в дію положень про зону вільної торгівлі у 2016 році проблемою вітчизняних підприємств також буде конкуренція з більш якісною європейською продукцією, яка стане доступнішою для українського споживача завдяки зниженню і поступовому обнулінню імпорتنих мит. Так, українські виробники можуть втратити частину своїх споживачів на користь європейських імпортерів. Збільшення щільності висококонкурентних товарів має

стимулювати українських виробників до підвищення якості своєї продукції, модернізації виробництва та запровадження інноваційних технологій [5].

Наразі в Україні основними джерелами конкурентоспроможності підприємств є або сировина, або дешева некваліфікована робоча сила. Бізнес тут конкурує лише на основі цінової політики, а низький рівень оплати праці обумовлює низьку її продуктивність. Для змінення становища Україні необхідні стабільне макроекономічне середовище, суспільні та приватні інститути, які ефективно функціонують, якісна робоча сила, висококваліфіковані фахівці управління бізнесом [6].

Враховуючи вище викладене, Ю. Кіндзерський пропонує шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в аспекті євроінтеграції:

- 1) сформулювати та реалізувати державні інноваційні програми, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємств;
- 2) здійснити структурні зрушення в системі господарювання шляхом впровадження інноваційно-інвестиційних процесів;
- 3) створити бізнес-середовище для національних підприємств шляхом оновлення та впровадження нової матеріально-технічної бази;
- 4) впровадити новітні технології на виробництві, що є свідченням інтенсивного розвитку системи господарювання;
- 5) сприяти залученню додаткових інвестицій для модернізації виробництва та підвищення конкурентоспроможності підприємств;
- 6) впровадити систему стандартизації, інформатизації в сфері формування та реалізації промислової політики підприємств;
- 7) забезпечити підвищення кваліфікації робітників та апарату управління підприємств;
- 8) регулярно проводити маркетингові дослідження ситуації на ринку [7, с. 21].

Таким чином, українські підприємства постали перед викликом переорієнтації від звичних моделей економічної діяльності до європейських стандартів і норм ведення бізнесу. Такий перехід потребує значних зусиль, як експертних, так і фінансових, для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на європейських та українському ринку, які об'єднуються у зону вільної торгівлі.

Разом з тим, якщо українським підприємствам вдасться витримати високу європейську конкуренцію, нові вимоги ведення економічної діяльності стануть стимулом до відкриття нових ринків, збільшення прибутків та, як наслідок, зростання української економіки.

Література

1. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Урядовий портал [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/kmu/control/uk/publish/article?art_id=246581344&cat_id=223223535

2. Аналіз можливих ризиків створення зони вільної торгівлі між Україною та ЄС щодо конкурентоспроможності українських підприємств / [Електронний ресурс] Рада підприємців при КМУ // – Режим доступу: <http://radakmu.org.ua/view/2725/>
3. Кривовязюк І. Підвищення конкурентоспроможності українських підприємств у контексті євроінтеграційних прагнень [Електронний ресурс] / І. Кривовязюк, І. Заблоцька // – Режим доступу: <http://bit.ly/1Gur6RU>
4. Як наші заводи будуть отримувати сертифікати якості ЄС [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/~/310845>
5. Торгівля з ЄС [Електронний ресурс] / Онлайн журнал К. І. S. Publishing // – Режим доступу: <https://readymag.com/kis/eu-ukraine-fta/>
6. Доступ до ринків ЄС: місія можлива? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://euukrainecoop.net/2015/02/27/business/>
7. Кіндзерський Ю. Проблеми національної конкурентоспроможності та пріоритети конкурентної політики в Україні / Ю. Кіндзерський, Г. Паламарчук // Економіка України. – 2006. – № 8. – С. 19–29.

ВИКОРИСТАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах господарювання і загострення конкуренції, основою стійкого положення на ринку є своєчасна пропозиція продукції, що відповідає високому конкурентоспроможному рівню якості. При цьому конкурентоспроможність підприємства залежить, в першу чергу, від якості продукції, тобто від того, в якій мірі продукція задовольняє запити споживача.

Саме це призводять до стійкого зростання ролі системи якості як універсального інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємства, що в свою чергу, дозволяє досягти мети зниження собівартості продукції, при абсолютному задоволенні вимог споживача, тобто досягти такого рівня якості і собівартості, який робить продукцію конкурентоздатною в ринкових умовах.

Важливою основою формування систем якості на українських підприємствах є дослідження і використання зарубіжного досвіду у цій сфері.

Теоретичні основи розвитку систем якості висвітлені в наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених: В. І. Галєєва, В. А. Лапідуса, П. А. Орлова, В. Л. Диканя, А. В. Гличева, Г. Г. Азгольдова, С. Д. Ільєнкової, А. Е. Воронкової, В. Г. Шинкаренка, В. В. Окрепилова, С. К. Фомічева, Р. А. Фатхутдінова і інших авторів.

Вдосконалення систем управління якістю є проблемою, для вирішення якої потрібен комплексний підхід, що охоплює не тільки процес виробництва продукції, але і її реалізацію, і обслуговування після продажу.

Метою статті є ознайомлення з зарубіжним досвідом управління якістю, з метою підвищення конкурентоспроможності сучасних підприємств в галузі управління якістю.

Європейські держави запропонували концепцію менеджменту якості, яка знайшла своє відображення в міжнародних стандартах ІСО серії 9000. В даний час стандарти ІСО 9000 визнані всіма країнами світу [1, 2].

Стандарт QS 9000 по суті розвиває основну ідею стандартів ІСО серії 9000 – побудувати нові відносини з постачальниками, але не на базі багатократних перевірок продукції (приймальний і вхідний контроль, сертифікація), що дорого, деколи неефективно, уповільнює процес поставок, вимагає

спеціальних оснащень, приміщень, а на основі перевірок процесів виробництва і систем якості, які повинні, за задумом його творців, запобігати випуску невідповідної продукції.

При формуванні систем якості виявилися три різних підходи (рис. 1).

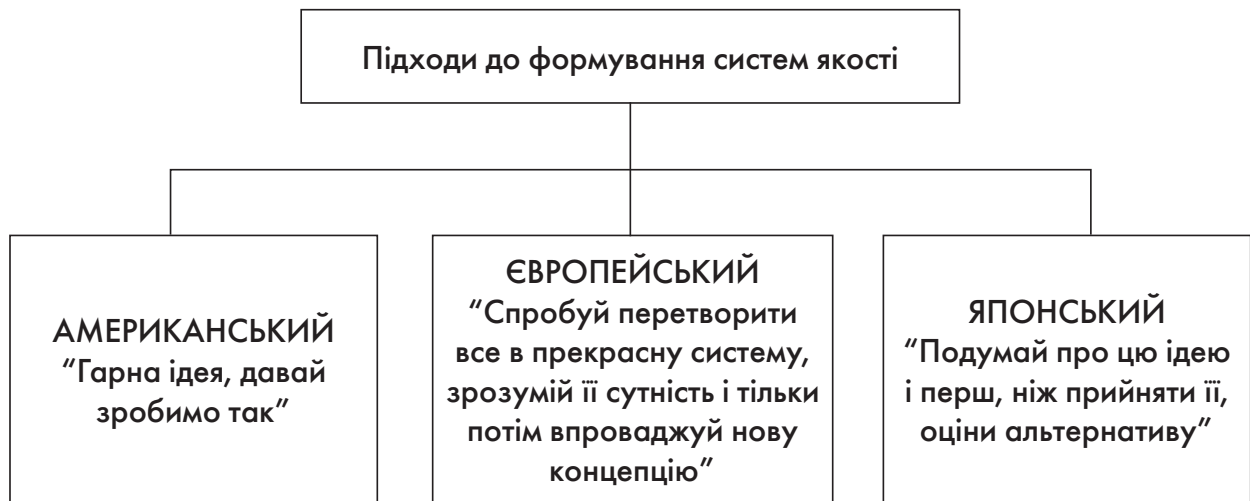


Рис. 1. Сучасні підходи до рішення проблем систем якості

На Японських підприємствах управління якістю, здійснюване протягом тривалого часу в загальнонаціональному масштабі, стало національною ідеєю [3]. Щоб зрозуміти причини високої ефективності японської системи управління якістю, слід розглянути два важливі чинники:

Комплексний підхід. Високий рівень державного регулювання якості, у тому числі розвинуте технічне законодавство (30 законів по безпеці, якості, захисту прав споживача), жорстка система сертифікації, контроль якості експортної продукції, висока ефективність корегуючих заходів.

Широка суспільна підтримка ідей управління якістю продукції. В країні діють численні суспільні інститути, які сприяють розповсюдженню і розвитку принципів управління якістю продукції (Японська організація по стандартизації і Японський союз науково-технічних працівників).

На даний час в Японії зареєстровано 300 тис. кружків якості. Економічний ефект від діяльності кружків якості оцінюється в 15–20 млрд. дол. в рік [4]. Круг вирішуваних ними проблем в даний час розширився:

- створення на робочому місці сприятливої атмосфери;
- підвищення продуктивності праці;
- питання енергозбереження і екології;
- підвищення зацікавленості кожного працівника в праці.

На сучасному етапі сертифікація продукції і систем якості є одним із способів зміцнення конкурентоспроможності підприємства і посилення його позицій в конкурентній боротьбі.

У Франції можна виділити три складові процесу робіт по обов'язковій і добровільній сертифікації (рис. 2).



Рис. 2. Сучасні етапи сертифікації продукції і систем якості Франції

Ситуація щодо контролю за якістю в Північній Америці є дещо відмінною.

Процес сертифікації прийнятий більшістю визнаних організацій по сертифікації в США включає: подачу заявки; відбір зразків; випробування на відповідність встановленому переліку стандартів; складання звіту про результати випробувань; видача сертифікату, маркування виробів або публікацію списку виробів, які отримали схвалення; нагляд за якістю виробів при поставці і за подальшим дотриманням вимог до умов виготовлення.

Японська практика і правила проведення сертифікації передбачає жорсткий контроль за підприємствами, що отримали право маркування своєї продукції знаками відповідності [5]. Нагляд і інспекція проводить міністерство, у віданні якого знаходиться даний вид продукції. Нагляд включає:

- вивчення річних звітів про стан технічних умов виробництва;
- аналіз системи управління виробництвом і якістю продукції;
- випробування продукції;
- контроль нотифікації, тобто контроль підприємства, включеного в опублікований список об'єктів, що підлягають перевірці.

Крім того, в Японії створена система моніторингу за застосуванням стандартів на споживацькі товари. Нагляд включає також перевірку зразків сертифікованої продукції, які інспектори в звичайному порядку придбають на підприємствах роздрібною торгівлі.

Таким чином, якість, стандартизація і сертифікація готової продукції і систем якості має великий вплив на діяльність будь-якого підприємства, і грають значну роль в забезпеченні рівня його конкурентоспроможності. Від наявності сертифіката на готову продукцію залежить ступінь довіри покупця виробам фірми, ціновий рівень, імідж підприємства. Але висока якість готової продукції обумовлена в першу чергу наявністю у підприємства системи якості сертифікованої на відповідність світовим стандартам, оскільки саме в процесі виробництва продукції, охопленому системою якості, задається майбутній рівень конкурентоспроможності продукції. Також необхідно відзначити, що всі перераховані чинники мають безпосередній вплив на ступінь конкурентоспроможності підприємства, що підвищує їх значущість для життєдіяльності підприємства.

Література

1. ДСТУ ІСО 9001–2001. Системи управління якістю. Вимоги. – На зміну ДСТУ ІСО 9001–95, 9002–95. – К.: Держстандарт України, 2001. – 24 с.
2. ДСТУ ІСО 9004–2001. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності. – На зміну ДСТУ ІСО 9004–1–95. – К.: Держстандарт України, 2001. – 44 с.
3. Орлов П. А. Менеджмент качества и сертификация продукции: учебное пособие / П. А. Орлов. – Х.: Издательский Дом “ИНЖЭК”, 2011. – 304 с.
4. Фомичев С. К. Основы управления качеством: учеб. пособ. / С. К. Фомичев, А. А. Старостина, Н. И. Скрябина. – К.: МАУП, 2010. – 196 с.
5. Шинкаренко В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. – Харьков: изд-во ХНАДУ, 2011. – 186 с.

СИСТЕМА ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОНОВЛЕННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ПРИНЦИПІВ ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ

Високий технологічний рівень виробництва є одним з основних елементів збалансованого, довготривалого розвитку промислового підприємства. Його якісна оцінка та можливість відстеження основних позитивних змін, дозволяє аргументувати рішення щодо економічного стимулювання витрат промислового підприємства на високі технології.

Отже, до тих пір, поки не буде науково обґрунтована та апробована система показників комплексної оцінки технологічного рівня підприємств, не існуватиме ефективного механізму економічного стимулювання технологічного оновлення промислових підприємств в Україні.

Узагальнення окремих показників оцінки ефективності діяльності промислових підприємств, які використовуються на практиці та запропоновані іншими дослідниками, дозволяє їх об'єднати в наступну цілісну систему, яка буде комплексно характеризувати результативність та ефективність економічного механізму стимулювання технологічного оновлення промислових підприємств з метою підвищення їх технологічного рівня.

Стимулювання технологічного розвитку промислових підприємств може відбуватися різними шляхами, одним із головних реалізується за допомогою податкової системи.

Основними функціями системи оподаткування є фіскальна, соціальна, регулююча та стимулююча. Серед цих функцій, особливо в умовах реформування економіки України, важливе значення має функція стимулювання технологічного оновлення промислових підприємств.

У сучасних умовах податкова система має ряд недоліків, а саме: нерівномірність і несправедливість розподілу податкового навантаження; перетворення податкової системи у чинник пригнічення економічного зростання та інвестиційної активності, що призводить до ухилення від сплати податків та відтік капіталів за кордон; проблема подвійного оподаткування; надмірна фіскальна спрямованість і не врахування інших завдань, таких як стимулювання виробництва, інновацій, інвестування, розвиток підприємницької діяльності.

Тому в процесі реформування податкової системи, з нашої точки зору, одним з найважливіших напрямів має бути підтримка високотехнологічного сектору економіки за допомогою інструментів економічного стимулювання інноваційної діяльності, зокрема податкового стимулювання технологічного оновлення промислових підприємств.

Цю функцію має виконувати інформаційно-аналітичне забезпечення управління, методологія якої включає правила, моделі і методи інформаційно-аналітичного забезпечення технологічного оновлення промислових підприємств.

Процес побудови інформаційно-аналітичне забезпечення управління охоплює такі складові:

- визначення сутності категорії управління, сучасних її проблем і завдань розвитку;
- визначення сутності інформаційно-аналітичне забезпечення управління, його мети та завдань;
- визначення розподілів, які використовуються у процесі інформаційно-аналітичне забезпечення управління;
- побудову системи показників інформаційно-аналітичне забезпечення управління;
- визначення чинників, які зумовлюють розвиток категорії управління;
- визначення користувачів інформації;
- побудову методичного забезпечення інформаційно-аналітичне забезпечення управління;
- розробку пропозицій щодо обґрунтування і підтримки управлінських рішень на основі результатів інформаційно-аналітичне дослідження.

Її основними принципами побудови мають бути: здатність системи до розвитку та адаптації в разі зміни умов функціонування; взаємодія із системами різних користувачів; багатоцільове використання інформаційної системи, зокрема бази даних і системи показників.

Серед цих етапів важливе місце займає побудова відповідних показників, тому що інформація створюється, передається і зберігається у вигляді показників. Основною формою реалізації принципів інформаційно-аналітичного підходу до вдосконалення управління промислових підприємств є система показників.

Від об'єктивності цієї системи, здатності відображати багатогранну діяльність значною мірою залежить ефективність управління, спрямованого на підвищення ефективності податкового стимулювання, покращення технологічного рівня промислових підприємств та інтенсифікації їх виробництва.

Загальною вимогою до понятійного апарату, що використовується в процесі управління технологічним оновленням промислових підприємств, є адекватність відображення об'єктивної дійсності. Це передбачає розвиток, удосконалення, перегляд системи показників технологічного оновлення відповідно до потреб системи управління промисловими підприємствами та інструментів їх економічного стимулювання державою.

Передусім це стосується системи показників, що характеризує прискорення технологічного розвитку промислових підприємств, його пропорційність, збалансованість, соціальну орієнтацію, а також отримання економічного ефекту від державних заходів із податкового стимулювання їх технологічного оновлення.

Показник — це кількісно-якісна характеристика діяльності промислового підприємства. Кількісний аспект відображає ефект і ресурси (витрати), його розміри, абсолютну та відносну величину показника, а якісний (ефективність) — сутність показника промислового підприємства в конкретних умовах місця і часу.

Щоб показники оцінки технологічного рівня промислових підприємств відповідали призначенню і виконували покладені на них функції, на стадії їх проектування необхідно здійснити їх логічне і статистичне обґрунтування.

Логічне обґрунтування передбачає всебічний теоретичний аналіз абстрактних економічних категорій (виручка від реалізації, продуктивність праці, інноваційні витрати тощо).

Статистичне обґрунтування полягає в розробленні методології та методики кількісного вимірювання абстрактних економічних категорій.

Систему показників оцінки технологічного рівня промислового підприємства можна визначити як сукупність взаємозв'язаних показників, які застосовуються в інформаційно-аналітичній практиці для характеристики рівня, динаміки, ефективності, умов і особливостей управління промисловим підприємством на основі принципів податного стимулювання.

Основні її підсистеми представляють групи показників, що характеризують технологічний рівень та конкурентоспроможність реалізованої продукції, продуктивність праці, стан основних засобів, обсяги інноваційних витрат та прибутковість промислового підприємства.

Цілісність системи оцінки технологічного рівня промислового підприємства та взаємозв'язки між її основними елементами забезпечуються показниками, що є однаковими для підсистем і групуються, маючи на меті забезпечити всебічні характеристики результатів податкового стимулювання.

Взаємозв'язки перетворюють сукупність розрізнених показників управління промисловим підприємством у систему. В умовах інтегрованих інформаційних систем вимоги до взаємного пов'язування та зіставлення показників, до синтезу їх в єдину систему особливо жорсткі.

У складі системи інформаційно-аналітичного забезпечення управління особливе місце належить системі показників. У даному випадку її завдання полягає, з одного боку, надати характеристику технологічного рівня промислових підприємств, а з іншого — бути інструментом податкової інфраструктури для стимулювання зростання цього рівня.

В Україні сукупність показників, яка характеризує ефективність податкового стимулювання технологічного оновлення промислових підприємств, більше нагадує простий перелік.

Це виражається в тому, що показники, які відображають взаємозв'язані об'єкти та процеси, складно поєднати і використовувати разом у вирішенні спільних завдань через те, що вони різняться за обсягом поняття та методом розрахунку. З одного боку, податкові органи, яким традиційно притаманні фіскальні функції, можуть бути залучені до виконання функцій регулювання та стимулювання розвитку промислових підприємств, що впроваджують нові передові технології в свою господарську діяльність.

З іншого боку, промислові підприємства можуть суттєво покращити економічні результати своєї діяльності на основі використання податкового стимулювання технологічного оновлення, скориставшись інформацією щодо можливостей і умов його отримання, а також розуміння доцільності здійснювати витрати пов'язані з підвищенням технологічного рівня виробництва.

Друга умова досягається шляхом отримання публічної інформації стосовно успішного запровадження податного стимулювання технологічного оновлення на практиці промисловими підприємствами схожими за видом економічної діяльності, технологічний рівень яких зріс та забезпечив вищі фінансові результати.

Одним з основних завдань побудови інформаційно-аналітичного забезпечення управління підприємствами на основі принципів податкового стимулювання є застосування науково обґрунтованої системи показників, яка відповідає сучасним ринковим умовам та вимогам ефективної взаємодії держави на макrorівні та промислових підприємств на мікрорівні.

Це передбачає формування інформаційно-аналітичного забезпечення управління підприємствами такими показниками, які відображають процеси діяльності в їх різноманітності та системній єдності.

Під останньою розуміють взаємозв'язок системи показників зовнішнього (експортна діяльність та конкурентоспроможність на міжнародному рівні), макросередовища (створення доданої вартості, підвищення рівня доходів населення та соціальної підтримки) та мікросередовища (збільшення обсягів виробництва високотехнологічної продукції, зниження витрат за рахунок нових технологій, підвищення рентабельності).

На цій основі розробляють зведені економічні характеристики ефективності стимулювання технологічного оновлення промислових підприємств для різних рівнів управління, що мають на меті підвищення якісної значущості та аналітичної цінності інформаційно-аналітичної інформації для оцінки ефективності діяльності.

Система інформаційно-аналітичного забезпечення управління промисловими підприємствами на основі принципів податкового стимулювання, на державному (макро) рівні обслуговує фіскальні органи влади, підтверджує доцільність наданих податкових пільг, що створили умови для підвищення технологічного рівня промислових підприємств, відповідно, створивши умови зростання обсягів отриманих фінансових результатів наступних періодів, що позитивно вплинуло на податкові надходження з прибутку підприємства.

На рівні промислових підприємств (мікро) дана система інформаційно-аналітичного забезпечення дає можливість визначити поточний технологічний стан господарюючого суб'єкта, провести порівняння з його аналогічними показниками попередніх періодів та підприємствами схожими за обсягами виробництва, чисельністю робітників і виду економічної діяльності.

На цій основі здійснюється планування та прогнозування розвитку, розробляються заходи, що стимулюють виконання нормативів і запланованих рішень та завдань інтенсифікації й ефективності діяльності, визначаються цільові орієнтири покращення технологічного рівня, що можуть бути простимульовані податковими пільгами.

Література

1. Статистичне забезпечення управління економікою: прикладна статистика: Навч. посібник / А. В. Головач, В. Б. Захожай, Н. А. Головач. — К.: КНЕУ, 2005. — 333 с.
2. Інформаційно-аналітичне забезпечення державного фінансового менеджменту (методологія і практика прикладної статистики): навч. посіб. / А. В. Головач, В. Б. Захожай, І. Г. Манцуров, Н. А. Головач. — К.: КНЕУ, 2010. — 260 с.
3. Економічна теорія: Політекономія: підручник / за ред. В. Д. Базилевича. — 8-ме вид., перероб. і доповн. — К.: Знання, 2012. — 702 с.
4. Державне регулювання економіки: Навч. посібник / С. М. Чистов, А. Є. Никифоров, Т. Ф. Куценко та ін. — 2-ге вид., доопрац. і допов. — К.: КНЕУ, 2004. — 440 с.
5. Педь І. В. Податкова конкуренція: Монографія. — К.: Експерт-Консалтинг, 2009. — 416 с.

ФЕНОМЕН ПРОТЕСТНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

Збільшення чисельності та розширення ареалу проявів масових протестних кампаній в світі є наслідком впливу суперечностей глобального розвитку. Частково конкуруючі вимоги економічної ефективності та соціальної справедливості, відчуття загрози для звичного укладу життя у представників багатьох потужних соціальних груп, недостатньо високі темпи еволюції політичних систем (ще й штучно сповільнені у випадку авторитарних та гібридних режимів), внаслідок чого політичні еліти не спроможні ефективно реагувати на наростаючу складність взаємодії та боротьби численних суспільних інтересів, — усі перелічені чинники створюють підґрунтя для масових проявів суспільного незадоволення у багатьох країнах.

Важливим чинником, що визначав перебіг протестних кампаній, стали нові засоби комунікації, зокрема соціальні мережі. За появи такого інструментарію збільшується ареал соціальної комунікації, що важливо як для управління протестними акціями, так і для донесення позицій учасників протесту до співгромадян та глобальної аудиторії.

Знизився рівень залежності перебігу протестів від їх висвітлення традиційними ЗМІ, діяльність яких значно більш вразлива для тиску державних органів, ніж інтернет-активність. В цьому сенсі слушним є твердження А. Мірошниченка про те що ЗМІ втрачають своє місце в медіапросторі і перетворюються з засобів на середовище [1]. Тетяна Крайнікова з цього приводу зазначає, що “в Україні йдеться про дві співіснуючі, почасти різноспрямовані тенденції:

1) зростає популярність і впливовість громадянської інтернет-журналістики, соціальних мереж, внаслідок чого професійні ЗМІ втрачають монополію на інформування;

2) ЗМІ все-таки втримують традиційно високу довіру до себе медіаспоживача” [2].

Відповідаючи на виклики часу, політичний протест, зберігаючи традиційні форми (страйки, пікети, мітинги, блокування, петиції, голодування), водночас стрімко набуває нових форм. Зі зростанням значення Інтернет-технологій набули поширення віртуальні форми протесту: хакерські атаки на електронні ресурси з метою отримання закритої інформації, DDOS-атаки

(з англ. Distributed Denial of Service — “відмова від обслуговування”) — це атака на сайт, основною метою якої є виведення його з ладу шляхом подачі великої кількості помилкових запитів. В результаті такої атаки сервера, обслуговуючі сайт, змушені обробляти надмірний обсяг помилкових запитів, і сайт стає недоступним для простого користувача. для блокування їх роботи тощо. До віртуальних протестних форм, що потужно розвиваються відносяться також організовані протести в соціальних мережах. Соціальні мережі є платформою для планування акцій протесту. З’явився і новий спільний феномен хактивізм — хакерство в політичних цілях.

Отже, формування громадянських ініціатив за допомогою сучасних технологій, а також протестної активності за використання сучасного медіа-простору є однією з головних тенденцій глобалізованого політичного світу. Головною ознакою сучасного глобалізованого світу стають прояви протестної активності за допомогою інформаційно-комунікативних каналів. Повертаючись до зазначеної вище проблеми перетворення змі та соціальних мереж з засобів на середовище постає надзвичайно актуальне питання вивчення місця і ролі сучасних інформаційних та комунікативних засобів і технологій у формуванні та розвитку протестних комунікацій.

Віртуальна мережа є середовищем для відстоювання громадянами власних прав і свобод, саме цей спосіб прояву громадянської активності є найшвидшим і наймасовішим і найбезпечнішим. Адже за короткий проміжок часу кожен бажаючий може донести власну думку до необмеженої аудиторії та отримати зворотній зв’язок, не піддаючи власну особистість фізичній загрози.

