

ISSN (Print): 2304-5809  
ISSN (Online): 2313-2167

*Науковий журнал*  
**«МОЛОДИЙ ВЧЕНИЙ»**

№ 4 (44) квітень, 2017 р.

## **Члени редакційної колегії журналу:**

*Arkadiusz Adamczyk* – professor, dr hab. in humanities (Poland)  
*Janusz Wielki* – professor, dr hab. in economics, engineer (Poland)  
*Inessa Sytnik* – professor, dr hab. in economics (Poland)  
*Базалій Валерій Васильович* – доктор сільськогосподарських наук (Україна)  
*Балашова Галина Станіславівна* – доктор сільськогосподарських наук (Україна)  
*Вікторова Інна Анатоліївна* – доктор медичних наук (Росія)  
*Глуценко Олеся Анатоліївна* – доктор філологічних наук (Росія)  
*Гриценко Дмитро Сергійович* – кандидат технічних наук (Україна)  
*Дмитрієв Олександр Миколайович* – кандидат історичних наук (Україна)  
*Змерзлий Борис Володимирович* – доктор історичних наук (Україна)  
*Іртищева Інна Олександрівна* – доктор економічних наук (Україна)  
*Коковіхін Сергій Васильович* – доктор сільськогосподарських наук (Україна)  
*Лавриненко Юрій Олександрович* – доктор сільськогосподарських наук (Україна)  
*Лебедева Надія Анатоліївна* – доктор філософії в галузі культурології (Україна)  
*Марусенко Ірина Михайлівна* – доктор медичних наук (Росія)  
*Морозенко Дмитро Володимирович* – доктор ветеринарних наук (Україна)  
*Наумкіна Світлана Михайлівна* – доктор політичних наук (Україна)  
*Нетюхайло Лілія Григорівна* – доктор медичних наук (Україна)  
*Пекліна Галина Петрівна* – доктор медичних наук (Україна)  
*Писаренко Павло Володимирович* – доктор сільськогосподарських наук (Україна)  
*Романенкова Юлія Вікторівна* – доктор мистецтвознавства (Україна)  
*Севостьянова Наталія Ларіонівна* – кандидат юридичних наук (Україна)  
*Стратонов Василь Миколайович* – доктор юридичних наук (Україна)  
*Шаванов Сергій Валентинович* – кандидат психологічних наук (Україна)  
*Шайко-Шайковський Олександр Геннадійович* – доктор технічних наук (Україна)  
*Шапошников Костянтин Сергійович* – доктор економічних наук (Україна)  
*Шапошнікова Ірина Василівна* – доктор соціологічних наук (Україна)  
*Швецова Вікторія Михайлівна* – кандидат філологічних наук (Росія)  
*Шепель Юрій Олександрович* – доктор філологічних наук (Україна)  
*Шерман Михайло Ісаакович* – доктор педагогічних наук (Україна)  
*Шипота Галина Євгенівна* – кандидат педагогічних наук (Україна)  
*Яковлев Денис Вікторович* – доктор політичних наук (Україна)  
*Яригіна Ірина Зотовна* – доктор економічних наук (Росія)

*Повний бібліографічний опис всіх статей журналу представлено у:*  
Національній бібліотеці України імені В.В. Вернадського,  
Науковій електронній бібліотеці Elibrary.ru, Polish Scholarly Bibliography

*Журнал включено до міжнародних каталогів наукових видань і наукометричних баз:*  
РИНЦ, ScholarGoogle, OAJI, CiteFactor, Research Bible, Index Copernicus.  
Index Copernicus (IC™ Value): 4.11 (2013); 5.77 (2014); 43.69 (2015)

Свідоцтво про державну реєстрацію  
друкованого засобу масової інформації – серія КВ № 18987-7777Р від 05.06.2012 р.,  
видане Державною реєстраційною службою України.

Відповідальність за зміст, добір та викладення фактів у статтях несуть автори. Редакція не завжди поділяє позицію авторів публікацій. Матеріали публікуються в авторській редакції. Передрукування матеріалів, опублікованих в журналі, дозволено тільки зі згоди автора та редакції журналу.

**ЗМІСТ****ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ**

<b>Ковтун Е.О., Денисевич Є.С., Зайцева Д.Є.</b> Фактори впливу на формування стратегії підприємства при виході на зовнішні ринки.....	669	<b>Писар Н.Б.</b> Теоретичні засади просторового розвитку в системі концепцій регіональних досліджень.....	735
<b>Кондратенко Д.В., Друшляк А.О.</b> Страховання від нещасних випадків: визначення та витоки.....	674	<b>Пушка О.С., Тіхонова Д.Ю.</b> Розвиток сучасних еко-тенденцій у готельних господарствах міста Києва.....	739
<b>Косарева І.П., Бут А.С.</b> Механізм управління фінансовою стійкістю підприємства.....	678	<b>Речка К.М.</b> Якісне управління персоналом як один із факторів сталого розвитку аграрного підприємства.....	743
<b>Крикуненко О.С., Березіна С.Б.</b> Роль інноваційних страхових послуг у формуванні прибутку страховика.....	683	<b>Романькова О.Н., Горголюк К.В.</b> Основные причины и современное состояние безработицы в Украине .....	748
<b>Лобза А.В., Черниш Н.О.</b> Окремі аспекти оцінки персоналу в дистрибуторських організаціях.....	686	<b>Скавронська І.В., Синківський І.І.</b> Детермінанти кластеризації креативних індустрій в міжнародному контексті.....	752
<b>Лозінський Р.С., Сирчин О.Л.</b> Особливості кредитування юридичних осіб банками України.....	689	<b>Скавронська І.В., Мандзій А.Р.</b> Вплив цифрової економіки на креативні індустрії.....	758
<b>Лозовський О.М., Незбутня О.В.</b> Формування системи ефективного корпоративного управління в акціонерних товариствах.....	694	<b>Скавронська І.В., Слодовник З.М.</b> Бренди індустрії моди як середовище економічної діяльності.....	761
<b>Маколкіна О.В.</b> Кластерний підхід – основа підвищення конкурентоспроможності регіональної економіки агропромислового комплексу.....	697	<b>Слободянюк Н.О., Верич Г.О.</b> Проблеми і перспективи підвищення інвестиційної активності банків в умовах докапіталізації.....	765
<b>Малахова О.Л.</b> Ідентифікація економічних чинників активізації банківського кредитування в Україні.....	702	<b>Сорока А.В., Колесникова А.Р.</b> Кредитна політика банку як основа управління кредитним ризиком.....	769
<b>Маслак О.І., Яковенко Я.Ю., Сокурченко П.І.</b> Теоретичні і практичні аспекти стійкого розвитку підприємства в умовах невизначеності економічного середовища.....	710	<b>Столяренко О.О.</b> Особливості впливу мезооточення на економічну безпеку підприємств цементної галузі.....	773
<b>Масюк Ю.В., Самоїленко І.О.</b> Управління структурою капіталу банку.....	715	<b>Топольницька Т.Б.</b> Особливості функціонування цементної галузі України в сучасних умовах .....	776
<b>Налобіна Т.А.</b> Порівняльна характеристика організації ведення бізнесу в Україні, Польщі та Норвегії.....	719	<b>Чукурна О.П., Чмир В.О., Егорова К.П.</b> Вплив маркетингових досліджень споживачів снєків на цінове позиціонування .....	780
<b>Олійник Н.Ю.</b> До питання поліпшення соціально-психологічного клімату в організації.....	725	<b>Чуприна Л.В., Намазова В.М.</b> Роль управління запасами у підвищенні ефективності управління підприємством.....	784
<b>Пирог О.В.</b> Структурні зрушення в економічному розвитку національного господарства України: галузевий розріз.....	729	<b>Шарко В.В., Гавенко М.С.</b> Забезпечення конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлі.....	788
		<b>Ширяєва Л.В., Онешко С.В., Бордюгова Е.А.</b> До питання оновлення основних засобів підприємств портової діяльності.....	794