Інтернет разом з телебаченням, пресою та вулицею є середовищем здійснення впливу на свідомість населення. Невим є судження, що соціальні мережі поступово стають не тільки засобом для спілкування, а використовуються як потужний інструмент об’єднання людей з певною метою. Саме інформаційно-мережеві технології регулюють соціальну і політичну поведінку населення, а також закріплюють або змінюють стереотипи сприйняття і реакції. Вони визначають панівну точку зору і є важливим складником концепції масової комунікації.

Глобалізація, однією з особливостей якої є швидкий розвиток інформаційних технологій і соціальних мереж, забезпечила поширення інформації про те, які порядки, соціальні взаємини і який рівень життя слід вважати гідним. Саме це зіграло виключну роль в зародженні протестних рухів населення в неблагополучних, з економічного боку, країнах. Велика частина учасників протестів, яка представляє різні верстви суспільства (студенти, школярі, учні) у своєму повсякденному житті використовує соціальні мережі. Інтернет став майданчиком для спілкування та висловлювання власних думок і бажань. 2011 року в Оксфордський словник додали нове слово “кліктивізм”. Воно означає “використання соціальних медіа та інших інтернет-методів для просування будь-якої справи чи процесу” [4]. Тобто, для прояву своєї громадянської позиції потрібен всього один клік “мишкою” (“кліктивізм”).

Але коефіцієнт корисної дії цього простого руху в даному випадку дорівнює 100 %. Зараз уже ні в кого немає сумнівів у тому, що Інтернет відіграє вирішальну роль у політичному та соціальному житті світу. Масові виступи проти влади в Тунісі, Єгипті, Бахреїні та Лівії скеровувалися в потрібне русло в соціальних мережах, спецслужби в цей час для перешкоджання координації протестів перекривали доступ до фейсбука, твіттера, а в деяких країнах і взагалі до. Хоча такі терміни, як “твіттер-революція” і “революція через соціальні мережі” асоціюється здебільшого з протестними акціями в арабському світі, перші випадки використання даних ресурсів протестуючими, мали місце під час антиурядових виступів [4].

В Україні саме соціальні мережі стали консолідуючою силою протестних акцій, офіційною датою початку яких вважають 21 листопада 2013 року, коли Україна оголосила про своє рішення відмовитися від підписання з ЄС угоди про асоціацію, і коли ці ж самі соціальні мережі об’єднали населення на Майдані. Слід зазначити, що на початку протестних акцій в Україні їх учасниками були переважно студенти, які, об’єднавшись через дописування в медіа-просторі, виступали проти наявності будь якої символіки існуючих політичних партій країни, окрім національного прапора та символіки ЄС. Саме ці символи і стали графічним зображення української революції.

Протягом останніх десятиліть відбулося значне розширення простору комунікації, що було наслідком передусім активного розвитку та використання Інтернет-технологій. Дані технології впливають на всі сфери суспільства – економічну, культурну, соціальну і, зокрема – на політичну, змінюючи наші традиційні уявлення про процеси в політичному просторі. Нині науковці констатують, що Інтернет-технології стають невід’ємним складником політики. Так, соціальні медіа забезпечують комунікацію від “багатьох до багатьох”, багаторазово прискорюючи швидкість поширення інформації, дозволяючи охопити аудиторію по всьому світу. Вони можуть бути важливим джерелом відомостей з місця подій. Сучасне суспільство часто називають медіократичним суспільством, а контроль за соціальними медіа та їх можливості впливу на громадян – цікавлять уряди держав світу. Адже в сучасному світі новітні кібернетичні технології легко можна використовувати як зброю проти політичних опонентів.

Література

1. Мирошніченко А. Когда умрут газеты / Андрей Мирошніченко. — М.: Кн. мир, 2011. — 224 с.
2. Крайнікова Тетяна. ЗМІ в умовах глобальної трансформації медіаспоживання / Тетяна. Крайнікова // Вісник Книжкової палати. — 2012. — № 6. — С. 38–42.
3. What is clicktivism? [Електронний ресурс] // сайтClicktivist.org. — Режим доступу до ресурсу: <http://www.clicktivist.org/what-is-clicktivism>
4. К. О. Коцюруба. Вплив сучасних інформаційно-комунікаційних технологій на розвиток громадянської протестної активності. — Проблеми міжнародних відно-

син. — Збірник наукових праць. — Випуск 8. — Київський міжнародний університет Інститут світової економіки та міжнародних відносин НАН України. — 2014. — С. 82–96.

5. Масові протести: глобальні тенденції. Аналітична записка. — Відділ глобалістики та безпекових стратегій (*М. О. Паламарчук*). — Національний Інститут Стратегічних досліджень при Президенті України — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1258/>

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ОБРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Забезпечення сталого соціально-економічного розвитку економіки України щільно взаємопов'язано з організацією стабільної діяльності сектору нефінансових корпорацій, провідна роль серед яких належить промислово-му комплексу. Промисловість є однією з провідних галузей економіки, яка здатна забезпечити зростання національного багатства та продуктивного капіталу, розширене відтворення валового внутрішнього продукту, сприяти економічному та соціальному розвитку суспільства [1].

Аналіз діяльності підприємств обробної промисловості показує, що значна мінливість зовнішніх умов, неможливість прогнозування через економічну та політичну нестабільність спричинюють негативний вплив на динаміку основних показників господарювання та конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів.

Отже, організація стабільного функціонування суб'єктів господарювання та активізація інвестиційного клімату в країні є важливим завданням щодо формування підґрунтя для гармонійного розвитку національної економічної системи України.

Економічна стабільність — складне економічне поняття, яке визначає місце суб'єкта підприємництва як підсистеми у системі більш високого порядку (регіону, галузі, макрорівні...). Ефективно функціонуюче за всім спектром своїх функцій підприємство як господарська система формує адекватний механізм “росту” алгоритмічної складності системи, що, у свою чергу, підвищує потенціал її самоорганізації, який розширює сферу економічної стабільності господарської системи [7].

Тому дослідження і систематизація науково-практичних основ управління економічною стабілізацією господарських процесів підприємств обробної промисловості є важливим питанням сучасної теорії та практики розвитку національного господарського комплексу.

Відправним пунктом управління є формування стратегії. З метою визначення основних підходів до формування стратегії стабілізації господарської діяльності промислових підприємств важливо визначитися зі змістом категорій “економічна стабілізація” та “стратегія”.

Критичний огляд та систематизація наукових публікацій показали, що не існує єдиної точки зору щодо визначення сутності категорії “економічна стабільність”. Термін “стабілізація” взагалі (від лат., стійкий) в економічних словниках трактують як зміцнення, укріплення, приведення чого-небудь у стійкий стан, стан стійкості, постійності; надання стійкої рівноваги системи під час руху; забезпечення сталості, незмінності будь-яких систем, величин, характеристик; збереження незмінності властивостей будь-якої системи за допомогою стабілізуючих факторів [3, 5].

Ряд науковців і практиків ототожнюють стабільність із стійкістю, сталістю, здатністю певної системи функціонувати у стані рівноваги, не змінюючи своєї структури [5, 10], визначають економічну стабільність як врівноважений, збалансований стан економічних, фінансових і соціальних ресурсів підприємства, а також їх взаємозв'язків у межах виробничо-збутової системи, що забезпечує стабільні умови для її відтворення, у тому числі за наявності внутрішніх і зовнішніх несприятливих впливів, що досягається за допомогою здійснення спеціалізованого комплексу різнопланових фінансово-економічних і організаційних заходів з алгоритмом відповідних дій [6, 11].

Інші автори публікацій вважають, що економічна стабільність підприємства — це його здатність в умовах прояву дестабілізаційних чинників бізнес-середовища ефективно здійснювати виробничо-господарську діяльність, формувати якісний стратегічний потенціал, підтримувати заданий рівень конкурентоспроможності та результативності у довгостроковій перспективі з економічною вигодою та фінансовою незалежністю для підприємства [8, 14].

Сутність категорії “стратегія” також трактується не однозначно. На основі опрацьованих літературних джерел [2, 4, 8, 12] сформульовано визначення сутності стратегії стабілізації господарської діяльності підприємства як комплексної програми заходів спрямованих на досягнення та збереження цілісності відкритої системи підприємства, ефективне пристосування до ймовірних змін та забезпечення неперервності його розвитку. Така програма повинна відповідати наступним вимогам: миттєвість реагування та пристосування до змін; системність та комплексне охоплення всього підприємства; чіткі “часові межі” та обмеженість фінансових, матеріальних і трудових ресурсів; лаконічність, зрозумілість для сприйняття; адресність та чітке коло відповідальних осіб; реальність реалізації.

Формування стратегії стабілізації господарської діяльності підприємств обробної промисловості доцільно здійснювати в послідовності взаємопов'язаних етапів.

На першому збирається інформація, необхідна для забезпечення процесу формування стратегії економічної стабілізації;

На другому етапі визначається рівень ефективності економічної діяльності підприємства. Основними рівнями ефективності в розрізі господарських процесів підприємства будемо вважати абсолютний, достатній, допустимий, гранично допустимий, критичний. Основними видами господарських про-

цесів підприємств виділяємо маркетингові, фінансові, техніко-технологічні та організаційно-управлінські процеси.

На третьому етапі здійснюється оцінка потенційних можливостей підприємства та його забезпеченість відповідними ресурсами. Залежно від результатів такої оцінки визначаються загальні стратегічні напрями стабілізації та розвитку господарської діяльності підприємства в межах конкретного виду корпоративної та конкурентних стратегій. До основних загальних стратегій підприємства, які характеризують темпи його розвитку, відносяться: стратегія прискореного зростання; стратегія обмеженого зростання; стратегія стабілізації; стратегія скорочення діяльності.

На основі узагальнення напрацьованого теоретичного матеріалу та практичного досвіду [2, 4, 8, 10, 12, 13, 14] можна виділити наступні базові конкурентні стратегії, на яких ґрунтується комплекс стратегічних напрямів стабілізації та розвитку економічної діяльності торговельних підприємств: стратегія агресорів, стратегія оборонців, стратегія аналітиків та стратегія регулюючих.

Основними стратегічними напрямками стабілізації та розвитку економічної діяльності підприємств з урахуванням визначеного рівня її ефективності в межах стратегії стабілізації (стратегія аналітиків) можуть бути:

- раціоналізація співвідношення постійних та змінних витрат, їх економія;
- збільшення ефективності використання власного капіталу;
- визначення окремих найбільш рентабельних напрямів бізнесу та їх розвиток;
- оновлення матеріально-технічної бази;
- запровадження сучасних способів організації бізнесу.

На четвертому етапі формується комплекс стратегічних напрямів стабілізації та розвитку економічної діяльності у відповідності до визначених рівнів її ефективності.

На п'ятому етапі формулюються стратегічні цілі стабілізації та розвитку економічної діяльності підприємства за кожним видом господарських процесів. Цілі повинні бути досяжними та водночас вирішувати складні завдання для підприємства, конкретними і підлягати вимірюванню, перспективними та взаємодоповнюючими, не суперечити одна одній, а також формуватись з врахування впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Важливо, щоб встановлені цілі чітко розуміли та сприймали всі працівники організації, що сприятиме “виробленню” особистих мотивів працівників стосовно їх досягнення.

На шостому етапі моделюються варіанти стратегічних сценаріїв та розробляються альтернативні стратегії. Серед альтернативних обирається конкретний варіант стратегії та оцінюється її результативність.

Завершується формування стратегії стабілізації господарських процесів підприємств обробної промисловості її ухваленням.

Важливим правилом управління процесом стабілізації є постійний моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства з метою

своєчасного виявлення небезпеки кризових явищ. Під час моніторингу зовнішніх умов контролюється вплив зовнішніх факторів. Особлива увага при цьому повинна спрямовуватися на своєчасне виявлення симптомів дестабілізації становища підприємства. Звичайно, виявити всі симптоми майже не можливо через складність врахувати значну кількість обставин, які формують зовнішні та внутрішні умови функціонування підприємства. Але найбільш суттєві джерела ймовірних загроз та можливостей потрібно визначати.

Процес формування стратегії економічної стабілізації підприємства може корегуватись, у зв'язку з мінливістю умов діяльності підприємства. Якщо сформована стратегія не відповідає критеріям економічної стабільності підприємства, відбувається її коригування на тому етапі, де були допущені помилки, і продовжується послідовна реалізація всіх наступних етапів. Якщо сформована стратегія відповідає критеріям економічної стабільності підприємства, то в подальшому здійснюється її впровадження через поточні та оперативні плани і проекти.

Для того, щоб процес формування та реалізації стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства був результативним, необхідно розробити відповідну тактику, тобто сукупність конкретних та короткотермінових дій терміном на рік, спрямованих на впровадження конкретної стратегії.

Література

1. Розпорядження КМУ “Про схвалення Концепції проекту Загальнодержавної цільової програми розвитку промисловості на період до 2017 року” від 09.07.08 р. № 947-р [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/947-2008-%D1%80>
2. Ансофф И. Стратегическое управление [сокр. перевод с англ.] / Игорь Ансофф; [науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко]. — М.: Экономика, 1989. — 519 с.
3. Большой экономический словарь: 22000 терминов / Сост. М. Ю. Агафонова / Под ред. А. Н. Азрилияна. — 4-е изд. — М.: Ин-т новой экономики, 1999. — 1245 с.
4. Дюков И. И. Стратегия развития бизнеса. Практический подход / Игорь Иванович Дюков. — СПб.: Питер, 2008.- 236 с. — (Серия “Владельцам бизнеса”).
5. Колодизев О. М. Дослідження сутності та змісту економічної стійкості підприємства / О. М. Колодизев, К. М. Нужний // Коммунальное хозяйство городов: Науч.-техн. сб. — К.: Техніка, 2007. — С.238–243.
6. Кульбака Н. А. Оценки экономической устойчивости предприятия / Н. А. Кульбака — [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://masters.donntu.edu.ua/2002/fem/kulbaka/diss.htm>
7. Любченко Н. Л. Механізм забезпечення економічної стабільності промислових підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами” (за видами економічної діяльності) / Н. Л. Любченко. — Хмельницький, 2010. — 22 с.
8. Мізюк Б. М. Основи стратегічного управління: [підручник] / Б. М. Мізюк. — Львів: Магнолія 2006, 2009. — 544 с.

9. Романишин М. І. Економічна стабільність підприємства: сутність та її складові / Н. О. Шпак, М. І. Романишин // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України: Зб. наук.-техн. пр. — Львів: РВВ НЛТУ України. — 2009. — Вип. 19.10. — С. 248–253.
10. Садеков А. А. Стратегічне управління підприємством. Управління змінами: навч. посіб. / А. А. Садеков, О. Ю. Гусєва. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. — 414 с.
11. Сологуб О. М. Забезпечення економічної стабільності підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.04 — економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / О. М. Сологуб. — К.: МОН, молоді та спорту Укр. ПВНЗ “Європейський ун-т”, 2012. — 20 с.
12. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Іванова Ю. Б., д-ра екон. наук, проф. О. М. Тищенко. — ІНЖЕК, 2006 — 384 с.
13. Чаговець Л. О. Механізм формування стратегій стабілізації підприємства / Л. О. Чаговець // Вісник національного університету “Львівська політехніка”, серія “Проблеми економіки і управління”. — Львів: Видавництво “Львівська політехніка”, 2008. — № 628. — С. 687–691.
14. Ячменьова В. М. Економічна стабільність: сутність та форми вияву / В. М. Ячменьова // Економіка Менеджмент Підприємство. — 2012. — № 24 (II). — С. 94–99.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ МАШИНОБУДІВНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Комплекс питань, пов'язаних із здійсненням інвестиційної діяльності підприємства, вимагає знань теорії і практики ухвалення управлінських рішень відносно процесу інвестування. Цей комплекс питань є предметом галузі знань, що дістала назву “інвестиційний менеджмент”.

Інвестиційний менеджмент є системою принципів, методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних із здійсненням різних аспектів інвестиційної діяльності підприємства.

Місце інвестиційного менеджменту в загальній системі управління підприємством може бути проілюстроване схемою, представленою на рис. 1.

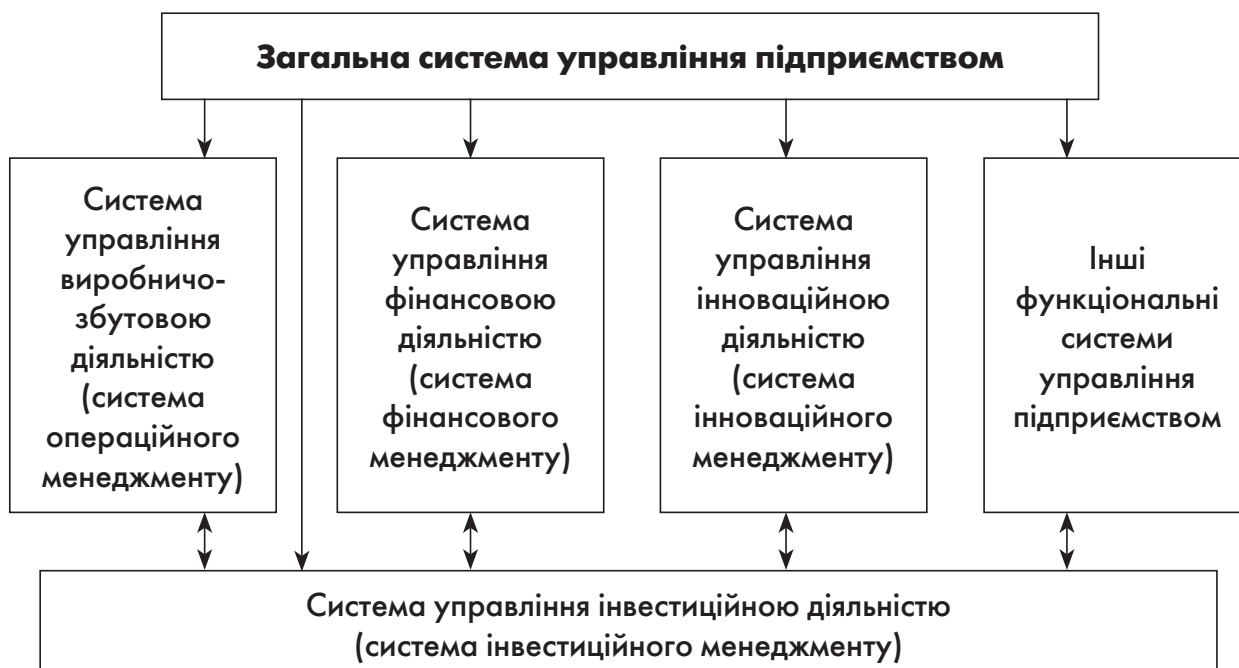


Рис. 1. Місце інвестиційного менеджменту в загальній системі управління машинобудівним підприємством і його взаємозв'язок з іншими основними функціональними системами управління [1]

Як видно з приведеної на рис. 1. схеми, інвестиційний менеджмент органічно входить в загальну систему управління підприємством, будучи однією

з основних функціональних його систем, що забезпечують реалізацію переважно стратегічних рішень.

З цієї схеми також видно, що інвестиційний менеджмент тісно пов'язаний з такими основними функціональними системами управління підприємства, як операційний менеджмент, фінансовий менеджмент, інноваційний менеджмент та ін. З системою операційного менеджменту цей зв'язок пояснюється спільним управлінням формуванням і відтворенням операційних необоротних активів; з системою фінансового менеджменту — формуванням інвестиційних ресурсів за рахунок власних і позикових джерел; з системою інноваційного менеджменту — розвитком автономних інвестицій (управлінням формуванням матеріальних і нематеріальних активів інноваційного характеру).

З точки зору відтворювальної функції інвестиційний процес на корпоративному рівні має дві задачі: забезпечувати заміщення спрацьованих факторів виробництва й тим самим підтримувати стабільність надходження в господарський обіг насамперед відтворювальних ресурсів, а також створювати нові можливості росту й збільшення реального багатства. З точки зору інноваційної функції завдання інші: підтримка життєздатності системи вироблення та комерціалізації нововведень, а також “посилення” у кінцевому продукті ефекту присутності знань як чинника виробництва [3].

У узагальненому вигляді можна виділити наступні принципи управління інвестиційною діяльністю машинобудівного підприємства [2]:

- інтегрованість із загальною системою управління підприємством;
- комплексний характер формування управлінських рішень;
- висока динаміка управління;
- варіативність підходів до розробки окремих управлінських рішень;
- орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства.

Розглядаючи головну мету управління інвестиційною діяльністю, слід зазначити, що вона нерозривно пов'язана з головною метою господарської діяльності підприємства в цілому і реалізується з нею в єдиному комплексі. Звідси, головною метою інвестиційного менеджменту є забезпечення максимізації добробуту власників підприємства в поточному і майбутньому періоді.

У процесі реалізації своєї головної мети управління інвестиційною діяльністю підприємства спрямоване на вирішення основних завдань, які найтіснішим чином взаємозв'язані, хоча окремі з них носять різноспрямований характер (наприклад, забезпечення максимізації доходності інвестицій при мінімізації інвестиційного ризику; забезпечення фінансової рівноваги підприємства в процесі здійснення інвестиційної діяльності і забезпечення максимальної прибутковості інвестицій, тощо). Тому в процесі управління інвестиційною діяльністю підприємства окремі завдання мають бути оптимізовані між собою для ефективної реалізації його головної мети — отримання прибутку.

Література

1. Бланк И. А. Управление использованием капитала. — К.; М.: Ника-Центр; Эльга, 2000. — С. 57.
2. Виханский В. С., Наумов А. И. Менеджмент. — 3-е изд. — М.: Гардарика, 1998. — 528 с.; Иванов Г. И. Инвестиционный менеджмент: учеб. пособие для студ. вузов. — Ростов н/Д: Феникс, 2001.
3. Захарін С. В. Інвестиції в інновації: теорія, парадигма, методологія досліджень / С. В. Захарін // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 4 (106). — С. 62.

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Безпека сучасного підприємства в умовах переходу суспільства від індустріального до інформаційного залежить від багатьох чинників як зовнішніх, так і внутрішніх, які впливають на його сталий економічний розвиток.

В основі вирішення проблем економічної безпеки лежать оптимальні управлінські рішення щодо забезпечення належного її стану, які необхідно приймати на основі реальних інформаційних показників. Певним чином ці показники відображають стан захищеності підприємства в умовах загроз, ризиків та небезпек, оскільки вирішення нагальних потреб підприємства в сучасних умовах потребує значної інформаційної підтримки. Механізми протидії загрозам та ризикам мають бути превентивного характеру, тому що загрозу легше попередити, ніж потім ліквідувати її наслідки. Це певною мірою стосується підприємств машинобудування.

Підприємництво як вид економічної діяльності представляє стратегічно важливий інтерес для країни, оскільки від його потенціалу залежить рівень економічного зростання та конкурентні позиції на світовому ринку. Тобто від економічної безпеки підприємств залежить і економічна безпека держави. Водночас забезпечення належним чином інформаційної підтримки стратегічних рішень у сфері економічної безпеки істотно знизить впливи негативних факторів на діяльність підприємств як з боку зовнішнього, так і внутрішнього середовища.

Зазначене потребує створення надійної та своєчасної системи інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємництва, шляхи до оптимізації якого представляють низку нерозв'язаних загальнонаукових питань.

Попри достатню кількість наукових досліджень проблема інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємств потребує подальшої уваги. Не повною мірою висвітлено прикладні аспекти інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки машинобудівних підприємств. Також потребує постійної уваги питання щодо удосконалення механізмів визначення показників стану економічної безпеки машинобудівних підприємств. Майже відсутні дослідження процесів взаємодії між суб'єктами забезпечення економічної безпеки на мікро- та макрорівнях економіки.

Беручи до уваги закордонний досвід використання інформаційно-аналітичного потенціалу західних країн, слід відзначити, що він має досить потужні інформаційно-аналітичні можливості, які застосовуються в різних сферах господарської діяльності. Так зокрема: розробка аналітичних прогнозів на проведення конкурентної політики потужних світових корпорацій успішно використовується у сфері ціноутворення; аналіз виробничих можливостей вдало використовується в процесах оптимізації виробничої діяльності; дослідження соціальних процесів застосовуються в маркетинговій сфері діяльності суб'єктів господарювання.

Суб'єктами інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки виступають як державні структури, та і недержавні, до яких можна віднести дослідницькі інститути, навчальні заклади, що займаються дослідженнями господарських процесів. Основними такими організаціями є:

— American Institute for Economic Research Американський інститут економічних досліджень (AIER), розташований у Великому Баррінгтоні (штат Массачусетс), є однією з найстаріших економічних науково — дослідних організацій в США. Інститут засновано в 1933 році. AIER це незалежна організація, яка не представляє певний фонд чи інтереси групи багатих людей, або чий-небудь інші спеціальні інтереси. AIER проводить дослідження, публікує книги та журнали з широкого кола економічних питань, у тому числі, про особисті фінанси, бізнес — цикли, грошово — кредитної політики і права власності, та безпеки підприємництва [1];

— The Brisbane Institute Брісбенській інститут (Австралія) — незалежна і позапартійна фабрика думки, яка спонсорується рядом університетів, міністерств і корпорацій. Заснована в 1999 р. Інститут зарекомендував себе як генератор ідей та організатор дискусій, ставши головним двигуном інтелектуального обміну між вищими посадовими особами та практиками з області промисловості, комерції, уряду, інститутів і іншої частини суспільства, як в Австралії, так і в інших країнах [8];

— Brussels European and Global Economic Laboratory Європейський мозковий центр, що впливає на економічну політику в Європі, шляхом відкритих, заснованих на фактах стратегічних дослідженнях, аналізі та обговоренні. До числа членів входять держави країн ЄС, провідні міжнародні корпорації та міжнародні організації;

— Center for Social and Economic Research CASE — Центр соціально — економічних досліджень, є незалежним некомерційним інститутом. Створено у Варшаві в 1991 році. Сьогодні CASE є всесвітньо відомим мозковим центром, який проводить об'єктивний економічний аналіз і досліджує конструктивні рішення проблем перехідного періоду, реформ, інтеграції та розвитку з метою поліпшення соціально — економічного благополуччя суспільства та підприємництва [5];

— Center for Global Development Центр глобального розвитку є незалежною, некомерційною дослідницькою організацією. У його завдання входить: сприяння науковим дослідженням в галузі економіки розвитку, економічно-

го зростання, економічної безпеки підприємств; поширення і впровадження результатів досліджень; вдосконалення освіти у сфері соціально — економічної політики [4];

— Center for Economic and Policy Research Центр економічних і політичних досліджень (CEPR) був створений в 1999 році для сприяння демократичному обговоренню найбільш важливих економічних і соціальних питань, які зачіпають життя людей. Різними способами забезпечує інформованість громадськості [3];

— CIPE (The Center for International Private Enterprise) Центр міжнародного приватного підприємництва (CIPE) — організація при Торговій Палаті США. Цілі CIPE — побудова демократії та розвиток ринкових механізмів по всьому світу. Діяльність CIPE охоплює чотири головні області: надання грантів організаціям у країнах, що розвиваються; комунікаційні програми; програми інституційного розвитку і програми навчання; підтримка програм партнерства. Центр створено в 1983 році [6];

— RAND Corporation (“Research ANd Development”) — американський аналітичний центр заснований 14 травня 1948 року в Санта-Моніка (Каліфорнія), вважається першим аналітичним центром у світі [7].