<b>Шубенкіна В.О.</b> Світовий досвід оцінювання якості життя населення.....	799
<b>Шубіна Л.Ю., Майковська В.І., Лелюх А.А.</b> Споживчий ринок джемів: стан та перспективи розвитку.....	803
<b>Юдіна (Каламбет) С.В., Кисельова О.М., Галаганов В.О.</b> Економічні та інформаційні аспекти розвитку ринку освітніх послуг в Україні.....	808
<b>Яшкіна О.І., Ніжнік О.О.</b> Пропозиція продуктових інновацій та розробка маркетингових комунікацій для ТОВ ПТК «ШАБО».....	814

**CONTENTS****ECONOMIC SCIENCES**

<b>Kovtun E.O., Denysevych Y.S., Zaitseva D.Y.</b> Factors which influence strategy choice of entering foreign markets.....	669	<b>Pysar N.B.</b> Theoretical bases of spatial development in the system of concepts of regional studies.....	735
<b>Kondratenko D.V., Drushliak A.O.</b> The accident insurance: definition and origins.....	674	<b>Pushka O.S., Tihonova D.U.</b> Development of contemporary eco-tendencies in the hotel facility of Kiev.....	739
<b>Kosareva I.P., Booth A.S.</b> The mechanism of management of financial stability of enterprise.....	678	<b>Rechka K.M.</b> Management quality by a personnel, as one of factors of steady development of agrarian enterprise.....	743
<b>Krykunenko O.S., Berezina S.B.</b> The role of innovative insurance services in the process of forming the insurer's profit.....	683	<b>Romankova O.N., Gorgoliuk K.V.</b> Modern condition and main causes of unemployment in Ukraine.....	748
<b>Lobza A.V., Chernysh N.O.</b> Some aspects of personnel in the distribution organizations.....	686	<b>Skavronska I.V., Synkivskyi I.I.</b> Determinants for clustering of the creative industries in the international context.....	752
<b>Lozinskiy R.S., Syrchin A.L.</b> Peculiarities of corporate entities lending by Ukrainian banks.....	689	<b>Skavronska I.V., Mandzii A.R.</b> The influence of digital economy on the development of the creative industries.....	758
<b>Lozovskii A.N., Nezbutnia O.V.</b> The formation of system of effective corporate management in stock companies.....	694	<b>Skavronska I.V., Slodovnyk Z.M.</b> Fashion brands as an environment for the economic activity.....	761
<b>Makolkina O.V.</b> The cluster approach – the basis of improving the competitiveness of the regional economy agriculture summary.....	697	<b>Slobodyanyuk N.O., Verych H.O.</b> Problems and prospects of investment activity of banks under conditions of docapitalization.....	765
<b>Malakhova E.L.</b> Identification of the economic factors intensifying bank lending in Ukraine.....	702	<b>Soroka A.V., Kolesnikova A.R.</b> Credit policy of the bank as the basis of credit risk management.....	769
<b>Maslak O.I., Yakovenko Ya.Yu., Sokurenko P.I.</b> Theoretical and practical aspects of sustainable development of the enterprise under the conditions of uncertainty of the economic environment.....	710	<b>Stolyarenko A.A.</b> Features of meso environment influence on the economic security of cement industry.....	773
<b>Masiuk Y.V., Samoilenko I.O.</b> Corporate governance of bank equity.....	715	<b>Topolnytska T.B.</b> Specifics of functioning of cement industry of Ukraine in contemporary conditions.....	776
<b>Nalobina T.A.</b> Comparative characteristics of doing business in Ukraine, Poland and Norway.....	719	<b>Chukurna E.P., Chmyr V.O., Ehorova K.P.</b> Influence of marketing research of consumers of snacks on price positioning.....	780
<b>Oliynuk N.Y.</b> The issue which improving the socio-psychological climate in organization.....	725	<b>Chupryna L.V., Namazova V.M.</b> The role of inventory management in raising economic efficiency of enterprise.....	784
<b>Pyroh O.V.</b> Structural changes in economic development of national economy of Ukraine: by sectors.....	729	<b>Sharko V.V., Gavenko M.S.</b> Ensuring the competitiveness of retailers.....	788
		<b>Shiryaeva L.V., Oneshko S.V., Bordyugova E.A.</b> To the question renewal fixed assents of enterprises of port activity .....	794

<b>Shubyonkina V.A.</b> Global experience of evaluation the quality of life of the population.....	799
<b>Shubina L.U., Maykovska V.I., Lelyuh A.A.</b> James' consumer market: state and development perspectives.....	803
<b>Yudina (Kalambet) S.V., Kiselyova O.M., Galaganov V.O.</b> Economic and information aspects of the development of educational services market in Ukraine.....	808
<b>Yashkina O.I., Nizhnik O.A.</b> Productinnovations offer and development for marketing communications LTD PTC «SHABO».....	814



# ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

УДК 339.9(045)

## ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

Ковтун Е.О., Денисевич Є.С., Зайцева Д.Є.

Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету

Стаття присвячена проблемі вибору стратегії виходу на зовнішні ринки. Розглядається необхідність аналізу ключових факторів, що зумовлюють проникнення на іноземний ринок. Досліджено мотиви, які стимулюють підприємства інтегруватися у міжнародний торговельний простір. Особливу увагу приділено вивченню основних форм виходу на міжнародні ринки. А також висвітлюється питання наявності переваг, якими компанія повинна володіти для успішної інтернаціоналізації.

**Ключові слова:** стратегія ЗЕД, зовнішній ринок, інтернаціоналізація, форми виходу на іноземні ринки, стратегія водоспаду, стратегія Спрінклера.

**Постановка проблеми.** У сучасному світі ТНК займають лідируючі позиції у багатьох галузях на міжнародному ринку. Головним чином це пов'язано з розробкою і реалізацією ефективної стратегії виходу на зовнішній ринок. Саме від правильності її постановки залежить, наскільки результативним буде даний крок підприємства, чи допоможе він закріпити свої позиції на світовій арені. Дуже важливо, щоб між стратегічними рішеннями, які приймаються в компанії та ресурсами, з якими вона працює, існував тісний взаємозв'язок. У разі його відсутності може виникнути прогалина між тим, що компанія хоче зробити, і тим, що вона зробить. Враховуючи важливість для економічного розвитку підприємства виходу на світовий ринок, з'являється необхідність детального аналізу факторів, які впливають на вибір найраціональнішої стратегії проникнення на нього, що і зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у розробку та вивчення даної проблеми був зроблений такими науковцями-класиками як Дж. Данінг, А. Муза, Р. Гріфін, М. Пастей, Ч. Хіл, Б. Сольник та Д. Макліві. Серед сучасних вітчизняних дослідників можна виділити О. Рогача, І. Матюшенко, В. Божко, Д. Лук'яненко, О. Мозгового та інших.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Вихід підприємства на іноземний ринок є важливим кроком для його подальшого розвитку, тому розуміння комплексу факторів впливу на рішення «яку ж стратегію виходу обрати?» є саме тим ключовим елементом, який забезпечить успішну інтеграцію на міжнародному ринку.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є визначення та аналіз основних факторів, що впливають на вибір стратегії виходу на зовнішні ринки.

**Виклад основного матеріалу.** У сьогодинньому мінливому бізнес-середовищі під впливом глобалізації все більша кількість підприємств прагне розвиватися завдяки виходу на зовнішні ринки. Для забезпечення конкурентоспро-

можності підприємства на іноземному ринку необхідно створити стратегію ЗЕД, тобто єдиний напрямок, який буде враховувати внутрішні можливості підприємства та ринкові умови, в яких йому доведеться функціонувати. Проте, перед формуванням даної стратегії підприємству слід з'ясувати ряд питань стосовно мотивів, вибору привабливого ринку, часу і масштабу, форм та умов виходу на світовий ринок. Сформувавши відповіді на ці питання, підприємство підвищить можливість розробки ефективної стратегії ЗЕД.

Зазвичай, основними мотивами виходу підприємств на іноземний ринок є: максимізація прибутку; зниження витрат за рахунок збільшення масштабів від реалізації; розподіл підприємницького ризику між внутрішнім і зовнішнім ринками; можливість продовження життєвого циклу товару; підвищення репутації фірми, за рахунок набуття статусу міжнародної; зменшення залежності від внутрішнього ринку. Водночас існують і негативні моменти пов'язані з інтернаціоналізацією. По-перше, обсяг прибутку може виявитися не таким, як передбачалося, через нестабільність національної валюти країни-реципієнта, політичної і загальної економічної ситуації за кордоном. По-друге, проникнення та збереження позицій на обраному іноземному ринку вимагає значних витрат, які можуть не відповідати запланованим результатам і можливостям підприємства. По-третє, культурні відмінності, які існують між приймаючою країною і даною компанією, а особливо політичні ризики, закони, тощо.

Варто зазначити, що вихід на зовнішній ринок буде успішним тільки у тому випадку, якщо підприємство зможе запропонувати такий продукт або послугу, який би не мав аналогів на даному ринку, при цьому максимально задовольняв наявні потреби, а виробничі потужності були б достатніми для їх забезпечення. Вихід на ринок зарубіжних країн є складним і тривалим процесом. Він має певні особливості, а саме проходить такі етапи:

1. Вивчення ринку, визначення ступеня його привабливості за допомогою ретельного аналізу та поверхневої оцінки.

2. Делегування більшості маркетингових функцій місцевому представнику-посереднику.

3. Організація власних потужностей на основі спільного або повного володіння через придбання місцевої компанії.

4. Систематичне і регулярне забезпечення повноцінної реалізації стратегічних інтересів.

Після того, як підприємство обрало привабливий ринок, наступним рішенням має бути час та масштаб виходу на нього. Вихід вважається достроковим, якщо компанія вступає на ринок найпершою. Пізнім, якщо підприємство входить вже після того, як інші компанії відрекомендували себе на ньому. Чим раніше підприємство проникає на ринок, тим більше переваг воно отримує, серед яких виділяють: можливість створити стійкий бренд, отримати максимальний попит та створити таку цінову політику, яка б остаточно закріпила цільову аудиторію. Втім, вихід на ринок на ранньому етапі може потягнути за собою «піонерські» витрати, які підприємство могло б уникнути у разі проникнення після створення на ньому декількома фірмами-конкурентами сприятливих умов для ведення бізнесу [1, с. 396]. До того ж, країна-реципієнт може бути недостатньо лояльною до імпортера, що відобразиться у неналежному або взагалі відсутньому стимулюванні ПП ранніх учасників.