Всі ці організації займаються збором та аналізом інформації з метою виявлення закономірностей, залежностей, тенденцій та динамік в середовищі господарської діяльності у сфері економічної безпеки. Крім того, вони здійснюють активну інформаційну підтримку вітчизняних суб’єктів господарювання у сфері конкурентної політики на міжнародному рівні, виробничої діяльності, маркетингової діяльності та соціальних відносин. Фактам такої підтримки було присвячене наукове дослідження А. Тобольського [9], де висвітлено закордонний досвід діяльності міжнародних суб’єктів інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємництва.

Нажаль процес формування інформаційно-аналітичного потенціалу нашої Країни в сфері економічної безпеки підприємництва на сьогоднішній день на початковій стадії розвитку. Але деякі здобутки вже досягнуті, зокрема, створено Міністерство інформаційної політики України, проводяться громадські заходи щодо посилення інформаційних позицій в інформаційному просторі, активно використовується закордонний досвід.

Все це, та ряд інших видів діяльності спрямованих на розвиток інформаційного потенціалу України дасть можливість підвищити рівень економічної безпеки підприємництва зокрема, та економічної безпеки Держави в цілому.

Література

1. American Institute for Economic Research [Електронний ресурс] / Офіц. сайт. — Режим доступу: <https://www.aier.org/>
2. Brussels European and Global Economic Laboratory [Електронний ресурс] / Офіц. сайт. — Режим доступу: <http://www.bruegel.org/>

3. Center for Economic and Policy Research [Електронний ресурс] / Офіц. сайт. — Режим доступу: <http://www.cepr.net/>
4. Center for Global Development [Електронний ресурс] / Офіц. сайт. — Режим доступу: <http://www.cgdev.org/>
5. Center for Social and Economic Research [Електронний ресурс] / Офіц. сайт. — Режим доступу: <http://www.case-research.eu/>
6. CIPE (The Center for International Private Enterprise) [Електронний ресурс] / Офіц. сайт. — Режим доступу: <http://cipe-eurasia.org/>
7. RAND Corporation [Електронний ресурс] / Офіц. сайт. — Режим доступу: <http://www.rand.org/>
8. The Brisbane Institute [Електронний ресурс] / Офіц. сайт. — Режим доступу: <http://www.brisinst.org.au/>
9. Тобольский А. Экспансия иностранного шпионажа. Угроза модернизации России / А. Тобольский. — М.: Вече, 2011. — 496 с.

В. М. КОЛЕСНИК

ст. викл. каф. менеджменту

Н. В. КОЛЕСНИК

ст. викл. каф. менеджменту

Нікопольський інститут МАУП

ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ВИТРАТ ДЛЯ ПОТРЕБ УПРАВЛІННЯ

Функціонування підприємств за умов глобалізації, інтеграції та інформатизації сфер діяльності потребують від сучасних керівників оперативного, чіткого та ефективного плану дій стратегічного розвитку підприємств, що, в свою чергу, зумовлює необхідність удосконалення системи управління витратами, побудови адаптивних структур управління, їх гнучкості задля забезпечення достовірною інформацією керівників для прийняття рішень і розробки стратегічних планів [1].

Однією з головних умов ефективного управління будь-яким підприємством є отримання повної, достовірної, об'єктивної та своєчасної інформації по витрати тому, що саме вони є основним і одночасно найбільш складним елементом організації та розвитку виробничо-господарського механізму підприємств.

Методологія та методика дослідження управління витратами повинна базуватись, насамперед, на обґрунтованій цілеспрямованій класифікації витрат за певними ознаками, що дасть змогу забезпечити виокремлення різновидів витрат залежно від встановлених цілей обліку на підприємстві та сформувати базу для планування, контролювання і регулювання відповідних пріоритетних груп витрат [2].

В закордонній та вітчизняній літературі приділяється багато уваги визначенню витрат як економічної категорії та їх класифікації. Ця тематика розглядається у працях багатьох як вітчизняних, Андрющенко Н. С., Мних Є. В., Бутинця Ф. Ф., Пилипенко А. А., Герасимовича А. М., Голова С. Ф., Кіндрацької Л. М., Філіна Г. І., Кузьмінського Ю. А., Шашенко О. О., Линника В. Г., Мниха Є. В., Савченка В. Я., Сопка В. В., Череп А. В., Чумаченка М. Г., так і зарубіжних Е. Бріттона, Дж. К. Ван Хорна, В. Говіндараджана, К. Друрі, Б. Нідлза, Б. Райна, Т. Скоуна, Р. Холта, Ч. Хорнгрена, Дж. Фостера вчених вчених-економістів.

Витрати, залежно від технології, організації та обсягу виробництва, видів продукції дуже різноманітні. Тому для науково обґрунтованого планування,

обліку, обчислення собівартості продукції та проведення аналізу необхідно їх групувати й класифікувати за окремими ознаками. Класифікаційні ознаки мають охоплювати комплексне вивчення витрат та забезпечувати у потрібному розрізі їх групування.

Класифікація та групування витрат дає змогу поділити їх на класи на основі певних загальних ознак об'єктів, а також робить можливим встановити структуру витрат, характеризувати їх відношення до створеної вартості, виділити витрати виробництва, що втілюють вартість засобів виробництва та грошовий фонд оплати праці від частини вартості додаткового продукту, яку включають до собівартості [3].

Існує безліч класифікацій витрат за різними ознаками. Класифікація витрат є дуже важливою для розуміння того, як ними управляти. Враховуючи те, що поділ витрат спрямований на вирішення найрізноманітніших завдань управління, в літературі зустрічаються різноманітні групування видів витрат за ознаками їх класифікації [11].

Розглянувши думку науковців, які стверджують що “головним об'єктом аналізу в процес управління підприємством є витрати, та їх класифікація є важливою для розуміння, як з ними управляти” [4] зазначимо що велика кількість класифікаційних ознак витрат призвела до необхідності їх групування за такими критеріями, які б найповніше відображали та характеризували різні сторони діяльності підприємства.

Види витрат, які відносяться різними авторами до аналогічних напрямів класифікації витрат, є досить різними.

На думку К. Друрі [5], пріоритетне є накопичення інформації про такі категорії витрат: витрати на матеріали, робочу силу та накладні витрати. Потім узагальнені витрати розподілити за певними напрямками з метою:

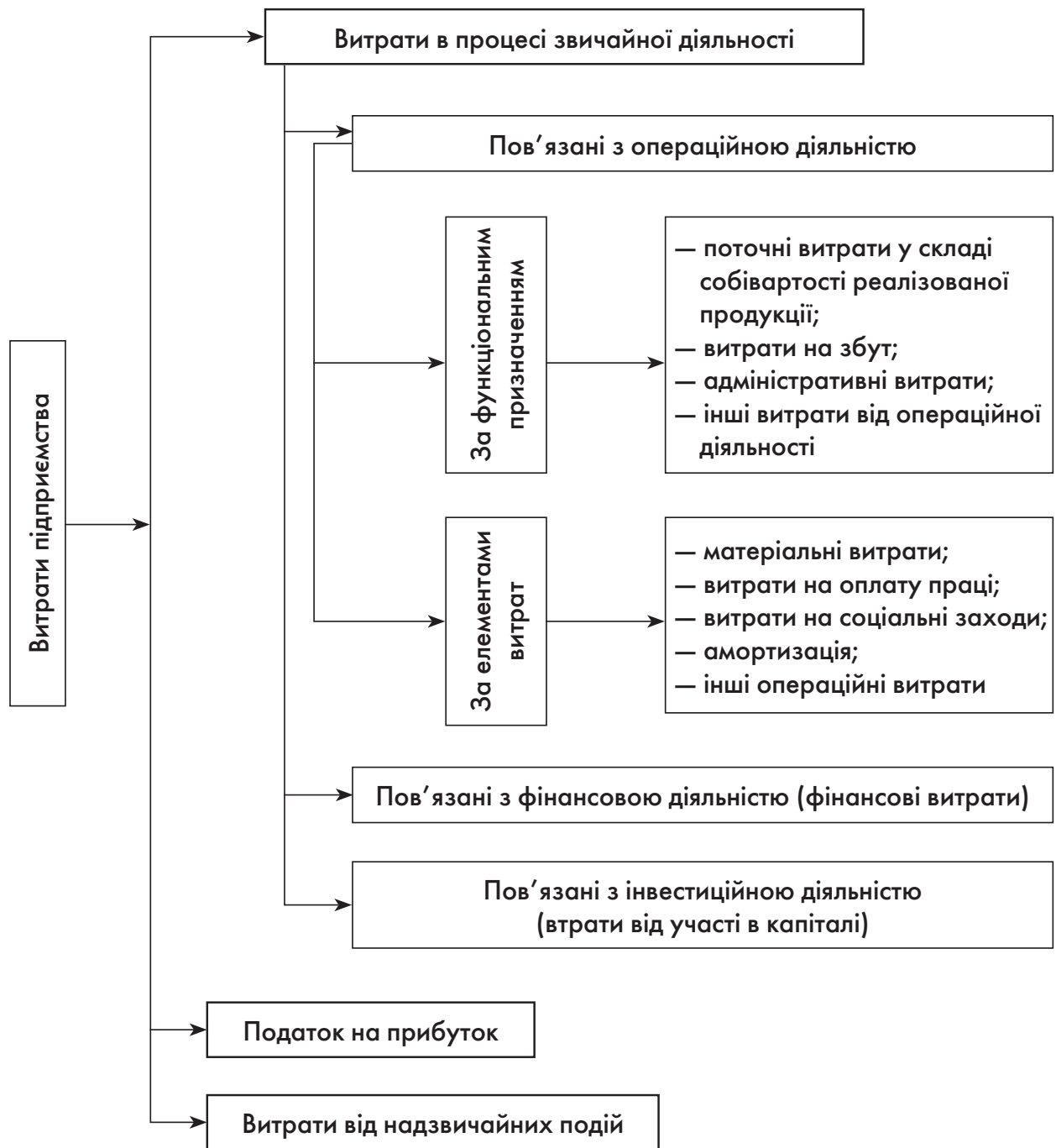
- калькулювання і оцінка собівартості виробленої на підприємстві продукції;
- планування і прийняття управлінських рішень;
- здійснення процесу контролю і регулювання витратами.

В свою чергу, за кожним із зазначених напрямів здійснюється подальша деталізація витрат залежно від цілей управління [6].

Класифікація витрати для досягнення цілей управління досить широко розглядається в працях Є. В. Мних [7]. За даною класифікацією пропонується наступні розподіл витрат за наступними класифікаційними ознаками:

- визначення собівартості продукції (робіт, послуг) і розрахунку фінансових результатів (вичерпані та невичерпані; на продукцію і витрати періоду; прямі та непрямі; основні та накладні).
- для раціоналізації витрат та їх планування (релевантні та нерелевантні; дійсні та можливі; маржинальні та середні; постійні та змінні).
- контроль і регулювання витрат за центрами відповідальності (контрольовані та неконтрольовані).

Також існує класифікація витрат відповідно до П (С) БО 3 “Звіт про фінансові результати” (рис. 1).



**Рис. 1. Класифікація витрат відповідно до П (С) БО 3
"Звіт про фінансові результати"**

Така класифікація відповідає, головним чином, податковому аспекту обліку, основним недоліком якого є його неспроможність надавати інформацію для прогнозування короткострокових управлінських рішень та контролю витрат за сферами діяльності і центрами відповідності. Тому, поряд з податковим аспектом, у вітчизняну класифікацію витрат слід враховувати вищезазначені групування, що відповідають її управлінському аспекту.

В літературних джерелах можна зустріти класифікацію витрат для цілей планування, обліку й калькулювання (табл. 1).

Класифікація витрат для планування

Класифікаційна ознака	Види витрат
1. За видом виробництва	Витрати на основне виробництво
	Витрати на допоміжне виробництво
2. За видами продукції	Витрати на окремий виріб
	Витрати на групу однорідних виробів
	Витрати на замовлення
	Витрати на переділ
	Витрати на роботи
	Витрати на послуги
3. За видами витрат	Витрати по статтях калькуляції
	Витрати по елементах витрат
4. За місцем виникнення витрат	Витрати дільниці
	Витрати цеху
	Витрати на виробництво
	Витрати бригади

Джерело — згруповано автором на основі [8]

Таки поділ враховує основні класифікаційні ознаки та види витрат, які до них належать.

На думку Шашенко О. О. можна виділити три рівні ідентифікації витрат. Початковий рівень включає ті класифікаційні ознаки витрат, які визначають їх за походженням. Середній — маніпулятивний — рівень містить ознаки для спостереження, обліку, калькулювання, групування, формування витрат за правилами зовнішньої звітності. І, нарешті, вищий рівень витрат відповідає за аналіз, синтез, прийняття економічно обґрунтованих управлінських рішень [9].

Також, на сьогоднішній день, науковці [6, 10] приділяють багато уваги класифікації витрат для управлінського обліку (табл. 2).

Таблиця 2

Класифікація витрат за функціями в управлінському обліку

Класифікаційні ознаки з урахуванням функцій управління	Види витрат
1	2
Процес ухвалення управлінських рішень	Явні та альтернативні, релевантні та не релевантні, ефективні та неефективні
Процес прогнозування	Короткострокові, довгострокові

1	2
Процес планування	Планові, непланові
Процес нормування	Стандарти, норми і нормативи і відхилення від них
Процес організації	По місцях і сферах виникнення; функціям діяльності і центрам відповідальності
Процес обліку	Одноелементні і комплексні; по статтях калькуляції і економічних елементах; постійні і змінні; основні і накладні; прямі і непрямі; поточні і періодичні
Процес контролю	Контрольовані і неконтрольовані
Регулювання	Регульовані і нерегульовані
Процес стимулювання	Обов'язкові і заохочувальні (мотиваційні)
Процес аналізу	Фактичні; прогнозні, планові; кошторисні; стандартні; загальні і структурні; повні і часткові

Згруповано автором на основі [6, 10]

До переваг даної класифікації можемо віднести підвищення ефективності управлінського обліку, підсилення його аналітичності та можливість виявлення резервів підвищення результативності виробничої і комерційної діяльності.

Узагальнення різних підходів до класифікації витрат підкреслює необхідність групування витрат за такими критеріями, які б найповніше відображали та характеризували різні сторони діяльності підприємства, з максимальним відображенням видів витрат за ознаками їх класифікації, що використовуються у діяльності підприємства.

Таким чином, економічно обґрунтована класифікація витрат є важливою передумовою успішної організації обліку витрат, калькулювання собівартості та ефективного управління витратами. Врахування переваг та недоліків різних класифікацій витрат, а також чітке визначення цілей управління витратами та реалізації загальної стратегії підприємства дозволяє використовувати обрану класифікацію витрат як головне інформаційне джерело підприємства, за рахунок виявлення, вимірювання, накопичення, підготовки, інтерпретації та передачі інформації, гарантує повноту, правдивість, об'єктивність даних про витрати.

Література

1. Пилипенко А. А. Формування обліково-аналітичного забезпечення управління витратами підприємств та їх об'єднань [Текст]: монографія / А. А. Пилипенко, І. П. Дзьобко, О. В. Пісарчук — Харків. Вид. ХНЕУ, 2011. — 344 с.

2. Дідик А. М., Гнатів С. Б. класифікація витрат для цілей управлінського та бухгалтерського обліків / А. М. Дідик, С. Б. Гнатів // Логістика. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. — Львів: Видавництво НУ “ЛП”, 2007. — № 594. — С. 219–228.
3. Грицак Н. Ю Еволюція витрат як економічної категорії та необхідність її класифікації [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-2> — 2013
4. Княгинин В. Кто оплатит издержки глобализации / В. Княгинин // Тор-
manager.-2006. — № 4. — С. 14–21.
5. Друри, К. Введение в управленческий и производственный учет [Текст]: учеб.
пособие для вузов / К. Друри; пер. с англ. под ред. Н. Д. Эриашвили. — 3-е изд.,
перераб. и доп. — М.: Аудит, ЮНИТИ, 2008. — 783 с.
6. Скригун Н. П. Класифікація витрат та її практичне значення в системі управ-
ління витратами / Н. П. Скригун, Л. Г. Цимбалюк, Л. В. Черноус // Економіка:
проблеми теорії та практики. — 2008. — Вип. 238. — Т. 1. — С. 148–155.
7. Мних Є. В. Економічний аналіз: Підручник. — К.: Центр навчальної літератури,
2003. — 412 с.
8. Экономика предприятия / Л. Я. Аврашков, в. в. Адамчук, О. В. Антонова и
др.; / под ред. Г. Я. Горфинкеля, В. А. Швандера. — 2-е изд. перераю. и доп. — М.:
Банки и биржи. Юнити, 1998. — 742 с.
9. Шашенко О. О. Виробничі витрати на промисловому підприємстві: сутність,
класифікація, види / О. О. Шашенко // Сталій розвиток економіки. — 2013.
№ 3 (20) — С. 295 — 300.
10. Філіна Г. І. Управління витратами та цінами: Навч. посіб. для студ. вищ. навч.
закл. / Г. І. Філіна. — К.: ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2008. — 240 с.: іл. —
Бібліогр.: с. 237.
11. Когут У. І. Критерії класифікації витрат підприємства / У. І. Когут // [Електро-
нний ресурс]. — Режим доступу: http://vlp.com.ua/files/08_27.pdf

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ У КОНТЕКСТІ НЕОБХІДНОСТІ ДОСЯГНЕННЯ БАЛАНСУ ФІНАНСОВИХ ІНТЕРЕСІВ БАНКІВ ТА КЛІЄНТІВ

Сучасний стан та перспективи розвитку банківського обслуговування в Україні пов'язані із наданням клієнтам значного різноманіття банківських послуг, які поділяються на групи за відповідними ознаками. Врахування особливостей окремих груп банківських послуг дозволяє банкам більш ефективно пристосувати їх до вимог сучасного ринку банківських послуг, адже різні сегменти споживачів зацікавлені в отриманні банківських послуг та продуктів із різноманітними характеристиками. Розмежування банківських послуг на певні групи також пояснюється існуванням різних форм оплати за послуги; особливостями у проведенні та обліку банківських операцій при банківському обслуговуванні; наявністю різних видів ризиків; характером банківських послуг тощо.

У розвинених країнах світу банки активно надають своїм клієнтам саме нетрадиційні та інноваційні послуги. Тому останнім часом особлива увага науковців та банківських установ спрямована на дослідження та запровадження у вітчизняну банківську практику обслуговування клієнтів саме нетрадиційних та інноваційних банківських послуг. Доцільність запровадження банками таких послуг пов'язана із необхідністю забезпечення високого рівня якості обслуговування клієнтів в складних ринкових умовах, пов'язаних із загостренням конкуренції між банківськими установами та зниженням рівня доходності традиційних банківських послуг.

Для банків основними перевагами від надання нетрадиційних банківських послуг є: диверсифікація банківських доходів; підвищення ліквідності, платоспроможності банку; залучення нових клієнтів [1; 2; 5].

Переваги інноваційних банківських послуг проявляються у зручності та швидкості банківського обслуговування, зменшенні витрат при проведенні банківських операцій, та, як результат, створенні більш доступних та якісних банківських продуктів.

У контексті необхідності досягнення балансу фінансових інтересів банків та їх клієнтів, уваги заслуговують банківські послуги, що пов'язані із рухом матеріального продукту та переміщенням фінансових ресурсів з метою задоволення потреб споживачів банківських послуг у банківському обслуговуванні.

вуванні. До таких банківських послуг належать кредитні, депозитні, інвестиційні та інші послуги банку.

Таким чином, за рахунок запровадження банками до переліку своїх послуг нетрадиційних та інноваційних банківських послуг переваги отримують не тільки клієнти банку, яким надається якісне банківське обслуговування, але безпосередньо і банки, що збільшують свої прибутки, клієнтську базу, та, врешті, зміцнюють свою конкурентну позицію на ринку банківських послуг.

Побудова матриці класифікації банківських послуг (рис. 1) за такими ознаками, як рух матеріального продукту та специфіка банківської діяльності, дозволила визначити перелік банківських послуг, що найбільшою мірою враховують інтереси як банків, так і їх клієнтів.

Серед послуг, що пов'язані із рухом матеріального продукту, особливої уваги заслуговують послуги факторингу, форфейтингу та фінансового лізингу (див. рис. 1), надання яких пов'язано із формуванням різноспрямованих фінансових потоків між банками та їх клієнтами, на відміну від традиційних кредитних, депозитних, інвестиційних послуг, при наданні яких утворюються односпрямовані фінансові потоки.

У контексті досягнення балансу фінансових інтересів банків та клієнтів, на думку автора, особливої уваги заслуговує саме послуга факторингу, яка має низку переваг для усіх учасників факторингової угоди, пов'язана із значними резервами для балансування їх інтересів на основі використання логістичного підходу, що обумовлено таким.

Критерій класифікації та види банківських послуг		За рухом матеріального продукту	
		Послуги, пов'язані з рухом матеріального продукту	Послуги, що не пов'язані з рухом матеріального продукту, чисті послуги
За специфікою банківської діяльності	Традиційні	Кредитні, депозитні, інвестиційні	Консультаційні, оцінні послуги, послуги зберігання
	Нетрадиційні	Факторинг, форфейтинг, фінансовий лізинг	Гарантії, трастові послуги
	Інноваційні	Кеш-менеджмент, мікрокредитування	Інформаційні

Рис. 1. Матриця класифікації банківських послуг за рухом матеріального продукту та специфікою банківської діяльності
(розроблено автором на підставі [1; 2; 3; 6])

По-перше, факторинг має ознаки як кредитних, так і інвестиційних операцій. Факторинг пов'язаний із кредитуванням обігового капіталу підприємств та, у випадку постійної співпраці банку та підприємства, банк фактично здійснює інвестування в обіговий капітал підприємства. Одним із найбільш привабливих та ефективних джерел фінансування лізингу є фак-

торинг [4, с. 10], тобто, факторинг спрямований на обслуговування лізингових операцій. Факторинг та фортфейтинг характеризуються спільними ознаками, оскільки фортфейтинг є модифікацією послуги факторингу, що використовується у міжнародній практиці. Тобто, факторинг об'єднує основні ознаки банківських послуг.

По-друге, послуга факторингу пов'язана із створенням доданої вартості підприємствами, яка розподіляється між учасниками факторингової угоди і є джерелом сплати вартості факторингового обслуговування банку. Це підтверджує той факт, що згідно із ст. 14 Податкового кодексу України операція факторингу є об'єктом оподаткування ПДВ. Утворення в результаті проведення факторингової операції доданої вартості свідчить про "матеріальність" такої послуги.

По-третє, у процесі надання послуги факторингу виникають різноспрямовані фінансові потоки, які потребують узгодження за часом та вартістю.

Таким чином, результати аналізу теоретичних підходів до класифікації банківських послуг у контексті досягнення балансу фінансових інтересів банків та їх клієнтів засвідчили, що серед перспективних фінансових послуг, що надають банки, особливе місце займає нетрадиційна послуга факторингу як інструмент фінансування обігового капіталу вітчизняних підприємств, який дозволяє задовольнити потреби у фінансових ресурсах реального сектору економіки у сучасних економічних умовах. Реалізація резервів щодо забезпечення балансу фінансових інтересів учасників факторингової угоди передбачає розробку та запровадження у діяльність банків дієвого організаційного забезпечення управління банківськими послугами на підставі використання логістичного підходу, що і обумовлює подальші напрями наукових досліджень.

Література

1. Базадзе К. М. Перспективні види інноваційних послуг банків / К. М. Базадзе // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. — 2012. — № 2 (14). — С. 218–221.
2. Внукова Н. М. Удосконалення організації факторингу у банку за логістичним підходом / Н. М. Внукова, Н. С. Опешко, С. О. Колодізева // Фінанси України. — 2012. — № 5. — С. 68–77.
3. Григораш Т. Ф. Нетрадиційні банківські операції: лізинг та факторинг. Сучасний стан та перспективи розвитку / Т. Ф. Григораш, С. С. Пільгуй // Економічний простір. — 2012. — № 64. — С. 153–162.
4. Дорофеева О. В. Фінансові ризики лізингових компаній України: автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. екон. наук: спец. 08.04.01 "Фінанси, грошовий обіг і кредит" / О. В. Дорофеева. — Тернопіль, 2004. — 21 с.
5. Лаврушин О. Факторингові операції на фінансовому ринку / О. Лаврушин // Фінансовий ринок України. — 2008. — № 5. — С. 5–8.
6. Луняков О. В. Теоретические аспекты ряда базовых понятий банковской деятельности / О. В. Луняков // Вісник СевДТУ: зб. наук. праць. — Севастополь, 2009. — № 98. — С. 80–83.

СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

Негативною тенденцією для розвитку економіки України загалом та її переробних галузей зокрема є позитивна динаміка енергоємності ВВП у порівнянні з економічно розвиненими країнами. Так, наприклад, в промисловості домінують відсталі технології, що призводить до невиправдано високому споживанню енергоресурсів, які використовуються в 4–5 разів більше, ніж в європейських країнах. Крім того, в результаті зниження виробництва продукції і фізичного зносу основних фондів значно зросла енергоємність ВВП в Україні, а це призвело до збільшення питомої ваги умовно постійних видатків в собівартості продукції.