Як тільки підприємство визначило час виходу на міжнародні ринки, слід прийняти до уваги масштаб інтеграції. Завоювання ринку у великому масштабі потребує значних ресурсів, але дозволяє швидко увійти та отримати переваги «першопроходця». В той час як, менший масштаб дає змогу поступово нарощувати свої сили, при цьому краще ознайомитись з ринком та потребами цільової аудиторії. Хоча маломасштабний вихід є менш ризикованим, разом з тим, компанія втрачає можливість отримання переваг підприємства-новатора [1, с. 396].

Слідом за вибором стратегічно важливих країн, часу та масштабу необхідно прийняти рішення про форму присутності на даних ринках. Ми пропонуємо узагальнити існуючі форми, групуючи їх за трьома рівнями участі підприємств на зарубіжних ринках (рис. 1).

На першому рівні розташовується експортна форма, яка включає прямий та непрямий експорт. Непрямий експорт має місце в тих випадках, якщо виробник продає свої товари через посередників. Одним із різновидів опосередкованого непрямого експорту є так званий «пігі бекінг» (piggybacking), тобто входження на іноземний ринок «на плечах» іншої компанії. Альтернативою непрямому експорту є прямий, який здійснюється підприємством через оптові іноземні компанії (дистриб'юторів), не задіюючи посередників. Перевагами експортної форми виходу на

ринок є: несуттєві зміни у товарному асортименті підприємства, його структурі; мінімальні інвестиційні витрати та поточні грошові зобов'язання; незначний ризик при вході на ринок та легкість виходу [2, с. 150].

На другому рівні використовують контрактні форми, наприклад, франчайзинг та ліцензування, тобто компанія може дозволити іншому підприємству взяти під контроль такі функції як адміністрування, управління фінансами, виробництвом та маркетинг. Іншими словами, ліцензування являє собою домовленість, згідно якої іноземний партнер отримує право на процес виробництва або користування торговою маркою, патентом і другими нематеріальними активами в обмін на комісійні виплати або роялті (ліцензійні платежі) [3, с. 110]. А між тим, франчайзинг – це спосіб організації комерційної діяльності, відповідно до якого франчайзі домовляється з франчайзером про те, що він (або його компанія) буде вести бізнес, використовуючи ім'я франчайзера або його бренду, а також систему управління [4, с. 154]. Але багато економістів не визнають такі форми виходу, запевняючи, що, задля ефективного розвитку, компанії мають нарощувати знання всередині організації, не вдаючись до аутсорсингу.

Третім і останнім рівнем проникнення на іноземний ринок є інвестування, який включає в себе такі форми як спільні підприємства, нові угруповання та повністю власні філіали. Спільні підприємства уособлюють в собі співпрацю двох компаній, які розділяють між собою ризики та доходи при виході на зовнішній ринок. У свою чергу, новими угрупованнями називають нові офіси або філіали у іншому регіоні (країні) створенні підприємством. Водночас, повністю власні філіали – це найбільш повна, але і найризикованіша форма залучення до діяльності на зовнішньому ринку, адже, підприємство займається виробництвом та маркетингом в інших країнах без участі будь-яких партнерів. Переваги цієї форми відображаються в економії витрат праці та транспортних витрат, самостійному визначенні довгострокових перспектив діяльності, кращому пристосуванні товарів до місцевих особливостей та можливості створення сприятливого іміджу на території країни-партнера. Таким чином, стратегія прямого інвестування полягає в тому, що в процесі ведення зовнішньої торгівлі, з часом підприємство засновує за кордоном власні виробничі філії для виготовлення товарів ЗЕД [2, с. 150].

Теорія нормативних рішень припускає, що вибір форми виходу на міжнародний ринок повинен засновуватися на компромісах між ризиками та доходами. Передбачається, що підприємство обирає таку форму виходу, яка б забезпечувала максимальну рентабельність інвестицій із врахуванням ризиків. Проте, на практиці часто вибір форми експансії може визначатися ще й кількістю наявних ресурсів і необхідністю контролю. Тому, обираючи спосіб проникнення на ринок, потрібно знайти компроміс між такими атрибутами: ризик, контроль, ресурси та прибутковість.

Найменш ризиковими формами виходу на інозем-

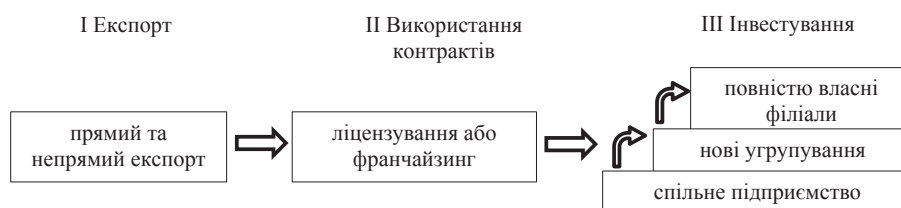


Рис. 1. Рівень участі підприємств на міжнародних ринках

Джерело: розроблено авторами



ний ринок є експорт та ліцензування, як наслідок, в них невисокий рівень прибутковості. Протилежна ситуація спостерігається у випадку із спільними підприємствами та повністю власними філіялами (інвестиційний рівень). Спільні підприємства передбачають, що ризик, прибутковість та контроль є пропорційними до рівня вливання інвестицій одного з підприємств-учасника. Разом з тим, при використанні форми «повністю власні філіали», материнська компанія бере на себе весь ризик від функціонування філії, вкладаючи в неї значні інвестиції, що зазвичай призводить до отримання величезних доходів, при цьому зберігає за собою високий рівень контролю над дочірнім філіалом. Підсумовуючи дані, можна стверджувати, що з кожним рівнем перед підприємством постає все складніший вибір, від якого залежить чи, ризикнувши, ви отримаєте максимальну вигоду або ж зазнасте поразки. У разі готовності вийти на третій рівень участі на міжнародних ринках, виводячи виробництво за межі країни, подальше перспективне функціонування на них залежить від наявності у компанії трьох основних переваг: переваги від потенціалу підприємства, її розміщення та інтернаціоналізації [5, с. 1].

Радимо першими розглянути переваги від потенціалу підприємства. Ця характеристика вказує на ті нематеріальні активи, які є в ексклюзивному володінні компанії і можуть бути передані в межах багатонаціонального підприємства за низькими витратами, що сприятиме збільшенню доходів чи зниженню витрат [6, с. 39]. До таких активів можна віднести: патенти, авторське право, бренд (його репутація), управлінський талант, тощо. У свою чергу, потенціал підприємства базується на трьох специфічних підвидах переваг:

1. Здатність розробляти диференційовану продукцію. Особливістю такої переваги є можливість створювати нові продукти та здійснювати нестандартні лізингові операції (зворотній, фіктивний та револьверний лізинг), а також забезпечувати якісними навчальними тренінгами співробітників задля збільшення їх компетенцій при проведенні даних операцій.

2. Ресурси підприємства. Відмінністю даної ознаки є її спроможність покривати різноманітні витрати підприємства. Зазвичай ресурси підприємства характеризується такими показниками як: загальний обсяг власного капіталу, розмір депозитів співробітників та обсяг продажів на внутрішньому ринку.

3. Досвід функціонування підприємств на міжнародному ринку. Існує пряма кореляція між рівнем досвіду у сфері ЗЕД та ефективністю ведення бізнесу на зовнішньому ринку. Підприємства, які не мають такого досвіду частіше зазнають проблем в управлінні закордонними операціями, особливо якщо вони здійснюються в іноземній валюті. Спостерігається, що такі компанії схильні завищувати можливі ризики, занижуючи при цьому перспективу потенційної віддачі від роботи на зарубіжному ринку.

Наступними варто проаналізувати переваги від розміщення. Підприємства, зацікавлені в зовнішньоекономічній діяльності, зазвичай, надають перевагу виходу на найбільш привабливі ринки. Така стратегія поведінки, зумовлена тим, що на них існує високий шанс отримати мак-

симальний прибуток. На сьогоднішній день, ті країни, які пропонують вигідніше економічне та інституційне ринкове середовище, як правило, є привабливішими для ведення ЗЕД, ніж ті, що пропонують традиційні умови у вигляді вільного доступу до сировини або дешевої робочої сили.

Привабливість ринку визначається з точки зору його потенціалу та інвестиційного ризику. Потенціал характеризується наступними показниками: розмір ринку та його місткість, перспективи росту і розвитку, доступність лізингу як фінансового інструменту, відношення місцевої влади до іноземних компаній, тощо. З другого боку, інвестиційний ризик включає в себе ризик того, що уряд приймаючої країни буде втручатись в репатріацію прибутку, здійснювати контроль над іноземними активами, застосовувати дискримінацію, експропріацію або націоналізацію по відношенню до закордонних підприємств.

Дану категорію переваг можна охарактеризувати завдяки двом її складовим елементам: економія транспортних і тарифних витрат та зменшення витрат на виробництво. У більшості випадків саме вони є мотиватором перенесення виробництва з одної країни в іншу.

І нарешті слід оцінити переваги від інтернаціоналізації. Аналіз таких переваг ґрунтується на виборі того, що є вигіднішим: вихід на іноземний ринок за допомогою «міжфірмової» неакціонерної угоди (наприклад ліцензування); шляхом залучення ПІІ у виробничі проекти або ж завдяки купівлі компанії на цільовому ринку. Таке рішення може бути прийняте на основі судження про те, що буде мати найменшу вартість: проведення операцій на ринкових умовах, чи здійснення трансакції всередині підприємства. Вартість здійснення операцій на ринку в більшості випадків позитивно корелює з його недосконалістю, так як це дозволяє компаніям встановлювати більш високі ціни. Недосконалість ринку зустрічається у формі антиконкурентної політики учасників, невизначеності попиту та пропозиції, непослідовної та нерациональної поведінки суб'єктів, асиметрії інформації та інше [6, с. 40]. Також потрібно вирішити ряд таких питань: чи варто нам обмінюватись активами, досвідом (навичками) ведення бізнесу з підприємствами приймаючої сторони, при цьому, чого нам це буде коштувати (в плані затрат та потенційних ризиків), і чи не краще інтегрувати ці активи та навички у власну фірму?

Взагалі основною ідеєю інтернаціоналізації є об'єднання усіх технологій та «ноу-хау» в межах підприємства. Відтак, інтернаціоналізація передбачає форму вертикальної інтеграції, що несе з собою нові операції та види діяльності, які раніше проводились ринком посередників, а тепер є під керівництвом підприємства.

У випадку дотримання трьох вищезазначених умов, створення ТНК є вигідною справою. Але, якщо хоча б одна з них не виконується, раціональніше організувати роботу підприємства іншим способом, так як:

- без переваг від розміщення фірми краще виробляти продукцію на внутрішньому ринку і експортувати на зовнішній;

- без переваг від інтернаціоналізації підприємству варто надавати ліцензії на свій виробничий процес іноземним компаніям;

– без переваг від потенціалу взагалі мало ймовірно, що підприємство зможе забезпечити своє існування в цілому.

З'ясувавши ряд питань стосовно мотивів, вибору привабливого ринку, часу і масштабу, переваг, якими володіє підприємство та форм виходу на світові ринки, нарешті можна підходити до обрання стратегії. Ми радимо розглянути наступні типи стратегій виходження підприємства на іноземний ринок: специфічні (стратегії лідерства, «напівзахисту», аутсайдерства) та транскордонні (стратегія водоспаду та стратегія Спрінклера). Гупалова Є.І. у своїй роботі «Стратегія виходу на зовнішній ринок» зазначає такі їх варіанти, концентруючи увагу на сукупному положенні підприємства у міжнародному конкурентному середовищі:

1. Стратегія лідерства заключається в тому, що підприємство прагне зайняти провідне місце на ринку, розвиває нові технології і пропонує нові продукти, не звертаючи уваги на потенційні ризики.