Висока енергоємність ВВП України також обумовлена зростанням ціни на газ, тому що саме в Україні в структурі споживання первинної енергії за минулі роки на природній газ випадає найбільша частина — більш ніж 40 %, тоді як в країнах світу питома частка споживання газу складає 21 %, в країнах ЄС — 22 %, США — 24 %. Частка споживання нафти в Україні складає 19 %, вугілля — 19 %, урану — 17 %, гідроресурсів та інших поновлювальних джерел лише 4 %, в той же час, коли країни світу активно впроваджують та використовують альтернативні джерела енергії.

Значне перевищення енергоємності ВВП України у порівнянні з економічно розвиненими країнами є однією з причин того, що вітчизняна промислова продукція поступається по ціні конкурентам на світовому ринку, що, в свою чергу, вплинуло на зниження обсягів експорту.

2. Світова економічна криза продемонструвала, що швидке зростання економіки, яке відбулося в 2003–2008 роках, ґрунтувалося не на фундаментальній потужності або міжнародній конкурентоспроможності підприємств з якісними характеристиками продукції, а на сприятливій зовнішньо економічній кон'юктурі та доступності зовнішніх відносно дешевих джерел фінансування у вигляді синдікованих кредитів. Значна частина приросту макроекономічних показників забезпечувалась металургійними та хімічними підприємствами (частково шляхом перерозподілу зароблених коштів через суміжні галузі, податки тощо). Як тільки в середині 2008 року ціни й обсяги заказів на металургійну та хімічну продукцію впали, а іноземні банки перестали надавати доступні кредити українським банкам та своїм дочірнім структурам, позитивна картина різко змінилася.

В 2009 році почалось поліпшення кон'юнктури на сировинних ринках, що збільшило замовлення на металургійну продукцію і дозволило українським металургійним підприємствам наблизитися до рівня беззбитковості. Це також призвело до поліпшення ситуації на валютному ринку і в бюджетній сфері. Однак розвиток ситуації в 2010–2013 роках не дозволяє говорити про швидке подолання кризи.

Низька ефективність української економіки, її стан перед коливанням кон'юнктури світових сировинних ринків, низька конкурентоспроможність продукції і низька частка високотехнологічної продукції в структурі експорту визначає необхідність структурної перебудови економіки на базі впровадження інноваційних технологій, в першу чергу, у виробництві та управлінні, які повинні ґрунтуватись на використанні ефективних наукових підходів.

Машинобудівна галузь є однією з головних бюджетоутворюючих галузей української економіки. За обсягами виробництва вона поступається лише таким галузям, як “металургійне виробництво і виробництво готових металічних виробів”, “виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів”, “виробництво і розподіл електроенергії, газу та води”, випереджаючи добувну промисловість в цілому та інші галузі переробної промисловості.

За своїм виробничим ця галузь тісно пов'язана з іншими галузями переробної промисловості України — постачальниками сировини, матеріалів, комплектуючих. Готова продукція галузі використовується як в економіці (техніка, обладнання, машини), так й в споживчому секторі, а також експортується. Галузь забезпечує понад 233 тис. робочих місць, створює попит на продукцію суміжних галузей і є сферою застосування наукових досягнень. На сьогоднішній день машинобудівний комплекс України складається з 365 підприємств, включаючи 25 державних і 57 науково-дослідних інститутів.

До кризи спостерігались тенденції щодо підвищення частки машинобудування у промисловому виробництві (вона сягала майже 15 %), однак в результаті кризи, вона знизилась до 10 %. Стратегічним орієнтиром може бути хоча б структура промисловості Росії, де частка машинобудування складає 20 %, не говорячи вже про Німеччину — 47 % або США — 42 %.

Основними проблемами розвитку машинобудівельної галузі є:

- значна технологічна відсталість, причому вони тим більша, чим складнішою є продукція;
- малий обсяг внутрішнього ринку (як в натуральному, так й вартісному вимірі). Зокрема, в світовому виробництві транспортних засобів тон задають крупні транснаціональні корпорації з потужною конструкторською та технологічною базою. Не маючи достатніх обсягів ринку збуту, українським підприємствам не доцільно вкладати значні кошти в розробку і виробництво продукції, навіть як щоб вони мали таку можливість;
- дефіцит фінансових ресурсів, який більш є наслідком перших двох проблем ніж є їх причиною.

За часів кризи питома вага промислових підприємств в їх загальній кількості, що займалися інноваційною діяльністю зростає — з 21,1 % в 2009 році

до 28,8 % в 2013 році, це відбулось виключно за рахунок зменшення їх загальної кількості. Так, в 2009 році з 1925 одиниць промислових підприємств інноваційною діяльністю займалися — 406, а вже в 2013 році, з 1378 одиниць — займалися 397.

Для порівняння зауважимо, що серед країн Європейського Союзу мінімальні показники інноваційної активності мають: Португалія — 28 %, Греція — 29 %. А в порівнянні з країнами-лідерами, такими як Нідерланди (62 %), Австрія (67 %), Німеччина (69 %), Данія (71 %) і Ірландія (74 %), розрив України складає два — три рази.

Відбулось формування певного ядра конкурентоспроможних підприємств, які незважаючи на кризу, падіння обсягів продаж та цінової кон'юнктури цільових ринків продовжують займатися інноваційною діяльністю. Так, скорочення кількості промислових підприємств з 2009 по 2013 роки склало — 29 %, в той же час кількість інноваційно-активних підприємств скоротилася лише на 3 %.

Значна частка інноваційної продукції українських підприємств прямує на зовнішні ринки. Так, в 2009 році 66,4 % такої продукції реалізовувалось за межами України. В 2013 році цей показник продемонстрував незначне зниження — до 65,2 % від усього обсягу виробленої інноваційної продукції реалізовувалось за межами України. При чому на протязі кризи відбувся значний перерозподіл частки цільових ринків збуту машинобудівних підприємств. Якщо в 2009 році 61 % експорту інноваційної продукції припадало на країни СНД, то в 2013 році цей показник зріс до 74 % від загального обсягу. З 2009 по 2013 роки зменшилась частка обсягу реалізованої інноваційної продукції (робіт, послуг) що є новими для підприємства — з 46,2 % до 39,3 % відповідно.

Трансфер технологій машинобудівних підприємств теж зазнав драматичного скорочення. В 2009 році кількість придбаних (переданих) нових технологій (права на патенти, ліцензії на використання винаходів, промислових зразків, корисних моделей тощо) складала 765 одиниць. В 2013 році цей показник скоротився до 232 одиниці, тобто складав лише 30 % від кількості трансферу нових технологій за 2009 рік. Співвідношення між придбаними та переданими українськими підприємствами нових технологій наступне: в 2013 році усього 232 одиниці придбано і 3 одиниці передано, при чому дві з них в країни СНД.

Одною з небагатьох позитивних тенденцій в машинобудівній галузі української промисловості є стабільна динаміка зменшення енергоємності виробленої продукції. Так, частка витрат електроенергії в кожній 1 гривні реалізованої продукції в 2010 році складала 0,0212 кВт/год., в 2013 році цей показник зменшився до 0,0146 кВт/год. Таким чином, за останні чотири роки скорочення витрат електроенергії склало майже 31 % у порівнянні з 2010 роком.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ

На сьогоднішній день для динамічного розвитку вітчизняної промисловості важливим є питання системного впровадження передових технологій. Значна кількість наукових розробок, які не реалізуються у виробництві, обумовлює нагальність вирішення проблеми побудови ефективних взаємовідносин між наукою і бізнесом. Тому визначення сутності та змісту трансферу технологій у національному господарстві є актуальним завданням.

Якщо звернутись до зарубіжної практики, трансфер технологій був детально описаний і визначений у Керівництві Організації економічного співробітництва та розвитку (далі – ОЕСР) “ТВР (Technology Balance of Payment) Manual” [1], яке було видано у 1990 році.

Алгоритм визначення трансферу технологій у Керівництві ОЕСР має наступну послідовність: спочатку окремо розглядається технологія, яка включається до категорії знання, і тільки після визначення конкретних характеристик технологій, відбувається перехід до вивчення питання трансферу технологій.

Характеристики технології можна розділити на три основні області:

- використання (кінцевого використання);
- рівень універсальності / специфічності;
- новизна та ексклюзивність.

Область кінцевого використання, в першу чергу, пов’язана з патентоспроможністю технологій, тобто ті, які можуть бути запатентовані, та такі, що не можуть, але, як приклад, захищені копірайтом.

До першої категорії відносяться промислові технології, а до другої — технології в сфері послуг, особливо, це стосується менеджменту, маркетингу та фінансів.

В залежності від масштабу застосування технології (рівня специфічності) виділяють загально галузеві, системно специфічні та специфічні на рівні підприємства технології.

1. Загально галузеві технології містить технічну інформацію, загальну для підприємств певної галузі. Оволодіння цією базовою технологією дає можливість (певного роду “пропуск”) працювати в даній галузі.

2. Системно специфічні технології пов’язані зі знаннями створеними конкретним підприємством для вирішення певних проблем, як наслідок фірма-власник технології має певну перевагу над своїми конкурентами.

3. Технології специфічні на рівні підприємства, охоплює всі навички, які підприємство розробила в рамках своєї діяльності або сформувало на основі практичного досвіду, але вони не можуть бути віднесені до будь-якої конкретної діяльності.

Рівень новизни технології, від якого в більшій мірі залежить її ексклюзивність є третьою і однією з найважливіших характеристик за якими пропонуються класифікувати технології.

Поширення продуктів, таких як засоби виробництва або товари проміжного чи кінцевого споживання, відрізняється від розповсюдження процесів, що використовуються з метою їх виробництва. Вони абсолютно відмінні, перше може привести в дію друге автоматично (в разі простих процесів виробництва, які легко скопіювати), або привести в дію цей процес побічно (наприклад, як реакція підприємств, які бажають отримати доступ до процесу виробництва, шляхом придбання ліцензійної угоди) [1, с. 14].

Технологія передається одним із трьох способів, за допомогою машин, обладнання та продукції (капітал — матеріальні технології), людей (людина — матеріальні технології), а також документів письмового, звукового, візуального характеру (не матеріальні технології) [1, с. 14].

Узагальнена класифікація характеристик технологій наведена з урахуванням засобів переміщення, переліку їх міжнародних потоків та типу угод, що зображено в таблиці 1.

Таблиця 1

Міжнародні технологічні потоки

Засіб переміщення	Характеристики технологій			Міжнародні потоки	Комерційні та договірні угоди (комбіновані потоки)
	Загальногалузеві	Системно специфічні	Специфічні для фірми		
1	2	3	4	5	6
І. Люди	А	В	С	1. Освіта та тренінги (А)	Офіційне технічне співробітництво (1, 2, 4, 6, 7)
				2. Персональні зв'язки (А, В, С)	
				3. Професійна мобільність (А, В, С)	Договори про технічну допомогу між підприємствами (2, 5, 7, 8, 9, 10)
				4. Технічне співробітництво (А, В)	
				5. Технічна допомога між підприємствами (В, С, F)	Контракти з компаніями й інженерні консультації (8, 9, 10 і можливо 11, 12)

1	2	3	4	5	6
II. Документи				6. Конгреси, семінари, конференції (D, E)	Патентні ліцензії (5, 7, 8, 9, 10)
Розкриті технології	D	E	F (1)	7. Технічна література: патенти, періодика, документація (D, E)	Обладнання реалізоване та придбане (5, 11) Прямі інвестиції в дочірні / спільні підприємства (1, 2, 3, 5, 8, 9, 10, 11)
Приватні і/або секретні технології	G	H	I	8. Попередні та завершенні обґрунтування і проекти (G, H, I)	
				9. Креслення і плани (G, H, I)	
				10. Докладні інженерні креслення: правила і операційні процедури (F, G, H, I)	
III. Обладнання і продукція	J	K	L	Машини, обладнання, інструменти (J, K, L)	
				Заводи під ключ (J, K, L)	

Джерело: [1, с. 15]

У Керівництві ОЕСР пропонуються функціональний і рамковий підходи для визначення міжнародного трансферу технологій, які враховують вище наведені характеристики технологій. Відмінності між ними наведені на рисунку 1.

Можна зробити висновок, що у Керівництві ОЕСР відсутнє чітко сформоване визначення трансферу технологій. У першому випадку, перелічені етапи трансферу технологій, що свідчить про описовий більш вільний (широкий) характер функціонального підходу.

У другому — умови (критерії), що характеризують рамковий підхід, як більш жорсткий (вузький), в якому передбачається строга відповідність кожному з критеріїв за якими зіставляється процес передачі знань, саме як трансфер технологій.

Доцільно згрупувати ряд визначень трансферу технологій, які існують як в зарубіжній, так — вітчизняній науковій та юридичній практиці, і для зручності проілюструвати в таблиці 2.

Концепції визначення міжнародного трансферу технологій

Функціональний підхід

Стадії трансферу технологій:

1. Доінвестиційна та будівництва:
<ul style="list-style-type: none"> • дослідження ринку та техніко-економічне обґрунтування; • вибір найбільш відповідної технології; • інженерні дослідження для заводу, у тому числі креслення і вибір устаткування; • будівництво та монтаж обладнання; • розробка технологічного процесу
2. Операційна:
<ul style="list-style-type: none"> • експлуатація та управління виробничими одиницями; • маркетинг; • удосконалення процесів шляхом незначних корегувань

Рамковий (зіставлень) підхід

Умови (критерії), які мають бути виконані:

<p>1. Операція з трансферу має первинний (не вторинний) технологічний зміст.</p> <p>2. Угода передбачає контакт між двома підприємствами, тим, яке передає, і одержувачем, кожне ідентифікуються відповідно.</p> <p>3. Формальні права власності на технології, або право на його використання, передається на комерційних умовах.</p>
--

Рис. 1. Концепції визначення міжнародного трансферу технологій

Джерело: розроблено автором на основі [1]

Таблиця 2

Визначення поняття “трансфер технологій”

Визначення поняття	Джерело
1	2
<p>Трансфер технологій — процес утилізації технології, знань, ноу-хау або устаткування з метою, яка не була передбачена його розробниками. Трансфер технології може привести до її комерціалізації або модифікації продукту чи процесу (визначення Національного центру трансферу технологій)</p>	<p>Wang M., Pfleeger S., Adamson D. et al. Technology Transfer of Federally Funded R&D: Perspectives from a Forum. — RAND Corporation, CF31873OSTP, 2003.</p>
<p>Трансфер технологій — процес, який дозволяє використовувати існуючі, розроблені в рамках бюджетного фінансування знання, устаткування чи потужності з тим, щоб задовольнити певні суспільні або приватні потреби (визначення Федерального консорціуму лабораторій)</p>	<p>Wang M., Pfleeger S., Adamson D. et al. Technology Transfer of Federally Funded R&D: Perspectives from a Forum. — RAND Corporation, CF31873OSTP, 2003.</p>

1	2
<p>Трансфер технологій — формальна передача нових знань чи інновацій, отриманих внаслідок науково-дослідних робіт в університетах та неприбуткових дослідницьких організаціях, до комерційного сектору для суспільної вигоди (визначення Асоціації університетських менеджерів технологій)</p>	<p>Wang M., Pfleeger S., Adamson D. et al. Technology Transfer of Federally Funded R&D: Perspectives from a Forum. — RAND Corporation, CF31873OSTP, 2003.</p>
<p>“Класичний” трансфер технологій — це процес, у ході якого в результаті фундаментальних і прикладних досліджень в університетах і науково-дослідних інститутах, набувається ноу-хау, яке в подальшому переводиться на промислові підприємства і впроваджується як продукт або процес</p>	<p>Грюнвальд М., Мерц А., Рихтер К., Шульц А. Технологический трансфер. [Електронний ресурс]</p>
<p>Технологія — це інформація, яка призначена для використання та досягнення будь-якої мети, або знання про те, як зробити що-небудь. Трансфер представляє собою рух технології з використанням яких-небудь інформаційних каналів від одного її індивідуального або колективного носія до іншого</p>	<p>Гибсон Д. Трансфер технологий между субъектами рынка. Трансфер технологий и эффективная реализация инноваций / Общ. ред. и состав. Н. М. Фонштейн, М.: АНХ, 1999. — 296 с.</p>
<p>Трансфер технологій — це система передачі результатів науково-технологічної діяльності з метою використання різноманітних об’єктів інтелектуального процесу — винаходів, промислових зразків, комп’ютерних програм і т. д., які у загальному значенні називаються технологіями</p>	<p>Акперов И. Г. Трансфер инновационных технологий: готовность, препятствия, возможности / Акперов И. Г., Петрашов А. В. // Инновации. — 2008. — № 5. — С. 106.</p>
<p>Трансфер технологій — це угода або процес, за допомогою якого технологічні ноу-хау передаються звичайно між підприємствами або агентствами, які їх представляють</p>	<p>Bennett D. Innovative Technology Transfer Framework Linked to Trade for UNIDO Action. — UNIDO, Vienna, 2002, 54 p.</p>
<p>Трансфер технологій — комплекс заходів, спрямованих на передачу наукових, науково-технічних знань та інших знань (у тому числі результатів наукової, науково-технічної діяльності та прав на такі результати), технологій, розроблених як в країні, так і за кордоном у сферу їх практичного застосування, яка передбачає створення і використання інновацій</p>	<p>Методические рекомендации по трансферу технологий -Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь. — Минск, 2010. — 25 с.</p>
<p>Трансфер технологій — це взаємодія між двома або більше партнерами, де хоча б один з партнерів передає свою технологію через ноу-хау, патенти та технічне сприяння іншому партнеру, який бажає впровадити і використовувати цю технологію з конкретною метою</p>	<p>Методическая поддержка центров коммерциализации технологий. Практические руководства. Часть 2 / Под ред. А. Бретта, О. Лукши. — М.: ЦИПРАН РАН, 2006. — 368 с.</p>

1	2
<p>Трансфер технологій — процес передачі результатів досліджень і розробок, знань для будь-якого використання. Цілями передачі може бути комерційне використання цих результатів (у виробництві товарів і послуг, залучення додаткових ресурсів для подальших досліджень і розробок та інше), а також некомерційне використання (пошук нових напрямків досліджень, поширення та обмін знаннями і т. д.).</p>	<p>Методическая поддержка центров коммерциализации технологий. Практические руководства. Часть 1 / Под ред. О. Лукши, П. Сушкова, А. Яновского. — М.: ЦИПРАН РАН, 2006. — 392 с.</p>
<p>Трансфер технологій — це поетапний процес формування технологічних інновацій на всіх стадіях життєвого циклу, в результаті чого підвищується рівень дослідження, розробки і використання, покращуються споживчі властивості та послідовно збільшується їх вартість</p>	<p>Андросова О. Ф., Череп А. В. Трансфер технологій як інструмент реалізації інноваційної діяльності. Монографія. — К.: Кондор, 2007. — 356 с.</p>
<p>Трансфер технології — передача технології, що оформляється шляхом укладення двостороннього або багатостороннього договору між фізичними та/або юридичними особами, яким установлюються, змінюються або припиняються майнові права і обов'язки щодо технології та/або її складових</p>	<p>Закон України "Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій" від 14 вересня 2006 р. № 143-V / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2006, № 45, ст. 434</p>

Джерело: розроблено автором на основі [2–11]

Кількість визначень трансферу технологій у світовій практиці досить значна, що свідчить про досить значний перелік сфер застосування за цього процесу та наявність розбіжностей у його тлумаченні.

Узагальнюючи наведені визначення доцільно розробити класифікацію трансферу технологій з метою систематизації знань у даній сфері, а також закладення основи для розкриття базових принципів трансферу технологій у національній інноваційній системі.

Спільним критерієм в описаних вище підходах до визначення трансферу технологій був простір (масштаб), в якому відбувається поширення знань, а також рівень унікальності та новизни технології.

Тип інновацій, які створюються за рахунок впровадження нових ідей. Не менш важливим критерієм є комерційний аспект трансферу технологій, за яким даний термін відрізняється від похідного — комерціалізація технологій.

Література

1. Technology Balance of Payment Manual. OECD. — Paris. — July. — 1990. — 82 p. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.oecd.org/science/inno/2347115.pdf>

2. Wang M., Pfleeger S., Adamson D. et al. Technology Transfer of Federally Funded R&D: Perspectives from a Forum. — RAND Corporation, CF31873OSTP, 2003. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/conf_proceedings/2006/CF187.pdf
3. Грюнвальд М., Мерц А., Рихтер К., Шульц А. Технологический трансфер. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.innovbusiness.ru/content/document_r_DF743520-8854-418A-9668-4DD36A6AD28D.html
4. Гибсон Д. Трансфер технологий между субъектами рынка. Трансфер технологий и эффективная реализация инноваций / Общ. ред. и состав. Н. М. Фонштейн, М.: АНХ, 1999. — 296 с.
5. Акперов И. Г. Трансфер инновационных технологий: готовность, препятствия, возможности / Акперов И. Г., Петрашов А. В. // Инновации. — 2008. — № 5. — С. 106.
6. Bennett D. Innovative Technology Transfer Framework Linked to Trade for UNIDO Action. — UNIDO, Vienna, 2002, 54 p.
7. Методические рекомендации по трансферу технологий -Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь. — Минск, 2010. — 25 с.
8. Методическая поддержка центров коммерциализации технологий. Практические руководства. Часть 2 / Под ред. А. Бретта, О. Лукши. М.: ЦИПРАН РАН, 2006. — 368 с.
9. Методическая поддержка центров коммерциализации технологий. Практические руководства. Часть 1 / Под ред. О. Лукши, П. Сушкова, А. Яновского. — М.: ЦИПРАН РАН, 2006. — 392 с.
10. Андросова О. Ф., Череп А. В. Трансфер технологій як інструмент реалізації інноваційної діяльності. Монографія. — К.: Кондор, 2007. — 356 с.
11. Закон України “Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій” від 14 вересня 2006 р. № 143-V / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2006, № 45, ст. 434.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОРГАНІВ ВАЛЮТНОГО КОНТРОЛЮ УКРАЇНИ

Останнього часу як в Україні так і в усьому світі спостерігається тенденція до посилення уваги з боку держави до валютного регулювання та валютного контролю. Водночас слід визнати, що існуюча система органів валютного контролю України не зовсім відповідає реаліям сьогодення та є нагальна потреба у детальному розгляді цієї системи й внесення до неї змін з метою її ефективного функціонування.

Незважаючи на значну актуальність цієї проблеми, в працях як вітчизняних так і зарубіжних авторів їй не було приділено належної уваги, і лише деякі автори в своїх працях торкалися певних аспектів системи органів валютного контролю. Такими авторами є: Артемов М. М., Атаманчук Г. В., Батченко Л. В., Бантишев О. Ф., Блащук Ю. О., Василик О. Д., Гальчинський А. С., Дегтяр А. О., Завальна Ж. В., Ільяшенко В. А., Іскоростенський А. М., Карманов Є. В., Качан О. О., Клименко А. О., Козик В. В., Кравченко Л. М., Кротюк В. Л., Круглов М. І., Мамутов В. К., Міщенко В. І., Мороз А. М., Нидеккер Г. Л., Нижник Н. Р., Поважний О. С., Половко С. М., Пуховкіна М. Ф., Рябченко О. П., Северин О. Є., Старинський М. В., Ткачова Н. М., Шнирков О. І., Ющенко В. А. та деякі інші автори.

Разом з тим, зміни, які відбуваються у економіці нашої держави, обраний курс на євроінтеграцію та реформи що проводяться урядом України свідчать про потребу вдосконалення системи органів валютного контролю.

Згідно Декрету Кабінету Міністрів України “Про систему валютного регулювання і валютного контролю” від 19 лютого 1993 року № 15–93 в Україні [1] існують наступні органи валютного контролю:

1. Національний банк України є головним органом валютного контролю, що:

а) здійснює контроль за виконанням правил регулювання валютних операцій на території України з усіх питань, не віднесених до компетенції інших державних органів;

б) забезпечує виконання уповноваженими банками функцій щодо здійснення валютного контролю згідно валютного законодавства України.

2. Уповноважені банки, які отримали від Національного банку України генеральні ліцензії на здійснення валютних операцій, здійснюють контроль

за валютними операціями, що проводяться резидентами і нерезидентами через їх установи.

3. Фінансові установи, які також отримали від Національного банку України генеральні ліцензії на здійснення валютних операцій, здійснюють контроль за валютними операціями, що проводяться резидентами і нерезидентами через їх установи.

4. Національний оператор поштового зв'язку здійснює контроль за валютними операціями, що проводяться резидентами і нерезидентами через ці установи.

5. Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну податкову і митну політику, здійснює фінансовий контроль за валютними операціями, що проводяться резидентами і нерезидентами на території України.

6. Центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері надання послуг поштового зв'язку, здійснює контроль за додержанням правил поштових переказів та пересилання валютних цінностей через митний кордон України.

7. Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує реалізацію державної політики у сфері державної митної справи, здійснює контроль за додержанням правил переміщення валютних цінностей через митний кордон України.

На цьому перелік органів валютного контролю є вичерпним. Разом з тим ми вважаємо, цей перелік законодавцеві варто було б доповнити наступними органами:

1. Українська міжбанківська валютна біржа — основними функціями цієї установи є організація торгів і укладання угод з купівлі-продажу іноземної валюти з членами біржі, здійснення котирування поточного ринкового курсу гривні, визначення поточних курсів іноземних валют по відношенню до гривні, організація операцій НБУ щодо регулювання курсу національної валюти, проведення розрахунків в іноземній валюті згідно з укладеними на біржі угодами [2].

2. Адміністрації міжнародних аеропортів, портів, вокзалів — на цих об'єктах можливе обслуговування клієнтів за іноземну валюту (наприклад магазини безмитної роздрібної торгівлі *duty free shop*).

3. Державна компанія “Укрспецекспорт” — ця компанія є уповноваженим державою посередником у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності у сфері експорту та імпорту продукції і послуг військового та спеціального призначення. Разом з тим валютний контроль з боку державних органів за цією компанією майже відсутній.

4. Туристичні оператори та туристичні компанії — ці організації мають закордонні рахунки та відносини з країнами, у яких надають свої послуги і відповідно здійснюють рух валютних цінностей.

Вважаємо, що цей перелік також не є вичерпним і в результаті продовження дослідження сучасної системи органів валютного контролю України та враховуючи потреби сьогодення він може бути збільшений.