2. Стратегія «напівзахисту». Підприємство рухається вслід за лідером, використовуючи його як таран, що пробиває ринкові бар'єри. Незважаючи на підлегле становище, така стратегія все ж вимагає великих витрат на адаптацію виробництва слідом за номенклатурною динамікою лідера, тим більше якщо він залишає свої плани у таємниці.

3. Стратегія аутсайдерства. Підприємство працює на «хвостах» життєвого циклу товарів, не намагаючись вирватися вперед. Зазвичай компанія переймає добре відпрацьовані низьковитратні технології та оперує на освоєних ринках збуту, виробляючи з невеликими витратами і невисокою рентабельністю апробовану продукцію.

Також, варто розрізнити стратегії залежно від порядку виходу на зовнішні ринки. На нашу думку, дана класифікація на пряму комплементує попередньо наведеним стратегіям.

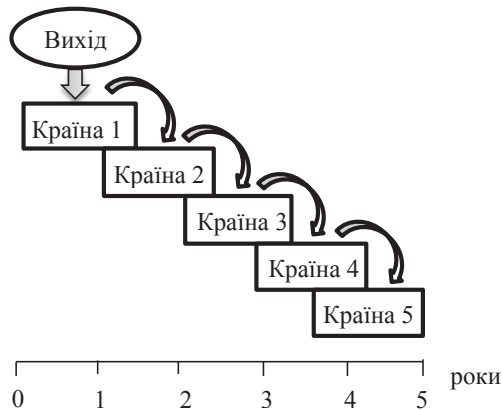


Рис. 2. Стратегія водоспаду

Джерело: розроблено авторами

Відмінною ознакою стратегії водоспаду є послідовний вихід на ринки (рис. 2). Вона застосовується для продуктів з тривалим життєвим

циклом та товарів, які знаходяться у стадії зрілості (стратегія аутсайдерства). Її недоліками являються: довготривалий період імплементації; проінформованість конкурентів про ваш вихід на ринок, як наслідок – створення ними усіх можливих економічних бар'єрів; втрата можливості використати стратегію лідерства. З іншого боку, стратегія водоспаду пропонує тривалий проміжок часу для того, щоб вивчити ринок і внести корективи у комплекс маркетингу, задля задоволення конкретних потреб кожного ринку. Менеджери, при цьому, можуть застосувати свій досвід роботи та передавати управлінські і технічні навички, розробки з одного ринку на другий.

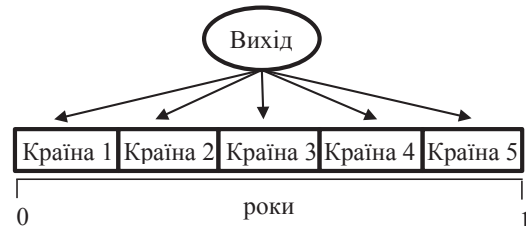


Рис. 3. Стратегія Спрінклера

Джерело: розроблено авторами

У стратегії Спрінклера вихід компанії на окремі ринки здійснюються одночасно (рис. 3). Дана стратегія застосовується для товарів із коротким життєвим циклом, а також для товарів на стадії впровадження та розвитку. Її недоліками виступає потреба у значному обсязі ресурсів необхідних для виходу на зовнішній ринок, а також, присутній ризик невдачі пов'язаний з обмеженістю знань та досвіду ведення бізнесу за кордоном. В той час як, перевагами є: реалізація продукції за короткий період часу на великій кількості цільових ринків, при цьому є можливість застосування цінової стратегії скімінгу з метою отримання максимального прибутку; здатність пристосуватись до ринку з постійно зростаючою конкуренцією; відсутня необхідність адаптації стандартизованої продукції до місцевих потреб.

**Висновки і пропозиції.** Кожне підприємство є унікальним, тому процес формування стратегії ЗЕД є дуже складним і тривалим, так як серед безлічі стратегічних альтернатив необхідно обрати ту, яка б максимально відповідала напрямкам діяльності підприємства, ринковому середовищу, в якому воно функціонує, щоб успішно освоїти зовнішні ринки для подальшого збуту власної продукції. Вихід підприємства на іноземний ринок істотно змінює маркетингову орієнтацію підприємства. Стадії пошуку шляхів виходу на міжнародні ринки та вибір партнерів можуть змінюватися відповідно до економічних інтересів і стратегій підприємства. Будь-яка стратегія може бути успішною за умови, що фірма виділить час на ретельне вивчення привабливості ринку, його потенціалу росту в довгостроковій перспективі, а також доходів та витрат, пов'язаних з виходом на нього.

**Список літератури:**

1. Shaw K. Foreign Market Entry Strategies / Kenneth Shaw // China-USA Business Review. – 2015. – № 8. – С. 395-398.
2. Ліпич Л.Г. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки / Л.Г. Ліпич, А.О. Фатенок-Ткачук // Кримський науковий центр НАН України і МОН України «Культура народів Причорномор'я». – 2011. – С. 146-151.
3. Michalski E. Foreign Market Entry Strategy / Eugeniusz Michalski // Scientiarum Polonorum. Oeconomia. – 15. – № 14. – С. 107-116.
4. Семичева В.О. Франчайзинг как перспективный вид бизнеса / В.О. Семичева // Международный научный журнал «Символ науки». – 2016. – С. 153-158.
5. Ruhl K. The Ownership-Location-Internalization Framework / Kim J. Ruhl // PennState. – 2016. – С. 1-3.
6. Бирка М.І. Теоретико-методологічні підходи до аналізування ПІІ в контексті їх залучення / М.І. Бирка // Науковий журнал «Стратегія розвитку України». – 2012. – № 1. – С. 34-41.

**Ковтун Э.О., Денисевич Е.С., Зайцева Д.Е.**

Винницкий торгово-экономический институт  
Киевского национального торгово-экономического университета

## **ФАКТОРЫ, КОТОРЫЕ ВЛИЯЮТ НА ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ**

### **Аннотация**

Статья посвящена проблеме выбора стратегии выхода на внешние рынки. Рассматривается необходимость анализа ключевых факторов, обуславливающих проникновения на иностранный рынок. Исследовано мотивы, стимулирующие предприятия интегрироваться в международное торговое пространство. Особое внимание уделено изучению основных форм выхода на международные рынки. А также освещается вопрос наличия преимуществ, которыми компания должна обладать для успешной интернационализации.