Література

1. Декрет Кабінету Міністрів України Про систему валютного регулювання і валютного контролю від 19 лютого 1993 року N 15–93 (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1993, N 17, ст. 184).
2. Українська міжбанківська валютна біржа. [Електронний ресурс] / Українська міжбанківська валютна біржа // – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D1%96%D0%B6%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%96%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8E%D1%82%D0%BD%D0%B0_%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%B6%D0%B0

БАНКІВСЬКІ ХОЛДИНГОВІ ОБ'ЄДНАННЯ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Вивчення банківських об'єднань стало предметом наукового пошуку низки вітчизняних та зарубіжних учених (Я. Берназюк, А. Криклій, Т. Кальченко, О. Кириченко, В. Кротюк, В. Міщенко, К. Черкашина, Н. Циганова, А. Миронова, П. Роуз та ін.).

Зазначимо, що однією із сучасних особливостей конкуренції у банківській сфері стало створення доволі складних ієрархічних структур, які являють собою фінансові комплекси, що виноують широкий спектр фінансових операцій: 1) залучення вкладів та видачі кредитів; 2) операції на страховому ринку; 3) пенсійне забезпечення; 4) біржові операції.

Тобто, сучасна банківська установа з точки зору організаційно-економічної структури часто являє собою так званий банківський холдинг — комплекс взаємопов'язаних установ, які зберігають юридичну самостійність, але керуючись єдиним центром на основі володіння контрольними пакетами акцій. Велика кількість банківських установ в різних країнах світу за формою власності являються акціонерними підприємствами. Використання акціонерної форми власності в банківській справі дозволило створити умови для переплетення банківських капіталів, їх централізації а також виявилось умовою створення банківських холдингів.

Головною причиною створення банківських холдингів та їх закріплення на законодавчому рівні стала тенденція “збільшення” банків шляхом придбання менших учасників ринку. Дана тенденція прослідковується на американському ринку банківських послуг, де малі банківські установи об'єднуються в банківські групи для свого виживання або вони скуповуються більшими банківськими корпораціями. Так, в США був прийнятий спеціальний закон “Про банківські холдингові компанії” (1956), який визначає юридичний захист, штрафи, об'єм їх операцій на національному ринку країни [7; 5], але йому передував Закон “Про банківську діяльність” (1933), в якому вже було виписано права холдингової компанії [6].

У свою чергу, в Україні у 2001 р. було затверджено Положення “Про порядок створення і державної реєстрації банківських об'єднань”, в якому було надано чітке визначення термінів: “банківська корпорація — юридична особа (банк), засновниками та акціонерами якої можуть бути виключно банки; банківська холдингова група — банківське об'єднання, до складу якого вхо-

дять виключно банки. Материнському банку банківської холдингової групи має належати не менше ні 50 відсотків акціонерного (пайового) капіталу або голосів кожного з інших учасників групи, які є його дочірніми банками [2, п. 2]”. Це стало логічним продовженням Закону України “Про банки і банківську діяльність” (2000) [3], але треба зазначити, що в ньому не визначено такі види об’єднань як банківські концерни, банківські консорціуми, банківські трести та банківські картелі.

І. Лепинська описала фактори, які активізують процеси створення банківських об’єднань: 1) підвищення загальної конкурентоспроможності банків та вітчизняної банківської системи зокрема; 2) збільшення загального рівня капіталізації банківської системи; 3) підвищення інвестиційної привабливості банків; 4) можливість через банківські об’єднання проводити хеджування ризиків; 5) збільшення ринкової частки банків на фінансовому ринку, 6) підвищення фінансової стійкості банків; 7) можливість розширення клієнтської бази, а також надання клієнтам більшого спектру послуг (особливо у випадках створення фінансово-холдингових і промислово-фінансових груп); 8) підтримання достатнього рівня ліквідності та платоспроможності банківських установ та ін. [1, 78].

К. Черкашина виокремила такі переваги у створенні банківських холдингів: 1) зростає конкурентоспроможність вітчизняних комерційних банків; 2) відбувається концентрація і консолідація банківського капіталу; 3) банки-учасники холдингу не втрачають свою юридичну незалежність, на відміну від інших форм об’єднання; 4) значно збільшується ресурсна база, що дозволяє надавати великі кредити без погіршення виконання нормативів; 5) кошти декількох банків можуть бути у найкоротші терміни зібрані у єдиний вагомий інвестиційний проект; 6) банківський холдинг створить серйозну конкуренцію іноземним банкам, котрі активно виходять на український фінансовий ринок; 7) відбувається диверсифікація ризиків, що є кращою з можливих гарантій найності і стійкості фінансової структури. Водночас, дослідження автора дозволило визначити і недоліки у створенні банківських холдингів: 1) зміна та ускладнення організаційної структури створеного об’єднання; 2) виникнення проблеми прозорості діяльності банківського холдингу; 3) монополії на ринку фінансових послуг; 4) у складності системи управління, що потребує нових підходів до менеджменту об’єднання; 5) у загрозі розподілу холдингу на окремі складові [4, 44].

Таким чином, банківські холдинги — це банківські установи або самостійні фінансові корпорації які володіють часткою акціонерного капіталу одного чи декількох банків, що є достатнім для здійснення повного контролю над ними. Банківські холдингові структури можна розглядати ще як об’єднання, де в “одних руках” зосереджуються процес управління цілою групою банків або банківських підприємств, які займаються спільним бізнесом, що пов’язаний з банківськими операціями. Також слід зазначити, що банківські холдинги в певній мірі допомагають банкам диверсифікувати свої операції за рахунок проникнення на нові ринки, що знижує ризик банкрутства, збіль-

шує прибуток за рахунок зростання масштабів діяльності, знижує витрати за рахунок централізованого контролю.

Також з точки зору організаційної структури, банківські холдинги більш конкурентоздатні у порівнянні з іншими кредитними організаціями. Вони більш оперативно реагують на зміну кон'юктури ринку кредитних ресурсів. Так, використовуючи філіали, дочірні банки та інші територіальні підконтрольні структури можуть стягувати більш низький відсоток за кредит у порівнянні з середньою ринковою ставкою, що є недоступним для більшості безфіліальних банків.

Література

1. Лепинська І. Специфіка банківських об'єднань: вітчизняний та зарубіжний досвід / І. Лепинська // Вісник КНЕТУ, 2009. — № 6. — С. 78–85. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2009/06/10.pdf>
2. Про затвердження Положення про порядок створення і державної реєстрації банківських об'єднань / Постанова правління Національного банку України № 377 від 31.08.2001 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0889-01>
3. Про банки і банківську діяльність / Закон України від 7 груд. 2000 р. № 2121-III зі змінами. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.nau.kiev.ua>
4. Черкашина К. Ф. Банківський холдинг: переваги та недоліки для банківського сектору України / К. Ф. Черкашина // Вісник Національного банку України. — 2009. — № 1. — С. 42–45.
5. Bank Holding Companies / 12 U. S. Code Chapter [Web site]. — Access mode:
6. Banking Act of 1933 / 12 U. S. Code § 227 [Web site]. — Access mode: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/12/227>
7. The Bank Holding Company Act of 1956 [Web site]. — Access mode: <http://scholarship.law.duke.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1637&context=dlj>

СПЕЦИФІКА СОЦІАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В СИСТЕМІ ВУЗІВСЬКОЇ ОСВІТИ В КРАЇНАХ СВІТУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Трансформаційні процеси вищої освіти в країнах світу сьогодні є складними і далеко неоднозначними, а тому їх аналіз має здійснюватися в першу чергу із характеристики стратегічних основ цих трансформаційних процесів, в основі яких є загальне: якість освітньої підготовки і формування сучасного фахівця.

В сучасних умовах нові суспільства швидко еволюціонують у напрямку постіндустріальних, а то і інформаційних, в результаті чого виникає принципово нова система створення суспільного багатства, в основі якого — освіта, дослідження, інновації. В таких умовах, — пишуть російські дослідники, — “ключовими стають організації, що виробляють нові знання, пов’язані з дослідженням і розробкою, розповсюдженням знань і пошуком шляхів їх використання (комерціалізація) на практиці”.

Університети завжди мали дві основні, домінуючі функції: освітня і виховна. В ХХІ столітті до них додалася і третя: підприємницька, пов’язана з комерціалізацією результатів науково-дослідної роботи.

Університети і бізнес працюють спільно, разом, створюючи центри нових технологій, виробничі лабораторії, кампанії, національно-дослідні університети і т. ін.

В інноваційних механізмах за допомогою яких інтелектуальний продукт перетворюється в продукт промисловий, беруть участь як мінімум три інструменти: наука (і освіта), промисловість (і бізнес), держава. Таким чином і по відношенню до освіти ці три інструменти переживають відповідні принципів трансформації.

Досить своєрідними, хоча і небезпечними є чинники, що спричиняють зміну системи освіти у світі загалом і вищої, зокрема, які наводить український спеціаліст К. В. Корсак. Вони такі:

- чергова політична перебудова світу й перехід від “двотабірної структури до початкової стадії зародження “світового уряду” і його участі в управлінні процесом остаточного формування стійкої і демократичної системи мононаціональних країн та більш-менш прийнятних форм їхньої співпраці для виключення масового поширення на планеті локальних конфліктів на ґрунті войовничого націоналізму чи шовінізму;

- формування нової концепції національної безпеки, що принципово відрізнятиметься від тієї, на якій виховані й діють майже всі сучасні політики (насамперед, в ексоціалістичних і країнах третього світу);
- досить швидке наростання імперативу загального виживання, бо все дужче загострюватимуться глобальні проблеми тилу вичерпання ресурсів і неприпустимої деградації довкілля, вирішення яких неможливе ні в локальних, ні в регіональних межах;
- поступовий перегляд системи індивідуальних пріоритетів і цілей діяльності (у сенсі мсти життя), ознаки появи доцільної сукупності особистих потреб і нових людей, які матимуть вагоміші підстави відносити себе до біовиду *homo sapiens*;
- посилення взаємозалежності й поглиблення взаємодії країн світу, повна відмова від економічної й культурної самоізоляції як від шкідливого анахронізму [6, с. 7].

Трансформація, модернізація освіти у країнах світу значною мірою торкається зміни, вдосконалення методів навчання. Їх не багато і головним чином вони класифікуються у такий спосіб:

Словесний: — усний виклад знань — лекція, пояснення, розповідь; — бесіда; — дискусія, диспут; — активні методи навчання; — робота з книгою.

Наочний: — спостереження; — демонстрація; — ілюстрація.

Практичний: — вправи; — лабораторні роботи; — практичні роботи.

Серед таких методів навчання, які набули неабиякого поширення у ХХІ столітті, особливо виділимо такі як ділові-ігри, кейс-методи.

Вони вважаються активними формами, оскільки будуються головним чином на різноманітних контактах тих, хто вчить і тих, хто вчиться.

а) ділові ігри. Вони займають важливе місце серед сучасних психолого-педагогічних технологій навчання. Як метод вони почали поширюватися в 70-ті роки ХХ століття.

Ділові ігри є найближчим до реальної професійної діяльності методом навчання. Гра — це сукупність заходів, у процесі яких команді “гравців” пропонується вирішити певне ігрове завдання, що відображає реальні проблеми установи. В умовах ділових ігор створюються винятково сприятливі можливості залучити учасників до відносин, подібних до тих, що виникають на робочому місці. У грі відбувається швидке поповнення знань, доповнення їх до необхідного обсягу, практичне засвоєння навичок проведення розрахунків і ухвалення рішень в умовах реальної взаємодії з партнерами.

Серед ділових ігор особливо виділяють інноваційні та імітаційні (рольові) ігри.

Розглядаючи основні проблеми сучасних трансформацій освіти, варто бодай коротко зосередити увагу на впровадженні нових, інноваційних методів навчання, які активно використовуються разом з традиційними — лекції, семінари, практичні заняття тощо. Так, у зв'язку з ростом інформаційних технологій, використанням у навчанні Інтернету, інших технологічних за-

собів, все більшої популярності набуває метод Case study. Спрощено його називають методом аналізу конкретних життєвих ситуацій.

Вважають, що метод Case study вперше був застосований у 1910 р. при викладанні управлінських дисциплін у Гарвардській бізнес-школі, добре відомій своїми інноваціями. Хоча термін “ситуація” вже раніше використовувався в медицині й правознавстві, у бізнес-формуванні поняття “ситуаційна методика навчання” набуло відтоді нового значення. З плином часу метод ситуаційних вправ різною мірою почав використовуватися в переважній більшості навчальних бізнесів-програм не тільки у США, а й в інших країнах, — про що детально пише український соціолог, відомий спеціаліст в галузі управління Ю. П. Сурмін [258]. Цей метод в Україні був свого часу широко презентований і використаний, зокрема, в Інституті державного управління і місцевого самоврядування фахівцями Школи державного управління імені Дж. Кеннеді Гарвардського університету в 1992 р. У 1995–1996 рр. команда американських, канадських і українських фахівців почала в Українській академії державного управління при Президентові України регулярно використовувати інтерактивні методи навчання в курсі “Державне управління”. Такі заняття дали незрівнянні результати, особливу популярність ситуаційна методика навчання зажила серед молодих потенційних лідерів і викладачів державного управління й менеджменту.

Аналізуючи ефективність використання кейс-методу у навчанні Ю. П. Сурмін підкреслює, що найбільший ефект він виявляє у професійному вихованні майбутніх фахівців, зокрема, у розвитку працьовитості, особистісних ділових знань та практичних навичок, здатності гідно конкурувати у сфері професійної діяльності. “Педагогічне застосування методу аналізу ситуацій, — пише Ю. П. Сурмін, — спрямоване на забезпечення доступу студентів до давно відомої істини. По суті цей метод забезпечує імітацію творчої діяльності студентів з виробництва відомого в науці знання. Однак його можна застосувати і для отримання принципово нового знання, дослідження тих аспектів соціальної дійсності, які наукою ще не осмислені. Доцільно звернути увагу й на таке: що різноманітніше в кейсі подано соціальну реальність, то більше можливостей отримати таке знання, яке не відомо не тільки досвідченим практикам, а й вченим. На цьому базується дослідницьке застосування методу аналізу ситуацій” [9, с. 195].

В багатьох регіонах світу XXI столітті стали набувати небувалого розвитку різноманітні форми дистанційного навчання. В Україні, наприклад, на сьогодні склалася своя власна система дистанційного навчання, до якої входять:

- медпросвіта — дистанційне навчання для лікарів;
- Домашня школа (дистанційне навчання);
- Початкова школа (дистанційне навчання);
- University of the people;
- Зовнішнє незалежне оцінювання (дистанційне навчання);
- Всеукраїнський шкільний портал “Класна оцінка” (Дистанційне навчання. Система шкільних електронних щоденників);

- Центр дистанційного навчання “Проста логіка”;
- Всеукраїнська освітня мережа (Щоденник. ua);
- Телевізійний університет (досвід Міжрегіональної Академії управління персоналом).

Наведені вище форми навчання характеризуються:

- гнучкістю;
 - модульністю;
 - економічною ефективністю;
 - принципово новою роллю викладача;
- наявності спеціалізованого контролю якості освіти;
- інтерактивністю;

використанням новітніх технологій і засобів навчання.

Для того, аби система вищої освіти загалом виявилася максимально ефективною, дієвою, необхідно незалежно від конкретно взятої країни, вирішувати ряд об’єктивно обумовлених питань. Виділимо тут основні проблеми, притаманні вузам багатьох країн світу.

1. Ресурсне забезпечення функціонування вищої освіти. Беззаперечним є те, що країни, які найбільше коштів вкладають у розвиток вищої освіти (та й освіти загалом, мають і відповідно високий рівень освіти — найперше, вищої). Йдеться про загальні відрахування з валового внутрішнього продукту на освіту, які по окремих країнам виглядають, зокрема, так: Англія — 5,6 %, США — 5,5, Іспанія — 4,4, Італія — 4,3, Японія — 3,4 % і т. ін.

2. Кадрове забезпечення навчального процесу. Важливішим потенціалом вузу є його викладачі, склад професорсько-викладацького корпусу. Вузи, суспільства, формуючи свою соціальну, освітню політику, мають глибоко усвідомлювали, що особистість формують не знання як такі, а її формує вчитель, викладач, особистість, а вже потім і знання, які він допомагає опанувати. Не професор вчить студента, а студент вчиться у професора. Це — методологічний ключ для зміни стосунків між тим, хто вчить, і тим, хто вчиться.

Щоб цього досягти, треба: серйозно готувати і відбирати викладачів, демократично, але на світовому рівні присуджувати вчені ступені і звання, озброювати викладачів новітніми технологіями навчання, добре платити за добру працю. По-друге — дати право студенту вчитися у того, в кого він хоче і може навчитися і стати не просто фахівцем, а людиною, громадянином. Останній аспект — найпринциповіший.

За великим рахунком, йдеться про суттєву зміну підходів до викладацького, кадрового складу вузу. Про це засвідчує робота з вузівськими кадрами у США, Японії, Німеччині, Англії, Іспанії та багатьох інших країнах світу.

3. Трансформація всієї системи навчання у відповідності з його основними завданнями і цілями. Справедливо вважається, що вся система навчання повинна бути не лише відкритою, прозорою, демократичною, а й побудованою на принципах змагальності. Для цього, як мінімум, потрібні справжня конкуренція у наборі професорсько-викладацького колективу (і, відповідно, оплата праці), стимулювання такої діяльності. І друге — не можна вчити

всіх в одній групі до випуску (слабі студенти користуються знаннями сильних — списують, перездають, просто не відвідують заняття).

Такий підхід до організації навчального процесу нині демонструють провідні вищі навчальні заклади світу, України, Еквадору і т. ін.

4. Вдосконалення управління вищою освітою. Таке управління за свідченням багатьох фахівців у різних країнах світу має бути більш демократичним, гнучкішим, що, однак, не виключає: а) відповідного патронування та контролю за цим процесом з боку держави; б) певної уніфікації навчальних планів, програм, технологій в частині ідентичних спеціальностей; фаху; в) контролю за ресурсно-матеріальними основами і засадами освіти [8, с. 17].

Ще одним важливим питанням трансформації освіти, якого ми певною мірою вже торкалися, є фінансово-економічне питання. Тут все також виглядає далеко неоднозначно, оскільки в різних країнах, особливо європейських державне фінансування освіти, окремих ВНЗ, створення приватних вузів має, зрозуміло, свою специфіку. Йдеться найперше про різноманітність, несхожість процедур здійснення цих процесів. Так, у Голландії, наприклад, для того, щоб заснувати приватний навчальний заклад, необхідний дозвіл на рівні міністра освіти, культури і науки. Впровадження нових програм або зміни в існуючих в усіх вищих навчальних закладах — це все підлягає регулюванню. Інститути не мають будь-яких бар'єрів у системі фінансування. Наданими ресурсами вони користуються у спосіб, який їх влаштовує. Такий порядок є хоч і не простим, проте, достатньо прозорим і зрозумілим.

У Франції, щоб заснувати новий інститут, особливих проблем також не виникає. Однак складно впроваджувати нові програми. Усі національно визнані університетські дипломи централізовано плануються і реєструються. Міністерство має значний вплив на кадрову політику інститутів, штатний розклад, рівень заробітної плати тощо. Це досить посилений контроль держави над діяльністю ВНЗ.

У Великій Британії, навпаки, складно заснувати новий університет. Тут держава не досить швидко реагує на таку ініціативу. Але якщо все ж усі необхідні процедури виконано, новий навчальний заклад може розробляти будь-які програми, змінювати їх за своїм бажанням. Однак не кожна програма має шанс отримати державне фінансування. Держава обмежує кількість оплачуваних місць. Як і у Голландії, англійські університети мають можливість використовувати державні кошти за власним розсудом.

У США, у штаті Мічиган, наприклад, найбільш ліберальні умови маємо для ринкової діяльності. Не існує особливих обмежень у справі відкриття нового навчального закладу. Діючі інститути вельми незалежні у використанні державних фондів. Приватні вузи у США — поширена практика підготовки фахівців.

Відтак, відмінності між національними системами освіти полягають перш за все, в тому, що в Голландії, Німеччині та Франції і інститути, і навчальні

програми підлягають процедурі (акредитації — офіційного визнання державними органами. Держава бере на себе відповідальність за “громадську вагу” дипломів.

Подібна більш-менш централізована система значно ускладнює, на думку авторів порівняльного дослідження, впровадження, ринкових механізмів. У Великій Британії та штаті Мічиган США система акредитації набагато децентралізованіша, що відкриває більше можливостей для ринкових маневрів вищих навчальних закладів.

Безумовно, що вказані навчальні процедури (ліцензування, акредитації тощо) у вузах України, Російської Федерації, інших країнах Східної Європи суттєво відрізняються в таких же процедур не лише в країнах США але й Західної Європи.

Фактично подібний характер має і ситуація, що стосується цінової політики, зокрема на різноманітні освітні послуги.

Так у Великій Британії саме уряд визначає рівень оплати за студентські місця, що фінансуються (оплачуються, замовляються) державою. Кількість же таких місць визначається в результаті відповідної домовленості між ВНЗ та урядом. Інститути, при цьому, мають можливість набирати на навчання студентів.

У вже згаданому нами штаті Мічиган США самі ВНЗ можуть призначати ціни на освітні послуги самостійно. Рівень таких цін, між іншим, в різних інститутах і університетах може бути різним.

Ще більш диференційованою маємо в таких аспектах освіти: у Німеччині та Франції “коротка” вища освіта (у державних інститутах) безкоштовна для студентів. У Голландії ситуація схожа, за виключенням того, що плата за навчання призначається міністерством.

Система спінування якості освіти також має свої особливості в кожній з країн, про які йде мова. У Голландії цими проблемами, наприклад, переймається уряд. Важливо, що відповідна інформація стосовно якості навчальних програм максимально доступна для громадськості. Хоча певні проблеми мають місце, зокрема коли мова йде про деякі приватні інститути.

У штаті Мічиган США існує довільна практика акредитації навчальних програм. Оскільки існує свобода вибору у встановленні інститутами плати за навчання, це зумовлює відмінності в якості між інститутами і навчальними програмами. Для споживача існують певні труднощі в оцінюванні того, наскільки серйозними є ці розбіжності. Ринок стає менш прозорим і т. ін.

Окремим і великим в процесі трансформації, реформування освітніх систем є питання різноманітних міждержавних, міжурядових, міжвузівських і т. п. інтеграційних процесів.

Міжурядові угоди в системах науки, освіти детально аналізуються в спеціальному збірнику нормативних актів українських вчених, працівників сфери освіти.

Так, якщо вести мову про європейську систему освіти, то варто вказати на таке.

Створення Ради Європи 5 травня 1949 р., як об'єднання на основі культурної і освітньої спорідненості, дало новий поштовх у розвитку мобільності студентів, викладачів, спеціалістів. Серед перших документів Ради Європи була Конвенція № 15 (1953 р.), де в першому параграфі декларувалося, що прилучення до неї означає згоду країни на прийом у вищі навчальні заклади іноземців із атестатами зрілості (дипломами) своїх країн, якщо у своїх країнах вони дають право на вступ до навчального закладу еквівалентного рівня.

Створення Європейського Союзу з його керівними органами дещо посилило процес взаємовизнання дипломів про вищу освіту, але не привело до повної ідентичності в інтеграції економічних та освітніх структур, навчальних програм та кваліфікацій.

У Європі, з метою ідентифікації освіти у різних європейських країнах використовуються ряд загальноєвропейських документів щодо еквівалентності документів про освіту. Основними з них є такі:

CETS № 165 Конвенція про визнання кваліфікацій з вищої освіти в європейському регіоні

CETS № 138 Європейська конвенція про загальну еквівалентність періодів навчання в університетах

Протокол к Европейской конвенции об эквивалентности дипломов, ведущих к доступу в университеты (ETS № 49)

Європейська конвенція про академічне визнання університетських кваліфікацій

CETS M 021 Європейська конвенція про еквівалентність періодів навчання в університетах

CETS № 015 Європейська конвенція про еквівалентність дипломів, які надають допуск до університетів.

Центральне місце при ідентифікації освіти, освітнього рівня між європейськими країнами посідають питання, пов'язані з кваліфікацією. У спеціальному документі “СЕМ № 165 Конвенція про визнання кваліфікацій з вищої освіти в європейському регіоні: Лісабон, 11 квітня 1997 року. European Treaty Series/165” закріплено ряд специфічних термінів, які стосуються навчання та його результатів. Вони такі:

- *оцінка (закладів або програм)* — процедура встановлення якості навчання у вищому закладі або програмі освіти;
- *оцінка (індивідуальних кваліфікацій)* — письмова оцінка компетентним органом іноземних кваліфікацій, присуджених окремій особі;
- *компетентний орган з визнання* — орган, якому офіційно доручено ухвалювати обов'язкові рішення про визнання іноземних кваліфікацій;
- *вища освіта* — всі види курсів навчання чи циклів курсів навчання, професійної підготовки або підготовки до наукових досліджень післясередньоосвітнього рівня, які визнані відповідними органами Сторони як такими, що належать до її системи вищої освіти;
- *вищий заклад освіти* — заклад, що надає вищу освіту і визнаний компетентним органом Сторони як такий, що належить до її системи вищої освіти;

- *програма з вищої освіти* — курс навчання, визнаний компетентним органом Сторони як такий, що належить до її системи вищої освіти, після закінчення якого слухачу присуджується кваліфікація з вищої освіти;
- *період навчання* — будь-яка частина програми з вищої освіти, оцінена і документально підтверджена, яка, не становлячи повного курсу навчання за програмою, є істотним набутком знань чи навичок.

Кваліфікація

А. Кваліфікація з вищої освіти — будь-яке звання, диплом або інше свідоцтво, що видане компетентним органом і засвідчує успішне закінчення програми з вищої освіти.

В. Кваліфікація, що надає доступ до вищої освіти, — будь-який диплом або інше свідоцтво, що видане компетентним органом, засвідчує успішне закінчення освітньої програми і надає власнику кваліфікації право брати участь у процедурі допуску до вищої освіти (пор. визначення терміну “доступ”);

визнання — формальне підтвердження компетентним органом якості іноземної освітньої кваліфікації для цілей доступу до навчання і/або здійснення фахової діяльності.

Врешті, для взаємовизнання освіти, рівня освіти, кваліфікації, спеціальності потребує спеціальна угода між державами (урядами) про таке визнання.

Література

1. Бочкарева С. М. Особенности тьюторства в современной зарубежной высшей школе / Высшее образование сегодня / С. М. Бочкарева / — 2011. — № 3. — С. 9–11.
2. Высшая школа в условиях развития инновационной экономики: монография. — М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. — 176 с.
3. Глобалізація і Болонський процес: проблеми і технології: Кол. моногр. — К.: МАУП, 2005. — 320 с.
4. Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України, гол. ред. В. Г. Кремень. — К.: Юрінком Інтер, 2008. — 1040 с.
5. Збірник нормативно-правових актів щодо взаємного визнання документів про освіту, наукові ступені та вчені звання / Уклад.: В. Д. Шинкарук, Р. В. Бойко, К. М. Левківський, З. І. Логвин, Н. Л. Губерська; За заг. ред. І. О. Вакарчука. — К.: Знання, 2008. — 199 с.
6. Корсак К. В. Вища освіта і Болонський процес: навч. посіб. / К. В. Корсак, І. О. Ластовченко. — К.: МАУП, 2007. — 352 с.
7. Корсак К. В. Світова вища освіта. Порівняння і визнання закордонних кваліфікацій і дипломів / К. В. Корсак // За заг. ред. проф. Г. В. Щокіна. Монографія. — К.: МАУП — МКА, 1997. — 208 с.
8. Стратегічні напрями розвитку вищої освіти в Україні: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Судак, Автономна Республіка Крим 16–18 жовтня 2003 р. — К.: МАУП, 2004. — 224 с.

9. Сурмин Ю. П. Университетский менеджмент как средство реализации требований образовательной революции в университетах / Соціологічна наука і освіта в Україні: Зб. наук. пр. / Уклад. В. І. Судаков, М. В. Туленков. — К.: МАУП, 2000. — 403 с.
10. Шеремета П., Каніщенко Г. Кейс-метод: з досвіду викладання в українській бізнес-школі / За ред. О. І. Сидоренка. — 2-ге вид. — К.: Центр інновацій та розвитку, 1999. — 80 с.

ОСОБЛИВОСТІ СПІВВІДНОШЕННЯ РЕКЛАМНОЇ І МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Аналіз співвідношення рекламної і маркетингової діяльності неможливий без ретельного визначення взаємозв'язку та встановлення певних пріоритетів. Саме розуміння співвідношення дасть можливість чітко і конкретно формулювати цілі маркетингових досліджень та визначати методи їх проведення.

Незважаючи на існуючі класичні стереотипи щодо успішної реалізації продукції або послуг за рахунок наступних факторів: якісної характеристики продукції (послуг) ефективної цінової політики, грамотної організації збуту та успішне стимулювання збуту — саме маркетингова комунікаційна політика визначає і спрямовує певний вплив на споживача, тобто на успішний результат.

Рекламна діяльність є складовою частиною маркетингової діяльності, хоча має певний ступінь визначеної автономності.

Мета маркетингової діяльності — це кінцева ціль усіх складових частин комплексу маркетингу, включаючи багатогранний інструментарій маркетингових комунікацій, який повинен працювати на досягнення даної мети.

Як відомо, для досягнення визначеної мети створюється маркетингова стратегія, тобто визначаються засоби досягнення цієї мети в рамках певної маркетингової діяльності.

Стратегія маркетингової діяльності передбачає визначення конкретних цілей для складових комплексу маркетингу. Мета рекламної діяльності визначається загальною маркетинговою стратегією. Створення стратегії в рекламній діяльності, яка має достатній ступінь автономності і орієнтується на досягнення поставленої рекламної цілі, повинна враховувати терміни проведення рекламної компанії та розміру рекламного бюджету.

Вищезазначені ствердження щодо співвідношення маркетингової і рекламної діяльності визначаються етапами:

- I етап — визначення цілей маркетингової діяльності;
- II етап — розробка маркетингової стратегії (приймаються рішення щодо засобів досягнення поставлених цілей);
- III етап — на основі маркетингової стратегії формується ціль і для рекламної діяльності;
- IV етап — визначення конкретної стратегії рекламної діяльності;

- V етап — для реалізації рекламної стратегії плануються конкретні тактичні дії (рекламні акції та PR-заходи) в рамках рекламної діяльності.

Для успішної рекламної діяльності необхідно провести не тільки маркетингове дослідження самої рекламної діяльності (рекламної стратегії, рекламної продукції і розміщення рекламної продукції), але і маркетингові дослідження для рекламної діяльності (зовнішні фактори).

Рекламна діяльність для реалізації поставлених перед нею цілей об'єктивно потребує маркетингових досліджень. У результаті маркетингових досліджень необхідно отримати відповіді на такі питання:

- якою повинна бути рекламна стратегія?
- яку рекламну продукцію необхідно створити?
- в яких засобах розповсюдження реклами необхідно розмістити рекламну продукцію?
- яка ситуація на ринку товару, який рекламується?

У маркетингових дослідженнях реклами важливе місце займає визначення поняття “рекламна стратегія”.

Стратегія рекламної кампанії — це сукупність трьох елементів: визначення цільової аудиторії, розробка концепції товару, який рекламується та формування концепції рекламної кампанії в їх взаємодії.

Існують певні напрями дослідження реклами, а саме: мотиваційні дослідження, дослідження комунікаційних каналів, дослідження ефективності реклами, дослідження реклами конкурентів.

Крайній дефіцит достовірної ринкової інформації суттєво впливає на принципи маркетингових досліджень (особливо на її релевантність). Як відомо, інформаційна система маркетингових досліджень комунікаційної політики відрізняється визначеною складністю та багатовимірністю. А збір, обробка і аналіз цієї інформації вимагає від спеціалістів маркетингових служб не тільки спеціальної підготовки, але і високої інформаційної культури.

Проведення американськими вченими дослідження свідчило, що не існує єдиної стандартної класифікації маркетингових досліджень, а зберігається основний напрям — вивчення існуючих ринкових тенденцій.

Література

1. Веселов С. В. Маркетинг в рекламе. Рекламный рынок и его изучение. — Ч. 1. Учебник для студентов вузов. — М.: МИР, 2002. — 316 с.
2. Полукаров В. Л., Головлева Е. Л., Добренкова Е. В., Ефимова Е. М. Рекламная коммуникация: Учебное пособие. — М.: Международный университет бизнеса и управления: Изд-во “Палеотип”: ИТК “Дашков и Ко”, 2002. — 344 с.
3. Ортинська В. В., Мельникович О. М. Маркетингові дослідження. Підручник. — К.: Київ, КНТЕУ, 2007. — 376 с.
4. Войчак А. В., Федорченко А. В. Маркетингові дослідження. Підручник / за наук. ред. А. В. Войчака. — К.: КНЕУ, 2007. — 400 с.
5. Соколоведов А. Управление маркетингом нетривиальным образом. — М.: Альпина-Паблишер, 2013. — 214 с.

ФОРМА ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ ПОЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ СУСПІЛЬСТВА, БАЗИС ПОЛІТИЧНОГО УСТРОЮ ДЕРЖАВИ

За усіх різнопланового характеру визначень, обираємо найоптимальніше, що пояснює феномен “форма державного управління”. Це: “характеристика структури і відносин органів держави (законодавча, виконавча, судова влада або — у країнах, де поділ влади не визначається, — інших вищих органів державної влади [3, с. 696]. Або: “Форма державного управління — організація верховної державної влади, порядок утворення її органів та їх взаємини з населенням” [4, с. 258]. Ще коротшим є визначення “форми державного управління”, яке роблять багато російських політологів: (form of government, від лат. forma) — принцип організації, влаштування державної влади” [7, с. 386].

Проблема форми державного управління цікавить фахівців (істориків, філософів, соціологів, політологів, соціальних політиків і т. ін.), власне, з того часу, як утворилися і стали функціонувати держави. З числа великої кількості імен на цьому шляху виокремимо спеціально імена Аристотеля (“Політеї”), Н. Макіавеллі (“Государь”), Г. Єллінек (“Загальне вчення про державу”), Р. Челлена (“Держава як форма життя”), М. Дюварже, М. Шугарт, Д. Кері, В. Бабкін, В. Горбатенко, Ю. Шемшученка, С. Рябова та ін.

В останні роки проблеми еволюції форм управління в державах світу все більш цікавлять С. Артроу, Б. Берклі, О. Автономова, О. Катафіна, Р. Мухаєва, А. Саїдова, П. Мироненка, А. Кудряченка, М. Козюбру, М. Орзіха, В. Погорілка, О. Скрипнюка, Ю. Тодику, О. Ярмиша, С. Бостана та багатьох інших фахівців різних галузей знань.

В цілому, з точки зору теоретико-методологічної, актуальними і до сьогодні були і залишаються наступні проблеми державного управління:

- а) форма державного управління. Хоча традиційно вважають функціонування головним чином двох основних форм управління: монархічну і республіканську (за усіх їх різних модифікацій), в останні роки форму управління намагаються визначити і обґрунтувати не на формально-юридичних засадах (джерелах) влади (народ, монарх), а на оцінці реальних повноважень державних органів та інститутів, ви-

значенні суб'єктів, які де-факто мають пріоритет у здійсненні державної влади.

- б) функціональне визначення форми державного правління. Йдеться про питання призначення і відповідальності урядів у багатьох країнах. Нині у світі існує 143 республіки (майже 3/4 від загального числа держав) [4, с. 259], однак немає достатньо однозначного визначення трьох основних форм республіканського правління: президентська, парламентська, і, особливо, напівпрезидентська;
- в) демократична, соціальна, правова держава. За усієї зрозумілості по суті, проблемними були і залишаються такі проблеми цієї форми державного правління як солідарність, субсидіарність.

Надто складним і неоднозначним було і залишається питання майбуття держави, а значить і того, яким буде управління нею, історична логіка цієї проблеми надто неоднозначна і виглядає у такий спосіб:

- а) грецькі стоїки епохи еллінізму (IV–II ст. до н. е.) вважали, що оскільки людство єдине, то повинна бути (існувати) і єдина всесвітня держава на чолі з мудрим царем (пастирем народів) і своєрідне єдине космополітичне громадянство;
- б) XIX ст. (І. Кант): обґрунтовується ідея “вічного миру”, а, відтак, побутує думка про доцільність створення своєрідної всеохоплюючої федерації самостійних рівноправних держав республіканського типу;
- в) XX–XXI століття: ідеї державності пов'язані із:
 - існуванням ідеї “світового консенсусу”, що в перспективі має сприяти появі “спільної державності”;
 - точка зору щодо тривалого існування на Землі суверенних держав (П. Ерліх, Р. Гарріман, Дис. Форрестер та ін.). Зростанні ролі держави, вважають багато фахівців буде все більш помітною;
 - точка зору про відмирання держави (з часів К. Маркса, Ф. Енгельса, В. Леніна). Прихильники цієї точки зору схиляються до думки, що багато сучасних держав є, власне, перехідними формами від держави до недодержави [1]. В даному випадку йдеться про те, що на зміну державі прийде народне самоврядування — громадянське суспільство: ідея досить поширена.

Досить часто в теорії і практиці державного правління різні форми такого правління пояснюються через поняття “механізм держави”. Механізм держави, доречно зазначає український дослідник А. А. Рудик “заснований на нормативній базі та передбачає наділення державних інститутів спеціальними повноваженнями у відповідній сфері діяльності” [5, с. 64].

Оскільки в даному матеріалі акцент робиться на тому, що форма державного управління виступає основним елементом політичного устрою держави, акцентуємо увагу на так званих “некласичних формах” державного управління (у П. Мироненка — “правління”) [2, с. 77]. При визначенні і поясненні сутності таких форм головним чином до уваги береться форма правління у особі інституту глави держави (монарха або президента).

Інститут монарха пройшов довготривалу історію, і до сьогодні, у різних видах зберігся, скажімо, у таких специфічних країнах як Іспанія, Японія [8, с. 68]. Навіть у цих двох країнах світу влада монарха є надто специфічною.

Серед республіканських форм державного управління виділяють так звані “гібридні” модифікації, тобто такі як “суперпрезиденталізм”, “суперпрезидентський режим” тощо. Так “гібридність” суперпрезидентських республік країн Латинської Америки український вчений А. Фірсун пояснює як “присвоєння сфери управління офіційними носіями політичної і державної влади, а також невичленованість публічно-політичної й приватної сфер суспільного життя, заснованої на домінуванні колективістського типу масової суспільної свідомості [6, с. 154].

Неопатримональні політичні режими, особливо в країнах сучасної Латинської Америки — надто популярні: йдеться про різноманітні форми деформації інституту глави держави в президентській формі правління в цілому.

Принципово іншого характеру набуває державне управління в країнах зі сталими, або потужно розвиваючими демократичними режимами, зокрема у європейських (західних, центральноєвропейських) країнах. Маючи потужний розвиток громадянських суспільств в цих країнах, немає все ж підстав ідеалізувати демократичні форми управління. Як зазначає, зокрема Й. Шумпетер, “Демократія не означає в не може означати реальне правління суспільства в контексті очевидного значення термінів “суспільство” і “управління”. Демократія означає тільки те, що народ має можливість прийняти чи відхилити людей, які управляють ними... Один з аспектів даного твердження може бути виражений ототожненням демократії з владою політиків” [10, с. 143].

Ще більшу складність виявляють політичні режими, форми правління у так званих “поліархіях”. За висловом відомого політолога Р. Даля, “поліархія” — це своєрідний каталізатор формування ідеальної демократичної моделі, заснованої на системі ключових інститутів ліберальної ідеології, що розрізняє утворені в межах ліберальної доктрини політичні режими за рівнем демократичної консолідації” [9, с. 121–122]. Запропоновану Р. Далем матрицю “ідеального” політичного режиму, зрозуміло, сприймають далеко не усі вчені, — політологи, соціологи, історики, філософи. Бо тут є багато проблем, пов’язаних із взаєминами маси і влади, еліти і народу, суспільства і держави і т. ін.

Таким чином, існують багато, в тому числі новітніх класифікацій як політичних режимів, так і форм державного управління, які потребують глибокого і предметного аналізу.

Література

1. Мамут Л. Государство: Полюсы представлений // Общественные науки и современность / Л. Мамут. — 1996. — № 3.

2. Мироненко П. В. Форма правління: політичні трансформації на зламі століть: монографія / П. В. Мироненко. — К.: ВЦ “Академія”, 2014. — 220 с.
3. Політологічний енциклопедичний словник / Упорядник В. П. Горбатенко; За ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. — 2-ге вид. доп. і перероб. — К.: Генеза, 2004. — 736 с.
4. Політологія: Підручник / За ред. О. В. Бабкіної, В. П. Горбатенка. — 3-тє вид., переробл., доп. — К.: ВЦ “Академія”, 2006. — 568 с.
5. Рудик А. А. Основи теорії держави: навч. посіб. / А. А. Рудик. — К.: Алерта, 2013. — 208 с.
6. Фисун А. А. Демократия, неопатримониализм и глобальные трансформации: монография / А. А. Фисун. — Х.: Константа, 2006. — 352 с.
7. Халипов В. Ф. Власть. Кратологический словарь / В. Ф. Халипов. — М.: Республика, 1997. — 431 с.
8. Этин Л. М. Разделение властей: опыт современных государств / Л. М. Этин. — М.: Юридическая литература, 1995. — 176 с.
9. Dahl R. L. On political Equality / R. L. Dahl. — Yale University Press, 2007. — 142 p.
10. Held D. Models of Democracy / D. Held. — Stanford Universities Press, 2006. — 338 p.

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Формування конкурентних переваг в широкому розумінні трансформується в завдання адаптації системи управління до змін конкурентного середовища, що дозволяє швидко і точно визначити напрямок підвищення конкурентоспроможності. Для вирішення цієї задачі підприємству необхідно постійно підтримувати досягнуті успіхи на ринку, оскільки при відсутності цілеспрямованої праці вони будуть знищені відповідними діями конкурентів.

Отже, підприємству необхідно не тільки знайти сильну конкурентну перевагу, враховуючи всі фактори впливу на процес формування переваг, але і постійно підтримувати стійкі довгострокові конкурентні переваги.

По-перше, необхідно зазначити, що *виявлення та формування конкурентних переваг являє собою певний маркетингово-технологічний процес*. Технологія формування конкурентних переваг — це комплекс маркетингових процедур та способів їх впровадження, які призначені для переважного позиціонування підприємства в конкурентному середовищі.

І. З. Должанський та Т. О. Загора виділяють певні особливості, які характеризують технологію формування конкурентних переваг:

1. Систематичний характер виконання, обумовлений динамічністю конкурентного середовища та необхідністю його постійного моніторингу;
2. Постійна аналітична робота по вивченню стану та тенденцій розвитку ринку, вивчення активності конкурентів;
3. Необхідність сильної інформаційної підтримки у вигляді статистичних даних, результатів маркетингових досліджень та оперативної інформації щодо стану ринку;
4. Висока відповідальність при розробці та впровадженні таких технологій, відзначених сильним впливом рішень, що розробляються, на важливі економічні показники [1].

При формуванні конкурентних переваг, підприємство визначає свою позицію в галузі і одночасно вступає в боротьбу з іншими підприємствами. В підсумку, фірми обходять своїх суперників, якщо мають міцну конкурентну перевагу. Відмітимо, що конкурентна перевага поділяється на два основні види: *більш низькі витрати та диференціація товарів*. Низькі витрати відо-

бражають здатність фірми розробляти, випускати й продавати порівнянний товар з меншими витратами, ніж конкуренти. Продаючи товар за такою самою (або приблизно такою ціною), що й конкуренти, фірма в цьому випадку дістає більший прибуток. Диференціація — це здатність забезпечити покупця унікальною й більшою цінністю у вигляді нової якості товару, особливих споживчих властивостей або післяпродажного обслуговування. Диференціація дає можливість фірмі диктувати високі ціни, що при рівних з конкурентами витратах знов-таки дає більший прибуток.

Враховуючи те, що підприємство постійно діє в конкурентному середовищі, важливо відмітити, що на конкурентні переваги впливають різні зовнішні та внутрішні фактори. Силу впливу кожного з факторів описує у своїй моделі М. Портер [2] і ця модель є класичною, оскільки всі автори, аналізуючи конкурентне середовище посилаються на його трактування.

Вплив вхідних бар'єрів на конкурентні переваги. Поява нових конкурентів загострює конкурентну боротьбу й змушує оборонятися, у тому числі за рахунок створення вхідних бар'єрів у галузь. Рівень вхідного бар'єра визначається рядом факторів, серед яких найбільше на конкурентні переваги впливають: місткість ринку та її динаміка; переважний тип виробництва в галузі й пов'язаний з ним рівень питомих витрат на виробництво й реалізацію продукції; ступінь диференціації продукції; доступність каналів розподілу продукції; потреба в додаткових капітальних вкладеннях; рівень розвитку ринкової інфраструктури.

Вплив споживачів продукції на конкурентні переваги. Споживачі зіштовхують інтереси конкуруючих підприємств за допомогою спеціальних засобів впливу на ринок, що приводить до зниження цін, підвищення якості продукції, збільшення кількості і якості споживаних послуг.

Вплив постачальників продукції на конкурентні переваги. Постачальники впливають на конкурентну боротьбу головним чином за допомогою двох факторів — ціни і якості товарів і надаваних послуг.

Вплив товарів-замінників на конкурентні переваги. Вироби, здатні так чи інакше замінити реалізовані товари, являють собою важливий фактор, що впливає на період дії конкурентних переваг. Відносно таких товарів-замінників на ринку діє правило цінової привабливості: якщо ціна на один з товарів зростає, збільшується попит на інший, що є його замінником. У результаті відбувається переорієнтація покупців на виробників, що пропонують вирішення споживчих проблем більш дешевим способом. Загроза товарів-замінників тим реальніша, чим більше: кількість ефективних замінників виробленого товару; обсяг виробництва товарів-замінників; різниця в цінах в цінах між виробом-оригіналом і товарами-замінниками на користь останніх [3, с. 55–59].

Модель М. Портера спробував конкретизувати Г. Л. Азоев, він виділяє додаткові фактори впливу на процес формування конкурентних переваг, такі як: 1) антимонопольна політика, 2) фінансова політика стимулювання конкуренції, 3) регулювання експорту та імпорту продукції на осно-

ві ліцензування і котування, зміни митної політики; 4) участь держави в виробництві та реалізації продукції за рахунок підтримки певної частини державної власності в галузевих підприємствах; 5) державна стандартизація продукції, технологій, умов безпеки та екологічності виробництва, охорона навколишнього середовища; 6) регулювання видобування корисних копалин; 7) патентно-ліцензійна політика, яка законодавчо закріплює виключні права на винаходи, відкриття тощо; 8) соціальний захист споживачів за допомогою законодавчо закріплених прав споживачів [3, с. 59–60].

І. Ю. Сіваченко виділяє якість продукції як основний фактор впливу на формування конкурентних переваг, а саме підкреслює важливість формування у свідомості споживача думки про високу ступінь корисності даної продукції [4, с. 50–51].

Схожу з М. Портером та Г. Л. Азоевим типологію пропонує І. А. Спірідонов, але він наголошує на важливості впливу інновацій на процес формування конкурентних переваг та визначає найбільш типові причини інновацій, які формують конкурентні переваги: нові технології, нові або змінні потреби покупців, поява нового сегменту в галузі, зміна вартості або компонентів виробництва, зміна централізованого регулювання [5, с. 100–101].

Російський економіст І. М. Ліфіц виділяє 4 фактори, які впливають на процес формування переваг: виробничі, ринкові, збутові та сервісні. Серед збутових та сервісних факторів, він виділяє створення великої дилерської мережі, рекламне забезпечення, ефективну систему розрахунків з постачальниками, транспортабельність товару, надійність постачання тощо [6].

Американський спеціаліст з маркетингу Джек Траут найголовнішим фактором для досягнення конкурентної переваги вважає процес диференціації. Ця концепція не нова, її підтримують багато авторів. В його теорії товар повинен мати унікальні властивості, або мати меншу ціну і менші витрати, в порівнянні з товарами конкурентів [7].

На основі вивчених поглядів та класифікацій автор пропонує виділити три фактори впливу на процес формування конкурентних переваг для підприємств переробної промисловості:

- 1) розробка та впровадження інновацій;
- 2) процес глобалізації суспільства в цілому та глобалізація бізнесу;
- 3) технологічні аспекти (застосування найсучасніших біотехнологій).

1) В процесі досягнення конкурентних переваг, підприємство знаходить нові способи конкуренції в своїй галузі і виходить з ними на ринок, що можна узагальнюючи, назвати одним словом — “нововведення”. Нововведення в широкому розумінні включають і вдосконалення технологій, і покращення методів управління. Підкреслимо, що конкурентна перевага в основі своїй випливає з поліпшень, нововведень та змін. Фірми отримують перевагу перед суперниками тому, що вони уловлюють нову основу для конкуренції або знаходять нові і більш ефективні засоби для ведення конкуренції по-старому.

2) У процесі дослідження особливостей формування конкурентного середовища та конкурентних переваг, виявлено зростання впливу на розвиток конкурентних відносин в Україні факторів екзогенного характеру, зокрема, глобальних і регіональних. Глобалізація, як економічне явище, останніми десятиліттями стала важливим елементом світової системи, тією впливовою силою, що визначає подальший розвиток цивілізації, призводить до загострення міжнародної конкуренції як на макрорівні — окремих економік, так і на мікрорівні — окремих фірм і фінансових інститутів, впливає на формування конкурентних середовищ окремих країн.

Таким чином, на наш погляд, доцільно виділити та розглянути глобалізацію, як другий фактор впливу на процес формування конкурентних переваг. Можна сказати, що глобалізація впливаючи на процес формування конкурентних переваг місцевих підприємств, дозволяє їм знаходити джерела конкурентних переваг в їх локальності, близькості до місцевих ринків та знаннях національних особливостей в перевагах споживачів.

3) Третім вагомим фактором впливу на формування конкурентних переваг є технологічний уклад, а саме поширення біотехнологічних процесів у виробництві.

На наш погляд, можна виділити позитивні тенденції впливу процесу поширення біотехнологій на споживчі переваги, розуміння яких, в свою чергу, допомагає формувати підприємствам власні конкурентні переваги: прагнення споживати екологічно чисту продукцію, не шкідливу для здоров'я; зростаюче бажання споживачів зберігати навколишнє середовище від забруднення; збереження від забруднення стічні води; пошук ефективних та безпечних альтернатив товарам, до складу яких входить багато хімічних компонентів.

Поряд з позитивними тенденціями, ми пропонуємо виділити і негативні, які теж певним чином впливають на формування конкурентних переваг. Відмітимо деякі з них: сумніви та скептицизм споживачів щодо природності “натуральних” інгредієнтів, які входять до складу продуктів; можливість компаній змушувати свою продукцію виглядати “здоровою” за допомогою значних інвестицій в маркетингові програми.

Отже, на основі вивченого матеріалу, можна зробити висновок, що в майбутньому попит на екологічно чисті товари, товари з біокомпонентами, продукти, які не містять хімічних барвників, буде все більше зростати. Враховуючи ці тенденції, вітчизняні переробні підприємства вже сьогодні можуть формувати свої конкурентні переваги, розробляти стратегії та планувати асортиментні групи спираючись на існуючі дослідження.

Особливий вплив, на думку автора, на процес формування конкурентних переваг чинять всі три проаналізовані фактори — глобалізація, інноваційні процеси та впровадження біотехнологій, в комплексі, доповнюючи один одного. Вітчизняні підприємства, які прагнуть стати конкурентоспроможними не тільки на місцевому ринку, але й на міжнародному, повинні розглядати ці фактори як взаємопов'язану систему, яка дозволяє постійно знаходити нові джерела конкурентних переваг.