**Ключевые слова:** стратегия ВЭД, внешний рынок, интернационализация, формы выхода на иностранные рынки, стратегия водопада, стратегия Спринклера.

**Kovtun E.O., Denysevych Y.S., Zaitseva D.Y.**

Vinnitsia Institute of Trade and Economics  
Kyiv National University of Trade and Economics

## **FACTORS WHICH INFLUENCE STRATEGY CHOICE OF ENTERING FOREIGN MARKETS**

### **Summary**

The article is dedicated to the problem of strategy choice while entering foreign markets. Necessity to analyze the key factors which cause the penetration into foreign markets was studied. The motives that encourage businesses to integrate into the international trade environment were investigated. Special attention is given to research the basic forms of entering external markets. And also highlighted the questions of advantages which companies should possess for successful internationalization.

**Keywords:** foreign trade strategy, foreign markets, internationalization, forms of entering foreign markets, waterfall strategy, Sprinkler strategy.

## СТРАХУВАННЯ ВІД НЕЩАСНИХ ВИПАДКІВ: ВИЗНАЧЕННЯ ТА ВИТОКИ

Кондратенко Д.В., Друшляк А.О.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

У статті подано визначення та розглянуто витоки зародження страхування від нещасних випадків. У результаті дослідження було виявлено, що завдяки появі та розвитку страхування від нещасних випадків виникла ціла система страхових заходів, щодо захисту населення.

**Ключові слова:** страхування від нещасних випадків, нещасний випадок на виробництві, соціальне страхування, система соціального страхування, страхування відповідальності роботодавця.

**Постановка проблеми.** Страховий захист громадян є одним з важливих напрямків соціальної політики держави, яка спрямована на захист населення від безробіття, підвищення цін, знецінення трудових заощаджень, нещасних випадків та ін. Населення має право на захист, що включає право на їх забезпечення у разі повної, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника, безробіття з незалежних від них обставин, а також у старості та інших випадках, передбачених законодавством. Це право гарантується системою загальнообов'язкового державного страхування, а також бюджетними та іншими джерелами соціального забезпечення; створенням мережі державних, комунальних, приватних закладів для страхових виплат.

На даному етапі розвитку країни є актуальним вивчення витоків страхування від нещасних випадків для того щоб мати змогу покращити рівень захисту населення.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Істотний внесок у розробку теоретичних і практичних аспектів страхування від нещасних випадків внесли вітчизняні вчені В. Д. Базилевич, Н. М. Внукова, Л. В. Временко, О. О. Гаманкова, О. М. Залетов, Ю. С. Конопліна, С. С. Осадець, Р. В. Пікус, К. С. Слюсаренко, С. І. Юрій та інші. Однак існує потреба в подальшому дослідженні витоків та визначення страхування від нещасних випадків на виробництві як складових цілісної системи соціального захисту, так як значні обсяги матеріалів в даній області дослідження і існуючий організаційний порядок вимагають переосмислення і реформації.

**Метою статті** є вивчення витоків та визначення страхування від нещасних випадків та його впливу на формування всієї системи страхового захисту населення.

**Виклад основного матеріалу.** Людське життя завжди супроводжують різноманітні ризики, непередбачувані події, нещасні випадки, що завдають значної шкоди не лише майну, а й життю й здоров'ю.

Сучасні тлумачні словники трактують страхування від нещасних випадків як вид особистого страхування в індивідуальній і груповій формі. Передбачає виплату страхової суми (повністю або частково) у зв'язку з настанням несприятливих подій (чи їх наслідків), пов'язаних з життям та здоров'ям страхувальника (застрахованої особи) [1].

Осадець С.С. дає таке визначення страхування від нещасного випадку – це ризикове страхування, яке передбачає виплату страхової суми

лише при настанні страхового випадку (у повному розмірі або певної її частини). Виплати страхової суми або повернення сплачених внесків по закінченні терміну дії договору страхування не передбачається [2].

У законі [3] нещасний випадок визначається, як обмежена в часі подія або раптовий вплив на працівника небезпечного виробничого фактора чи середовища, що сталися у процесі виконання ним трудових обов'язків, внаслідок яких заподіяно шкоду здоров'ю або настала смерть. Тобто нещасними випадками визнаються лише ті, що трапилися безпосередньо на виробництві чи пов'язані з процесом трудової діяльності. Значимо, що поняття «нещасного випадку на виробництві» визначається по різному в залежності від країни. Наприклад, у Німеччині, Італії та Австрії, це поняття має більш загальне значення та включає нещасні випадки, які мали місце на шляху до та з роботи.

На думку Базилевича В.Д. метою страхування від нещасних випадків є забезпечення страхового захисту на випадок втрати здоров'я чи смерті застрахованої особи внаслідок нещасного випадку [4]. Він зазначає, що страхування від нещасних випадків досить поширений вид страхування, що має тривалу історію.

Як свідчать історичні дані, ще в 1541 році морське право Вісбі вимагало від власників суден страхувати життя своїх капітанів від нещасних випадків. В Голландській республіці вже в 1665 році існував табель винагород за втрату різних частин тіла вояків найманого війська. У XVIII столітті в Німеччині існували спілки взаємодопомоги на випадок перелому ноги, руки [5].

Значного розвитку страхування від нещасних випадків набуло з появою залізничного транспорту, експлуатація якого збільшила кількість нещасних випадків. Таке страхування вперше з'явилося в Англії. Першу компанію зі страхування від нещасних випадків була заснована в 1849 році, вона називалася Railway Passengers Company. В Англії до страхування від нещасних випадків прийшли через судові розгляди щодо завдання шкоди життю і здоров'ю [6].

Після прийняття західними країнами законів щодо цивільної відповідальності підприємців за нещасні випадки на виробництві страхові компанії починають пропонувати продукти страхування від нещасних випадків. На той момент було дуже актуальним колективне страхування, завдяки спільним внескам роботодавців та працівників.