Література

1. Должанський І. З, Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник // І. З. Должанський, Т. О. Загорна. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 384 с.
2. Портер М. Конкуренція / Майкл Портер // Пер. с англ.: уч. пос. — М.: Издательский дом “Вильямс”, 2001. — 495 с.: ил. — Парал. тит. англ.
3. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. — М.: ОАО “Типография “НОВОСТИ”, 2000. — 256 с.
4. Сіваченко І. Ю. Управління міжнародною конкуренцією // І. Ю. Сіваченко. — К.: ЦУЛ, 2003. — 186 с.
5. Спиридонов И. А. Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики России: Учебное пособие / И. А. Спиридонов. — М.: ИНФРА-М, 1997. — 170 с.
6. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг /И. М. Лифиц // 2-е изд., доп. и испр., М.: Юрайт-М, 2001. —224 с., стр. 8.
7. Траут Дж. Дифференцируйся или умирай! /Дж. Траут, С. Риквин. — СПб.: Питер, 2002. — 224 с.: ил.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ РАБОТАЮЩИХ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ, ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Радикальные изменения в мировой системе хозяйствования (связанные преимущественно с переходом на рыночные рельсы в экономике) ныне предъявляют все более высокие требования к поведению работающих, демонстрируют в целом крайне низкую эффективность административных методов управления поведением человека в сфере любого производства. Можно вполне согласиться с точкой зрения русских экономистов Т. Заславской и Р. Рывкиной в том плане, что надо исходить (учитывать) из трех этапов в развитии представлений о роли человека в экономике [3].

Прежде чем акцентировать внимание на поведении человека в условиях экономической, трудовой деятельности, надо обратить внимание на так называемый мотивационный аспект такого поведения. Касательно исследования человека вообще, интересным представляется точка зрения украинского (г. Киев) социолога Н. П. Лукашевича, который указывает на необходимость монистического и плюралистического подходов в анализе поведения человека. При этом особо Н. П. Лукашевич выделяет системно-структурный подход [5]. “В основе поведения человека как системы, — пишет Н. П. Лукашевич, — лежит механизм поддержки динамического равновесия системы “человек-среда”, что нарушается в связи со сменами в каждой из подсистем — “человек” и “среда”. Направленность поведения и деятельности человека в сторону поддержки равновесия со средой обусловлена стремлением уберечь человека как систему. Другими словами, любое поведение человека обусловлено и направлено на сохранение и обеспечение его жизни” [Там же, с. 97].

Выше изложенное имеет непосредственное отношение и к трудовой, преобразующей деятельности человека, где также присутствуют определенные цели, мотивация. Такая деятельность, мотивация в большинстве случаев является рациональной, ибо в ее основе цель, которую человек и желает достичь. Как известно, теоретические основы такого расширенного понимания рациональности в свое время глубоко проработал выдающийся не-

мецкий политолог М. Вебер, выделяя, в частности, четыре “идеальных типа” социального действия, а именно:

Первый: целенаправленное действие (придуманное использование условий и способов для достижения поставленной цели).

Второй: ценностно-рационально действие (основано на вере в самодостаточности ценности (религиозная, эстетическая)).

Третий: аффективное действие (обусловлено эмоциональным состоянием индивида, его непосредственными чувствами).

Четвертый: традиционное действие (основано на длительной привычке или обычае) [Там же, с. 100].

Экономическое поведение — сложный феномен, который может и должен рассматриваться как из социальной, так и экономической точки зрения. И все же деятельность и поведение человека, группы, в том числе и в сфере труда, производственной деятельности регулируется их специфическим положением в системе производственных отношений, потребностями, интересами, а также внешними факторами, главным из которых является управление экономикой. “Социальный механизм развития экономики, — пишет В. Е. Пилипенко, — трактуется как система, указывающая частные относительно нее механизмы двоякого рода: плановое управление экономикой — влияние хозяйственного механизма и государственного управление на экономическую деятельность работников; влияние на развитие экономики не поддающихся прямому плановому управлению факторов — интересов и экономического поведения людей” [8, с. 5].

Будем учитывать и то, что существует немало методов социального управления, как совокупности приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных целей. В целом выделяют следующие методы управления: социальные и социально-психологические (применяемые именно с целью повышения социальной активности людей); экономические (обусловлены экономическими стимулами); организационно-административные (основанные на прямых директивных указаниях); самоуправление (разновидность саморегулирования социальной системы) [6, с. 49–51].

Наконец, существенное значение в процессе трудовой деятельности человека имеют различные стимулы и мотивации, которые достаточно хорошо изучены.

Конкурентоспособность предприятий главным образом обеспечивается посредством человеческой (индивидуальной, коллективной) деятельности. Одной из форм такой деятельности человека является его трудовая деятельность. Поэтому, как указывают авторы учебного пособия “Экономическая социология”, “в условиях перехода к социальному рыночному хозяйству актуализируются социологические исследования социально-экономического поведения социально-профессиональных групп работников, занятых в различных сферах хозяйствования” [8, с. 139].

Обратим внимание на точку зрения известной русской экономистки, профессора Т. Заславской относительно того, что социально-экономичес-

кое поведение “представляет собой систему взаимосвязанных поступков и действий, которые люди совершают в социальной и экономической сферах под влиянием личных и групповых интересов ради удовлетворения своих потребностей. Отражая объективную сторону экономической деятельности, — пишет эта высокоавторитетная русская ученая, — индивидуальное и коллективное поведение людей существенно влияет на ее результаты и эффективность” [2, с. 9].

Понятно, что существует много разновидностей социально-экономического поведения работающих, от чего в совокупности и зависят как результаты деятельности предприятия, так и его конкурентный уровень, состояние. При этом, социально-экономическое поведение работника зависит от многих факторов, среди которых в последние десятилетия особо выделяется инновационный фактор, или инновационное поведение. Такое поведение представляет собой “систему действий и поступков, совершаемых работниками в процессе осуществления нововведений и выражающих или реакцию на условия инновационной деятельности, а также на ее различные составляющие” [4, с. 47]. Известный экономист Л. Я. Косалс выделяет пять основных стратегий инновационного поведения, имеющих определенные особенности для различных социальных групп (перечислим их без достаточно обстоятельной характеристики):

- а) самостоятельная разработка новшеств и их внедрение;
- б) самостоятельная активность при осуществлении нововведений;
- в) участие в осуществлении нововведений без проявления самостоятельной активности;
- г) пассивное осуществление нововведений;
- д) активное сопротивление нововведению [Там же, с. 143–144].

Таким образом, нетрудно сделать общий вывод о том, что задача экономической науки (прежде всего экономической социологии) состоит в том, чтобы: а) глубже и предметнее изучать комплекс аспектов, обеспечивающих реальную конкурентоспособность предприятий; б) заниматься поиском действенных методов управления субъективным отношением (поведением) работников к социально-экономической деятельности; в) отыскивать стимулы, отражающие реальные потребности людей. В сумме эти факторы и позволяют усилить конкурентоспособность отдельно взятого предприятия.

Литература

1. Заславская Т. И. О социальном механизме развития экономики // Пути совершенствования социального механизма развития советской экономики / Т. И. Заславская. — Новосибирск, 1985. — С. 14–29.
2. Заславская Т. И. Социальный механизм в экономике // Знание — сила / Т. И. Заславская. — 1985. — № 10. — С. 38–142.
3. Заславская Т. И., Рывкина Р. В. Экономическая социология: исторические предпосылки и объект изучения // Экономическая социология и перестройка / Т. И. Заславская, Р. В. Рывкина. — М., 1989. — С. 142–149.

4. Косалс Л. Я. Социальный механизм инновационных процессов / Л. Я. Косалс. — Новосибирск, 1989. — 411 с.
5. Лукашевич М. П. Соціологія економіки: Підручник / М. П. Лікашевич. — К.: Каравела, 2005. — 288 с.
6. Основы социального управления: Учебное пособие / А. Г. Гладышев, В. Н. Иванов, В. И. Патрушев и др. под ред. В. Н. Иванова. — М.: Высш. шк., 2001. — 271 с.
7. Ответственность в управлении. — М.: Прогресс, 1985. — 342 с.
8. Пилипенко В. Е. и др Экономическая социология: Учеб. пособие / В. Е. Пилипенко, Э. А. Гансова, В. С. Казаков и др.; Под ред. В. Е. Пилипенко. — К.: МАУП, 2002. — 296 с.
9. Туленков М. В. Сучасні теорії менеджменту: Навч. посіб. / М. В. Туленков. — К.: Каравела, 2007. — 304 с.

КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ РОЗВИТКУ ЯКІСТЮ ПЕРСОНАЛУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Трансформаційні зміни в сучасному суспільстві, реорганізація всієї економічної системи вимагають вирішення таких важливих економічних і соціальних завдань, як забезпечення конкурентоспроможності персоналу та створення сприятливої соціальної атмосфери на машинобудівних підприємствах. Саме проблеми управління персоналом набувають особливої гостроти і актуальності й багато в чому визначають вектор економічного розвитку як окремого підприємства, галузі так і країни в цілому.

В даний час накопичений суспільством інтелектуальний і матеріально-технічний потенціал створює необхідну основу для трансформації в якісно новий стан розвитку економічної системи, коли домінуючим в стратегії соціального і економічного розвитку стає інтенсивний характер перетворень. Важлива роль у цьому належить якості персоналу. Підвищення ефективності господарювання потребує прийняття сучасних і адекватних рішень щодо управління виробничими ресурсами та вдосконалення методів управління виробничою діяльністю, що можливе лише за умови органічного включення людини з його ціннісними орієнтаціями і установками, трудовими навичками і кваліфікацією в систему господарського механізму підприємства [2].

На українських підприємствах машинобудування має місце погіршення якісного складу персоналу, зниження ефективності його праці, організації управління виробничою діяльністю, порушення системи відтворення управлінського потенціалу, відсутність кадрового регулювання на всіх рівнях, підвищення складності управлінської праці на промислових підприємствах та вимоги до фахівців, які її виконують. Головним наслідком такого становища є відсутність дієвого механізму розвитку управлінського персоналу.

У цих умовах стає надзвичайно важливим успішне вирішення проблем ефективного формування, діяльності і розвитку персоналу машинобудівного підприємства і управління цими процесами.

Реалізація запропонованої концепції управління ефективністю якості персоналу на машинобудівних підприємствах, дозволила визначити підсистеми з найнижчим рівнем ефективності на основі цільових значень показників ефективності протікання функціональних процесів розвитку якості персоналу. Визначено, що особливу увагу на всіх машинобудівних підпри-

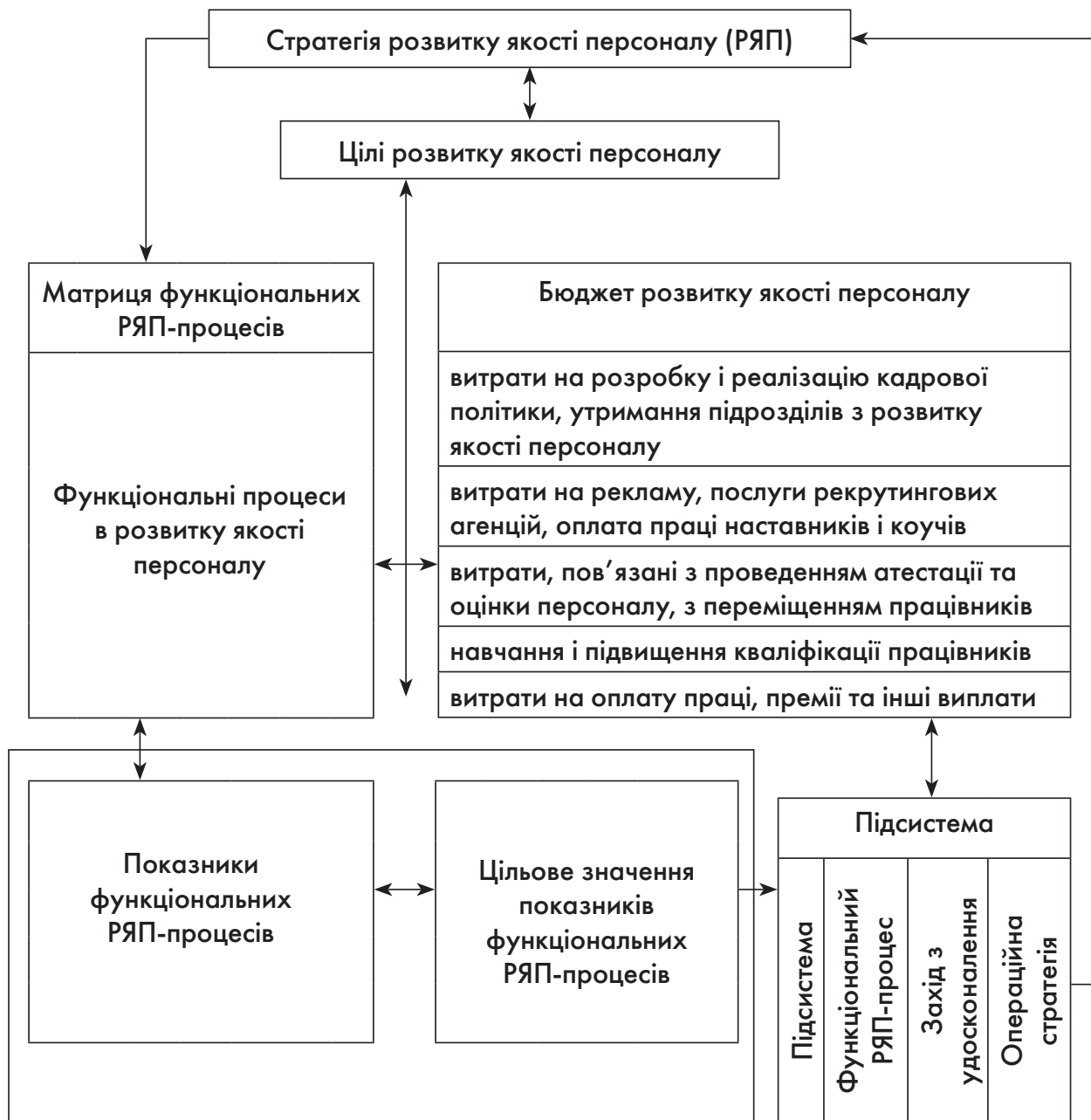


Рис. 1. Концептуальна схема управління ефективністю якістю персоналу машинобудівних підприємств [удосконалено автором на основі 1]

емствах необхідно приділити підсистемі розвитку персоналу, виходячи з чого було розроблено організаційне забезпечення підвищення ефективності якості персоналу у вигляді програми розвитку персоналу, під яким слід розуміти встановлення набору конкретних форм і методів розвитку, освіти та навчання персоналу на основі необхідних компетентностей, які формуються виходячи з потреб у компетенціях. Реалізація необхідних компетенцій у ключових сферах відповідальності, що впливає на результати діяльності машинобудівних підприємств, має забезпечувати конкурентні переваги підприємства.

Література

1. Власенко Т. А. Визначення рівня ефективності менеджменту персоналу на машинобудівних підприємствах / Т. А. Власенко // Матеріали Міжнар. наук.-практ. конференції “Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика” (м. Харків, 15 – 16 листопада 2010 р.) // Управління розвитком: зб. наук. ст. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2010. – № 18 (94). – С. 79–81.
2. Осьмірко І. В. Бізнес-процес підвищення кваліфікації персоналу на підприємствах коксохімії / Коммунальное хозяйство городов. – 2010. – Випуск 92: Серія: Економічні науки. – С. 267–273.
3. Наумова О. О. Розвиток інноваційної діяльності працівників на підприємстві / О. Наумова // Резерви економічного зростання та інноваційного розвитку підприємств України. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів та студентів 25–26 листопада 2009 р. – КНТУ. – Кіровоград: ПРВЦ “КОД”, 2009. – С. 213–215

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Сучасна економіка інноваційного типу базується на науково-технічній та інноваційній діяльності, що забезпечує створення нових товарів, технологій та послуг. Ключовим фактором розвитку такого типу економіки є створення ефективної моделі інноваційної інфраструктури [1].

Проблемами формування ефективної інноваційної інфраструктури держави займалися зарубіжні учені S. Eriksson, E. Ramstad, S. Reboud, L. Woolgar, A. Bartzokas, M. Frenz, R. Lambert, T. Alasoini, T. Mazzarol, T. Volery та інші, а також спеціалісти міжнародних фінансово-економічних організацій. Серед російських та вітчизняних учених різні аспекти створення інноваційної інфраструктури досліджували А. Князевич, Н. Рудь, О. Євсєєв, М. Коновалова, М. Яворський, Т. Гринько, А. Райхлина, І. Дежина та інші.

Предметом подальшого розгляду стане дослідження інноваційної інфраструктури у країнах, що є світовими лідерами у сфері інновацій.

За даними Європейського інноваційного табло (Innovation Union Scoreboard у 2014 р.) найвищий рівень інноваційного розвитку був зафіксований у Південній Кореї (рис. 1).

Основною особливістю функціонування інфраструктури інновацій у Південній Кореї є відносно обмежений зв'язок між промисловим виробництвом та науковими дослідженнями та низька швидкість реагування державних НДІ (government research institutes – GRIs) та університетів на потреби (запити) бізнесу.

Попри інноваційне лідерство у світі, Південна Корея не зупиняється, і надалі розробляючи заходи з подальшого розвитку інфраструктури інновацій у країні.

Аналіз відповідних досліджень дозволив розподілити їх на три групи.

1. Заходи, спрямовані на соціальну складову інноваційної інфраструктури, а саме: покращення матеріальної компенсації для висококваліфікованих робітників шляхом скорочення термінів обов'язкової військової служби, розповсюдження преміальної системи на науковців та інженерів; розвиток науковоорієнтованої культури та соціального оточення на загальнонаціональному рівні та інше.

2. Заходи, орієнтовані на комерціалізацію інновацій, спрямовані на подолання проблеми низького рівня співробітництва між малими та середні-

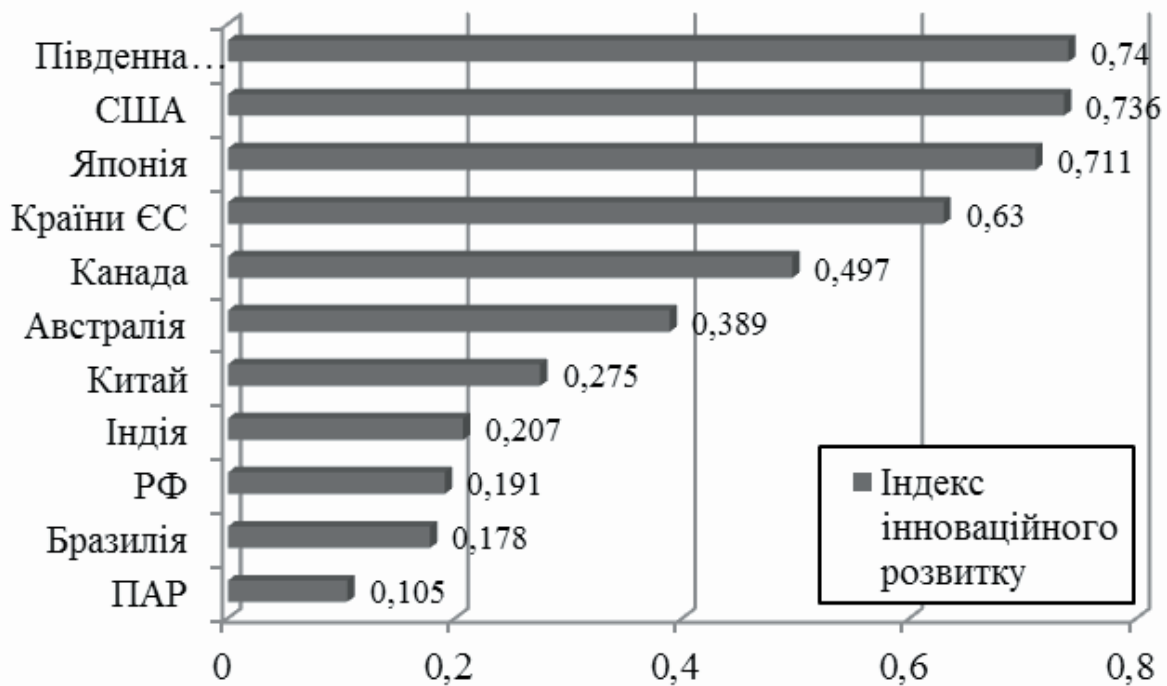


Рис. 1. Індекс інноваційного розвитку країн світу за 2013 р.
Складено за [2, с. 29]

ми підприємствами та академічними установами. Зокрема, передбачається: стимулювання розвитку висококваліфікованих студентів з метою підтримки інновацій на виробництві та залучення їх до інноваційно-орієнтованих компаній; надання систематичної підтримки державно-приватному партнерству у сфері інновацій; подальша переорієнтація державних НДІ відповідно до цілей розвитку економіки та ін. [3, с. 13].

3. Заходи, спрямовані на підтримку інноваційних малих та середніх підприємств: розвиток освітнього напрямку “підприємництво” в університетах; консультативна урядова підтримка стартапів; розвиток мережі інноваційних інкубаторів на базі малих та середніх підприємствах (так, на 2013 їх нараховувалось 275, у тому числі на базі університетів – 209, державних НДІ – 25, на базі малих та середніх підприємств – усього 5) [3, с. 148].

Другим світовим лідером у розвитку інноваційної інфраструктури є США. Для розвитку інноваційної інфраструктури XXI ст. у США пропонується посилити зв'язки університетів та національних лабораторій і ринку з метою стимулювання розвитку та комерціалізації наукових досліджень, полегшення співпраці з промисловістю. Для цього передбачаються такі заходи: розвиток бізнес-інкубаторів у складі університетів; розвиток додаткових Центрів передових знань; розширення використання дослідницьких парків; розширення Програми підтримки малого бізнесу в сфері інноваційних досліджень для підтримки комерціалізації результатів наукових досліджень університетів та лабораторій.

Крім того, передбачаються такі додаткові заходи розвитку інфраструктури інновацій у США:

- розвиток суспільно-державних об'єднань, перш за все, за рахунок фінансування на ранніх етапах діяльності та підтримки промислових консорціумів;
- створення нових інститутів для прикладних досліджень з метою комерціалізації та виробництва технологій, створених у США;
- посилення розвитку кластерів;
- забезпечення доступу до іноземних кластерів;
- підтримка розвитку науково-дослідних парків [4, с. 181–197].

Оскільки Україна проголосила курс на інтеграцію до ЄС, доцільним є аналіз досвіду створення інноваційної структури у країнах цього об'єднання.

Розглядаючи загальні напрями підвищення ефективності інноваційної інфраструктури, які розповсюджуються на всі країни ЄС, зазначимо, що головні напрями розвитку інноваційної інфраструктури у країнах ЄС на період до 2020 зафіксовано у відповідному документі щодо ініціативи створення “Інноваційного союзу” – Europe 2020 Flagship Initiative Innovation Union [5].

Так, планується надалі *розвивати Європейський науковий простір* (European Research Area) з метою забезпечення рівних та справедливих умов функціонування для всіх агентів інноваційного ринку, зокрема в сфері розвитку науково-дослідницької інфраструктури й трансферу технологій. До 2015 р. країни-члени ЄС мають завершити або впровадити не менше 60 % пріоритетної європейської науково-дослідницької інфраструктури, склад якої визначено відповідним Європейським стратегічним форумом (European Strategy Forum for Research Infrastructures – ESFRI).

Розвиток Європейського інституту інновацій і технологій (European Institute of Innovation and Technology – EIT) з метою ефективного поєднання усіх сторін “трикутника знань” (освіти, досліджень та інновацій), а також створення нових патернів управління та фінансування у цих сферах. Об'єднання в структурі EIT (Knowledge and Innovation Communities – KICs) міститимуть весь інноваційний ланцюжок, що сприятиме знайденню найбільш креативних та інноваційних партнерів у сферах досліджень, бізнесу та академічних знань з метою співпраці над найважливішими суспільними проблемами.

Створення єдиного інноваційного ринку з метою залучення інноваційних інвестицій та бізнесу, підвищення конкурентоздатності інновацій, надання підприємствам можливості комерціалізації успішних інновацій, скорочення адміністративних витрат, пов'язаних з отриманням патентів (процес отримання патенту у країнах ЄС є у 15 разів більш витратним, аніж у США, значною мірою завдяки витратам, пов'язаним з перекладом та адмініструванням).

Розвиток інноваційних кластерів. У 2006 р. ЄС прийняв широкомасштабну інноваційну стратегію та визначив основні кластері у Європі. У 2008 р. був підписаний Європейський кластерний меморандум, який містить відповідні рекомендації щодо кластерної політики на регіональному, національному та наднаціональному рівнях, в тому числі і щодо розвитку інноваційної

інфраструктури. Ініціатива “Регіони знань”, що реалізується в рамках проекту FP7, як частину Європейського наукового простору, передбачає створення інноваційно-дослідницьких кластерів, до структури яких входять університети, дослідницькі центри, підприємства та регіональна влада, а також підтримка їх співпраці.

Узагальнюючи проаналізований досвід створення ефективної інноваційної інфраструктури у країнах світу, для української економіки можна запропонувати такі напрями удосконалення існуючої інфраструктури інновацій:

1. Встановлення ефективної загальної системи управління для наукових досліджень та інноваційних програм, охоплюючи всіх учасників цього процесу.
2. Надання більшої автономії державним НДІ.
3. Розвиток мережі трансферу технологій.
4. Розвиток інфраструктури бізнес-інновацій.

Водночас, слід зауважити, що просте копіювання зарубіжних моделей створення інфраструктури інновацій без урахування економічного контексту, в якому ті чи інші моделі функціонують і розвиваються, не є ефективним. Саме тому, напрями подальших досліджень буде вивчення інноваційного середовища України з метою адаптації до нього зарубіжного досвіду.

Література

1. Закон України “Про інноваційну діяльність” від 04.07.2002 № 40-IV.
2. Innovation Union Scoreboard 2014 // European Commission, 2014. — 98 p.
3. Industry and Technology Policies in Korea / OECD Publishing, 2014. — 210 p.
4. Rising to the Challenge: U. S. Innovation Policy for the Global Economy Committee on Comparative National Innovation Policies: Best Practice for the 21st Century / Board on Science, Technology, and Economic Policy, Policy and Global Affairs, National Research Council, National Academies Press, 2012. — 559 c.
5. Europe 2020 Flagship Initiative Innovation Union // Communication from the commission to the European parliament, the Council, the European economic and social committee and the Committee of the regions. — № 546 від 6.10.2010 p.

К. Ю. ІЩУК

магістрантка, Інституту реклами, м. Київ
науковий керівник — Меркулова С. І., канд. пед. н.,
Інституту реклами, м. Київ

ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

Процес інтенсивного розвитку глобальної мережі Інтернет та комерціалізація Інтернету призвели до зміни способів ведення бізнесу та виникненню електронного ринку. Інтернет почав використовуватись як інтерактивний канал взаємодії компаній з бізнес-партнерами та покупцями, що забезпечило широкий розвиток Інтернет-маркетингу та здійснення прямих онлайн-нових продажів. Інтернет докорінно змінив способи обміну інформацією і, звичайно, зробив величезний вплив на маркетингові комунікації. В умовах сучасної конкуренції та складної економічної ситуації особливо гостро постає проблема розвитку онлайн-маркетингу. Саме онлайн-маркетинг забезпечує більш тісний зв'язок з потенційною аудиторією та створює у споживача сильний емоційний зв'язок з брендом. Споживачі запам'ятовують бренд завдяки частоті показів реклами, а внаслідок того, що в режимі онлайн-емоційний зв'язок стає сильнішим, велика кількість показів стає непотрібною, що в свою чергу забезпечує зменшення витрат на рекламу.

Для ефективної діяльності підприємства необхідно правильна та чітка постановка цілей, а також конкретних дій. Основну увагу необхідно приділити таким інструментам онлайн-маркетингу, що забезпечують найбільшу націленість на цільову аудиторію та є менш затратними.

Існує декілька основних фундаментальних інструментів розвитку онлайн-маркетингу в Україні. Перший з них — *пошукова оптимізація* як просування сайту з метою конвертації відвідувачів сайту в реальних покупців, підняття продажів і обіймання лідируючої позиції у своєму сегменті. Результати, отримані в ході ефективної SEO-кампанії, носять довгостроковий характер, веб-сайт залишається на вершині в результатах пошуку протягом тривалого часу.

У сучасних умовах перенасичення інформації та безлічі рекламних повідомлень одним з основних напрямів розвитку онлайн-маркетингу є створення цінного *контенту*. Контент — це будь-яке інформаційне або змістовне наповнення інформаційного ресурсу або веб-сайту. Оптимізація контенту дозволяє стати ближче до своєї аудиторії і допомагає краще зрозуміти її, спостерігаючи за реакцією споживачів на нього.

Не менш ефективним інструментом онлайн-маркетингу є *ретаргетинг*. Ретаргетинг — це рекламний механізм, за допомогою якого онлайн-реклама направляє тим користувачам, які вже переглянули рекламований продукт, відвідавши сайт рекламодавця, але не здійснили покупку. Згідно з дослідженнями, 95–98 % користувачів залишають веб-сайт без здійснення покупки, а ретаргетинг збільшує конверсію, нагадуючи споживачу про продукт або послугу, яка зацікавила його раніше. Зараз вже розрізняють декілька видів ретаргетингу (пошуковий, персоналізований), а в майбутньому будуть з'являтися нові технології по його реалізації у різних сферах.

Одним з головних напрямків розвитку онлайн-маркетингу в Україні є *відео-маркетинг*. Згідно даних Cisco, до 2017 року відео буде охоплювати до 69 % всього Інтернет-трафіку. 64 % Інтернет-маркетологів, які взяли участь в опитуванні Nielsen, впевнені, що відео-маркетинг вже зараз є одним з головних рекламних каналів для їх компаній і збереже першість у найближчому майбутньому.

YouTube — друга за популярністю пошукова система в світі після Google, і з кожним роком його популярність тільки зростає. 67 % українських Інтернет користувачів воліють дивитися відео в форматі онлайн, з них 61 % на YouTube. Пряма реклама на YouTube це: графічне оголошення; відео-оголошення; оголошення у форматі InVideo і InStream (анімовані flash-накладки). Також, на youtube є можливість розміщення графічного банера, який відображається над списком рекомендованих відео. Реклама на YouTube дозволяє самостійно керувати рекламним оголошенням. До того ж, за допомогою нового формату показу реклами TrueView, який дозволяє показувати ролик тільки зацікавленим користувачам зменшуються при цьому витрати на показах.

Перспективи розвитку онлайн-маркетингу в Україні з кожним роком зростають. Щодня компанії роблять ставки на маркетинг в мережі, аналізуючи онлайн-середовище та знаходять нові способи впливу на користувачів. В той же час для досягнення комерційного успіху необхідно постійно вдосконалювати стратегію онлайн-маркетингу, підвищувати кваліфікацію маркетологів; щорічно коригувати маркетинг-плани; а пробувати нові товари та послуги; створювати стратегію і календар оновлення для веб-сторінки; удосконалювати систему знижок; випереджати клієнтів, публікуючи заздалегідь відповіді на питання, які можуть виникнути у покупця; розробляти спільні пропозиції щодо просування бренду; стимулювати співробітників для поліпшення якості роботи; використовувати ретаргетинг і управляти своїм контентом.

Література

1. Бойчук І. В. Інтернет у маркетингу: Навчальний посібник. — Видавництво “Київ” 2013. — 512 с.
2. Дослідження Cisco: Інтернет як одна з найважливіших потреб людини. Електронна версія <http://innovations.com.ua/ua/articles/mark/17741/doslidzhennya-cisco-internet-yak-odna-z-najvazhlivishih-potreb-lyudini>
3. Севостьянов И. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. Издательство “Питер”, 2014.

К. Р. КОНОПЛЬОВА

*магістрантка, Інститут реклами, м. Київ
науковий керівник — Меркулова С. І., канд. пед. н.,
Інституту реклами, м. Київ*

ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ПОКАЗНИК ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Процес розвитку сучасного бізнесу України потребує постійного ретельного аналізу. Це обумовлюється тим, що ринок маркетингових послуг постійно адаптується до нових, актуальних у даний проміжок часу, умов і обставин. І це — різноманітні інноваційні рішення. У такому просторі концентрованої маркетингової діяльності необхідно встигати аналізувати наслідки проведених робіт. Але ж компетентність, професійна придатність спеціаліста з інтегрованих маркетингових комунікацій полягає у досконалому оволодінні стратегічним мисленням.

Стратегічний маркетинг направлений на перспективу. За термінологією, яку надає Н. В. Куденко, “його основна мета полягає у розробленні маркетингової стратегії для досягнення маркетингових цілей фірми з урахуванням ринкових вимог і можливостей фірми” [1, с. 5]. Іншими словами — це прорахування заздалегідь влучних маркетингових ходів з урахуванням конкретної ситуації на ринку, ризиків і вигод. За умови виконання вищезазначених дій у найближчому майбутньому компанія може досягти розширення своєї частки ринку, збільшення власної конкурентоспроможності, удосконалення технічних параметрів продукції та інноваційних розробок, і як наслідок, збільшити вартість бізнесу. Так, компанії-новачку для успішного просування на ринку недостатньо скласти лише бізнес-план, адже він є лише невеликою частиною маркетингових заходів. Маркетинговий план найкраще обумовлює шляхи розвитку компанії, визначає стратегію та методи її просування на ринку. Крім того, він включає аспекти корпоративної культури та визначає певні правила роботи колективу із зазначенням послідовного виконання алгоритму дій та чітко встановлених строків виконання заходів з просування компанії на ринок. Чим чіткіше визначено дії команди фахівців з маркетингу тим краще результат роботи компанії на ринку.

Починати слід з малого — розуміння і усвідомлення мікро- та макроскладових маркетингового середовища. Згідно з Г. В. Армстронгом “маркетинговим середовищем є сукупність факторів, що впливають на процес управління фірмою, її маркетинговий розвиток та взаємовідносини зі споживачами” [2].

Мікросередовищем для компанії є: безпосередньо фірма, споживачі, посередники, постачальники, конкуренти та громадськість, які забезпечують основні напрямки роботи компанії.

Макросередовищем є: політичне, економічне, соціально — культурне, науково — технічне, природне та демографічне середовище, які безпосередньо впливають на діяльність компанії на ринку.

Ефективність діяльності будь-яких організацій у значній мірі визначається функціонуванням маркетингової системи. Маркетингову діяльність підприємства можна корегувати за наслідками контролю. Виділяють чотири наступні види: контроль річних планів, контроль прибутковості, контроль ефективності і стратегічний контроль [4].

Показники ефективності маркетингу дозволяють менеджерам з маркетингу контролювати ефективність ринка і управляти нею за допомогою маркетингової стратегії [3]. У таблиці 1 наведено три категорії показників ефективності маркетингу.

Таблиця

Показники ефективності маркетингу

Показники ефективності маркетингу		
Показники ринку: <ul style="list-style-type: none">• темп росту ринку;• частка ринку;• потенціал ринкового попиту	Показники конкурентоспроможності: <ul style="list-style-type: none">• відносна якість;• продукції;• відносна якість послуги;• відносна ціна і цінність	Показники клієнтури: <ul style="list-style-type: none">• задоволення клієнтів;• збереження клієнтів;• лояльність клієнтів

Кожен із цих трьох показників ефективності маркетингу на підприємстві, поданих у таблиці, має свої напрями оцінки. Ринкова ефективність включає зовнішні ринкові умови та привабливість ринку; конкурентна ефективність демонструє конкурентоспроможність товарів компанії; а показники діяльності клієнта характеризують ефективність співпраці зі споживачами [3].

Таким чином, дотримуючись не складної послідовності дій, можна досягти максимальної ефективності маркетингової діяльності на підприємстві у найближчому майбутньому.

Література

1. Армстронг Г. Введення в маркетинг: навч. пос.: пер. з англ. / Г. Арм-стронг, Ф. Котлер. — 5-те вид. — М.: Вільямс, 2008. — 640 с.
2. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг. Навчальний посібник / Н. В. Куденко / Вид. 2-ге, без змін. — К.: КНЕУ, 2006. — 152 с.
3. Chen Y., Hess J., Wilcox R. and Zhang J. Accounting Profits Versus Marketing Profits: A Revelant Metric for Category Management /Y. Chen, J. Hess, R. Wilcox and J. Zhang / Marketing Science, 18, № 3.
4. Буковинська бібліотека [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://buklib.net/books/37220/>

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

За умов європейської інтеграції основною проблемою організації експорту сільськогосподарської техніки підприємств України є підвищення рівня її конкурентоспроможності порівняно з виробниками аналогічної продукції за кордоном.

Розмови про необхідність комплексної розбудови машинобудівної галузі країни, в тому числі й сільськогосподарської, не вщухають з моменту проголошення Україною незалежності. Прийнята значна кількість державних програм виведення галузі з кризи, однак жодна з них не була реалізована. Як наслідок — низка колись потужних підприємств збанкрутіли, а ще частина перебивається на поодиноких замовленнях. І лише небагатьом вдалося встояти. Занепад вітчизняного сільськогосподарського машинобудування (виробництво тракторів та основних видів сільськогосподарських машин, машин й устаткування для тваринництва і кормовиробництва за 1991–2013 рр. зменшилось від 8 до 47 разів, у тому числі тракторів — майже в 24 рази) та різке скорочення випуску деяких видів технологічного устаткування для харчової промисловості (в 3,5–63 рази) призвели не тільки до падіння технічної оснащеності сільського господарства і харчової промисловості, а й до того, що держава витрачає мільярди доларів на закупку імпоротної техніки. Тим самим підтримується промислове виробництво інших країн, втрачаються джерела надходжень до державного бюджету.

Тому ситуація на ринку сільськогосподарської техніки залишається досить складною. Це значною мірою пов'язано з тим, що в Україні до цього часу відсутня державна доктрина розвитку відповідної галузі.

Формування і цілеспрямований розвиток в Україні цивілізованого ринку науково-технічної та інноваційної продукції агропромислового призначення з відповідними його структурами й організаційно-економічним механізмом — об'єктивна необхідність нинішнього етапу функціонування національного — господарства. Проте, як показує досвід України і деяких інших країн з перехідною економікою, процес становлення такого ринку вимагає не лише тривалого часу, а й чітко виважених та обґрунтованих заходів з боку держави, а також належного інвестиційного забезпечення. Це повно-

го мірою стосується як науково-дослідних установ, так і використання їх науково-технологічних та інноваційних розробок.

Щоб хоч якось виживати вітчизняні підприємства вимушені розробляти нові зразки техніки за рахунок власних обігових коштів та залучати кредит під 22–26 відсотків річних, тоді як у Європі кредит під 4 відсотки річних вважається не надто вигідним. Як результат — підприємства втрачають обігові кошти, а разом з ними й можливість своєчасного технічного переоснащення. Не таємниця, що на більшості вітчизняних підприємств й донині працюють верстати, куплені у 60-х роках минулого століття. Вони вже 4–5 разів вичерпали свій ресурс і виробляти конкурентоспроможну техніку на них дуже важко.

Прикладом підприємства, що випускає і експортує в наш час сільськогосподарську техніку, є Відкрите Акціонерне Товариство “Борекс”.

Відкрите акціонерне товариство “Борекс” є одним з головних постачальників сільськогосподарської техніки в Україні, а також за кордон. В наш час ВАТ “БОРЕКС” пропонує своїм споживачам більш як 40 найменувань різних машин останніх моделей, спроектованих для серійного випуску висококваліфікованими фахівцями товариства. Перш за все слід відзначити чотири базові моделі екскаваторів — навантажувачів гідравлічних начіпних на базі тракторів, що випускають Дніпропетровський, Мінський, Харківський і Володимирський тракторні заводи. В наш час товариство є основним постачальником для господарств України агрегатів передпосівної обробки ґрунту “АГ-6” типу “ЕВРОПАК” і комплексів машин для збирання цукрового буряка. При цьому розроблена й впроваджена у виробництво техніка “БОРЕКС” сертифікована й у 2–3 рази дешевша закордонних зразків-аналогів.

Відкритим акціонерним товариством “Борекс” за останній рік вироблено товарної продукції у порівняних цінах на суму 23,4 млн грн, що в порівнянні з попереднім роком становить 86,4 %. Аналіз структури основних видів продукції, що виробляється товариством, свідчить про її зміни. Так, за останній рік підприємством виготовлено 99 екскаваторів, що на 24 екземпляри менше, ніж у попередньому році. Вартість експортованої продукції становила 4,2 млн. грн, що на 10,8 млн. грн менше проти минулого року.

Слід зазначити, що ефективність експортної діяльності ВАТ “Борекс” протягом 2011–2012 років знизилась на 54 %. Таке падіння спричинила поява нових конкурентоспроможних виробників. Обсяг реалізації товарної продукції за 2014 рік складав 24,8 млн грн, що на 9,6 млн грн менше порівняно з попереднім роком.

Слід зазначити, що ВАТ “Борекс” є конкурентоздатним підприємством порівняно з провідними виробниками аналогічної продукції за межами України. Основними ринками збуту сільськогосподарської техніки є Україна, Росія, Білорусь, Молдова, Казахстан, Польща, Литва, Чехія, Узбекистан, Азербайджан.

Наразі найвигіднішою країною для експорту продукції ВАТ “Борекс” є Казахстан. Відсоток експортованої до цієї країни продукції складає близько

40 %. Найменш вигідною країною для експортування сільськогосподарської техніки є Білорусь — частка експорту становить всього 5 %.

Для підвищення конкурентоспроможності продукції ВАТ “Борекс” пропонується: Впровадити обґрунтовану методику визначення ціни на експортну продукцію підприємства.

Застосування прогресивного методу розрахунку всіх витрат, пов'язаних з виробництвом та реалізацією експортної продукції, а також резервів щодо зниження ціни на експортні товари дозволить максимально відшкодувати витрати та підвищити ефективність експортної діяльності ВАТ “Борекс”.

— Ввести в практику організації зовнішньоекономічної діяльності попереднє заключення контрактів на випуск необхідної, для замовника сільськогосподарської техніки. Така практика буде сприяти зменшенню ризику втрати прибутків.

— Сконцентрувати зусилля на оновленні виробничих фондів для розвитку експортного виробництва та покращення якості і виготовлення продукції.

— Практикувати отримання довгострокових кредитів для розвитку виробництва продукції з великими термінами окупності.

Реалізація вказаних заходів буде сприяти вирішенню проблем підвищення ефективності експорту сільськогосподарської техніки ТОВ “Борекс” та інших суб'єктів господарювання України.

В підсумку слід зазначити, що формування розвинутого ринку науково-технічної та інноваційної продукції в АПК України можливе лише за умови, коли соціально-економічною основою сталого і стабільного розвитку всього національного господарства, в тому числі й сільськогосподарського машинобудування будуть сформовані товарно-грошові відносини ринкового типу.

Формування та цілеспрямований розвиток в Україні цивілізованого ринку науково-технічної та інноваційної продукції агропромислового призначення з відповідними його структурами й організаційно-економічним механізмом — об'єктивна необхідність нинішнього етапу функціонування національного господарства. Проте, як показує досвід України і деяких інших країн з перехідною економікою, процес становлення такого ринку вимагає не лише тривалого часу, а й чітко виважених та обґрунтованих заходів з боку держави, а також належного інвестиційного забезпечення.

Література

1. Андрусенко В. О. Формування та реалізація експортного потенціалу України / В. О. Андрусенко, Н. Ю. Фіщук // Економічні проблеми розвитку аграрного виробництва в регіоні. — 2009. — Вип. 5.
2. Володін С. А. Інноваційна модель наукоємного ринку АПК // Актуальні проблеми економіки. — 2005. — № 8. — С. 133–142.
3. Горб В. Організаційно-економічні основи функціонування підприємств агротехнічного сервісу в Україні та за кордоном // Вісник Національної Академії державного управління при Президентіві України. — 2004. — № 3. — С. 319–326.

4. Іванішин В. В. Тенденції розвитку світового ринку сільськогосподарської техніки // Українська асоціація експортерів та імпортерів. [Електронний ресурс] // “Ефективна економіка”. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1509>
5. Управління експортним потенціалом України: монографія / А. А. Мазаракі [та ін.]; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А. А. Мазаракі; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007.

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ НА РИНКУ ТЕПЛОІЗОЛЯЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ ЗА УМОВ НЕСТАБІЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

В наш час вітчизняний будівельний ринок використовує велике різноманіття теплоізоляційних матеріалів, що різняться величиною коефіцієнту теплового опору при відносно малій товщині, невеликій вазі але значній варіації цін варіацій цін. Потреба у високоефективній теплоізоляції для різноманітних будівель набула особливої актуальності і одночасно проблематичності у зв'язку зі зростаючою вартістю енергоносіїв.

При цьому, постійне підвищення вимог до умов комфортного проживання людей вимагає все більших затрат енергоносіїв, та обумовлює зростання використання. Матеріали, з яких традиційно здійснювали утеплення будівельних конструкцій, сьогодні вже не задовольняють зростаючий ринок споживачів, тому що вони погано зберігають тепло. Асортимент теплоізоляції постійно зростає, розібратися споживачам у видах теплоізоляційних матеріалів з кожним днем стає все складніше.

На практиці теплоізоляційні матеріали прийнято класифікувати на три види за критерієм основної сировини:

- Органічні, що отримуються від переробки неділової деревини та відходів деревообробки та сільськогосподарських відходів (солома, очерет) і торфу.
- Неорганічні — вата та вироби з неї (наприклад, мінераловатні плити), легкі та ніздрюваті бетони (газобетон і пінобетон), піноскло, скляне волокно, вироби з спученого перліту та ін. Вироби з мінеральної вати отримують переробкою розплавів гірських порід або металургійних шлаків в склоподібне волокно.
- Змішані, які використовуються також при монтажі із використанням азбесту (азбестові картон, папір, повсть), його сумішей та мінеральних в'язучих речовин (асбестодіатові, асбестотрепельні, асбестовапнокремнеземні, азбестоцементні вироби) на основі спучених гірських порід (вермикуліту, перліту) [1].

В Україні теплоізоляція на основі кам'яної вати — “Мінеральна вата” — виробляється на чотирьох великих підприємствах: “Техно” в Черкасах (70000 т/рік), “Термолайф” у Харкові (30000 т/рік), “Ізоват” у Житомирі

(30000 т/рік) та “Данко-Ізол” у Докучаївську (35000 т/рік). Інші мінераловатні матеріали на українському ринку представлені такими імпортерами — це “Rockwool”, “Knauf”, “Paroc”, “Beltep”, “Glasswool–Isover”, “Knauf” та “Ursa”. Загальне виробництво мінеральної вати в Україні складає близько 125000 т. або 4,5 млн м³ [2].

Основними проблемами підприємств України на ринку теплоізоляційних матеріалів щодо організації експорту в умовах нестабільної економіки є такі:

- збільшення вартості енергоносіїв та паливно-мастильних засобів на рівне майже 200 % в порівнянні з цінами двох річної давності;
- девальвація гривні і нестабільний курс валют (збільшення вартості 1\$ на 287 % в порівнянні з курсом 2013 року);
- велика конкуренція з компаніями, що зарекомендували себе за 70–100 років свого існування на ринку теплоізоляційних матеріалів в усьому світі;
- непристосована до ведення бізнесу в інших країнах законодавча база України, що регулює зовнішньоекономічну діяльність суб’єктів господарювання нашої держави у відповідному сегменту ринку;
- ускладнення із закупівлі потрібної сировини в інших країнах та недостатня якість на території України;
- утримання придбання вільноконвертованої валюти;
- збільшення вартості транспортування, що є одним з основних чинників (може складати від 30 до 60 % вартості товару) ціноутворення та реалізації.

Незважаючи на велику кількість проблем на шляху до експорту теплоізоляційних матеріалів, українські виробники мають специфічний попит за кордоном, завдяки характеристик товару та ціни реалізації яку вони можуть запропонувати. Це і допомагає підтримувати фінансовий стан вітчизняних підприємств з виробництва теплоізоляційних матеріалів.

ТОВ “Завод теплоізоляційних матеріалів “ТЕХНО” корпорації “ТехноНІКОЛЬ” з виробництва теплоізоляційних матеріалів на основі кам’яної вати в м. Черкаси є найбільшим сучасним підприємством з виробництва негорючої теплоізоляції на основі кам’яної вати в будівельній галузі в Україні.

Будівництво підприємство було розпочато в травні 2007 р. У першому кварталі 2009 року відбувся його запуск. Завод ТЕХНО — це сучасне підприємство повного циклу. Процес виробництва охоплює всі етапи — від переробки сировини до упаковки продукції. Завод оснащений високотехнологічним обладнанням виробництва Чехії та Німеччини. Таким чином, якість випущених матеріалів знаходиться на рівні світових стандартів. Технологічна лінія, має продуктивність до 80 тис. тонн утеплювача на рік.

Сучасне устаткування оснащено комп’ютерною системою управління, що контролює весь технологічний процес і якість продукції.

На заводі застосовується багатоступінчастий контроль якості, основними етапами якого є: вхідний контроль якості всіх видів сировини, заміри якос-

ті випущеної теплоізоляції в процесі виробництва, контроль якості кінцевої продукції [3].

Асортимент продукції заводу ТЕХНО включає широкий спектр тепло та звукоізоляційних матеріалів. По-перше, це матеріали для професійної будівельної ізоляції плоских покрівель, вентиляованих і штукатурних фасадів, підлоги та стін.

Друга група товарів призначена для приватного житлового будівництва. Очевидно, що в малоповерховому котеджному будівництві потрібні дещо інші матеріали — легкі утеплювачі для скатних покрівель, міжкімнатних перегородок, підлог, мансард, що не створюють навантажень в несучих конструкціях. У будинках, побудованих із застосуванням ефективних теплоізоляційних матеріалів, мешканці обов'язково звернуть увагу на відчутний економічний ефект від зниження затрат на опалення.

Великі підприємства, зокрема, нафтопереробні заводи, торговельно-розважальні комплекси використовують також продукцію заводу “ТЕХНО” для підвищення рівня протипожежної безпеки. Технічна ізоляція та вогнезахисні матеріали є важливим сегментом продукції, що випускається товариством. Вогнезахисні плити дозволяють не тільки зберегти конструкцію будівель від дії вогню але й дають додатковий час для евакуації людей на випадок пожежі. В індустріальному сегменті користується попитом утеплювач для виготовлення сендвіч-панелей.

Продукція, що випускається заводом “ТЕХНО” продукція відрізняється високою теплозберігаючою здатністю, пожежною безпекою, високим рівнем звукопоглинання, міцністю та стійкістю до деформацій. Всі теплоізоляційні матеріали марки “ТЕХНОНІКОЛЬ” провадяться відповідно до технічних умов, сертифіковані і екологічно безпечні. Основними країнами імпортерами теплоізоляційних матеріалів “ТЕХНО” є Білорусь, Молдавія, Росія, Швеція, Норвегія, Данія, Італія.

Вирішення підприємствами України вказаних проблем організації експорту на ринку теплоізоляційних матеріалів буде сприяти підвищенню ефективності їх діяльності, зменшенню витрат енергоносіїв та покращенню умов життя.

Література

1. Види теплоізоляції // “ППУ XXI Технології Енергозбереження”. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ppu21.com.ua/uk/teploizolyaciya/vidi-teploizolyacii.html>
2. Вплив нового законодавства на будівельну галузь та житловий сектор (Оціночне дослідження). — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://teplydim.com.ua/static/storage/filesfiles/Assessm_report_new_legislation_building_housing%20sector_2012%20Ukr.pdf
3. Завод ТЕХНО, Черкаси // “ТехноНІКОЛЬ” — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.tn.ru/about/o_tehnonikol/industry/zavody_k_v/zavod_tehno_cherkassy/

У пропонованому збірнику подано тези учасників науково-практичної конференції, присвяченої проблемам і перспективам соціально-економічного розвитку України в умовах європейської інтеграції.

Для науковців і громадсько-політичних діячів, студентів, а також усіх, хто цікавиться розвитком Української держави.

Наукове видання

СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВНОСТІ

Випуск 14

*Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції
“Проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку економіки
України в умовах європейської інтеграції”
м. Київ, МАУП, 28 травня 2015 р.*

Комп'ютерне верстання *А. П. Нечипорук*
Художнє оформлення *О. О. Стеценко*

Підп. до друку 22.05.15. Формат 70×100¹/₁₆. Папір офсетний.

Друк ротатійний трафаретний.

Ум. друк. арк. 20,78. Обл.-вид. арк. 14,38. Тираж 300 пр.

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП

ДП “Видавничий дім “Персонал”
03039, Київ-39, просп. Червонозоряний, 119, літ. ХХ

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК № 3262 від 26.08.2008 р.*

Надруковано в друкарні ДП “Видавничий дім “Персонал”