Розвиток страхування від нещасних випадків в Німеччині почався в 50-х роках XIX століт-



тя, коли окремі товариства зі страхування життя стали займатися ним поряд зі своєю основною діяльністю. Подальший розвиток страхування від нещасних випадків пов'язаний тут з прийняттям у 1871 році закону про цивільну відповідальність, який визначив цивільну відповідальність деяких категорій підприємців за нещасні випадки, що сталися з робітниками на їхніх підприємствах. Разом з колективним в Німеччині почало розвиватися й індивідуальне страхування від нещасних випадків [5].

Цікавою є торговельна традиція синевидських (прикарпатських) бойків, котрі з метою власного захисту від нещасного випадку у дорозі, а також вдів і сиріт вдома, створювали братські «компанії». Пов'язані лише моральним авторитетом спільної клятви-присяги, складеної у церкві (села Синевидне, навіть у церкві св. Миколая у Львові), невеликі гурти «бойків» вже сміливо мандрували по усіх, часто небезпечних, шляхах України та сусідніх держав. Взаємна солідарність та господарська статечність бойків справили позитивне враження на населення, з котрим вони постійно торгували [7].

У Російській імперії страхування від нещасних випадків зародилося наприкінці 80-х – на початку 90-х років XIX століття з ініціативи підприємців. У червні 1903 року був виданий закон про винагороду потерпілих внаслідок нещасних випадків робітників і службовців, а також членів їхніх родин на підприємствах фабрично-заводської, гірничої та гірничозаводської промисловості, яким було введений принцип відповідальності підприємця за професійний ризик у випадках завдання робітнику смерті або каліцтва під час здійснення робіт або внаслідок таких. Цей закон зумовив прискорення розвитку в Росії колективного страхування від нещасних випадків. Таке на той час прогресивне страхування з'явилося одним з перших і в Україні, де ще наприкінці XIX століття в Одесі стало розвиватися колективне страхування фабрикантами їхніх працівників. Воно здійснювалося в страхових комерційних організаціях на випадок каліцтва, смерті й тимчасової втрати працездатності під час роботи.

У 1912 році в Росії було ухвалено закони про обов'язкове страхування робітників від нещасних випадків і на випадок хвороби. З цією метою в промислових регіонах утворювалися нові страхові товариства для страхування від нещасних випадків і лікарняні каси для страхування в разі хвороби [6].

Зі збільшенням СРСР страхування від нещасних випадків почало розвиватися достатньо високими темпами, швидко нарощувалася кількість укладених договорів страхування. 6 квітня 1931 року урядом було введено обов'язкове страхування пасажирів від нещасних випадків на шляхах залізничного, водного, автомобільного й повітряного шляхів сполучень, яке передбачало сплату страхового збору пасажирами під час придбання проїзних квитків і включення його в їх загальну вартість. Але загалом асортимент послуг зі страхування від нещасних випадків за умов монополії держави на ведення страхової справи був невеликий.

З 1988 року в СРСР почався процес збільшення асортименту послуг зі страхування від нещас-

них випадків. Так, у цьому ж році було введено страхування дітей від нещасних випадків, в 1989 – страхування вихованців інтернатів, державних установ, 1990 – страхування працівників залізничного транспорту, колективне страхування водіїв від нещасних випадків, колективне страхування студентів і молоді в будівельних загонах і на сільськогосподарських роботах, страхування спортсменів. Починаючи з 1991 року, після припинення існування СРСР, Україна стала самостійно вирішувати всі питання стосовно організації страхової діяльності.

З 1992 року в Україні стало проводитися державне обов'язкове страхування працівників прокуратури, державне особисте страхування військовослужбовців і військовозобов'язаних, призваних на збори, державне обов'язкове страхування працівників митних органів, державне обов'язкове особисте страхування медичних і фармацевтичних працівників на випадок інфікування вірусом імунодефіциту людини під час виконання ними службових обов'язків.

У подальшому відповідно до Закону України «Про страхування» (1996 р.) впроваджені й такі види обов'язкового страхування від нещасних випадків, як державне страхування життя й здоров'я народних депутатів, військовослужбовців, працівників правоохоронних органів, податківців, особисте страхування працівників відомчої та сільської пожежної охорони та членів добровільних пожежних дружин (команд), державне страхування спортсменів вищих категорій, страхування членів екіпажу та авіаційного персоналу тощо.

Нова редакція Закону України «Про страхування» (2001 р.) змінила перелік видів обов'язкового страхування від нещасних випадків, який був значно скорочений. З переліку видів обов'язкового страхування було вилучено державне обов'язкове страхування працівників прокуратури та інших правоохоронних органів, державне особисте страхування військовослужбовців і військовозобов'язаних, призваних на збори, державне обов'язкове страхування працівників митних і податкових органів.

Окрім того, у 2001 році в Україні було запроваджено загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності. Законодавством визначено єдиного страховика – Фонд соціального страхування від нещасних випадків.

Дія закону України «Про страхування» не поширюється на державне соціальне страхування. На відміну від соціального страхування, приватне надає страхувальникові право вибору страхової організації, яка буде надавати йому страхові послуги з цього виду страхування.

В Україні існують дві форми страхування від нещасного випадку: обов'язкове та добровільне. Обов'язкове страхування від нещасних випадків здійснюється в тих випадках, коли законом на вказаних у ньому осіб покладається обов'язок страхувати в якості страхувальників життя й здоров'я інших осіб. Якщо за добровільного страхування від нещасних випадків ініціаторами страхування є фізичні чи юридичні особи, то за обов'язкового страхування ініціатива виходить



від держави, яка в формі закону зобов'язує фізичних та юридичних осіб вносити кошти для забезпечення суспільних інтересів.

Як свідчить світовий страховий досвід, обов'язкове страхування від нещасних випадків здійснюється за трьома напрямками:

1) обов'язкове страхування від нещасних випадків як один з елементів соціального страхування, що покриває ризики виробничого травматизму та професійних захворювань. Страхові внески цього напрямку обов'язкового страхування повністю сплачує роботодавець;

2) обов'язкове державне страхування життя й здоров'я тих категорій державних службовців, чия професійна діяльність пов'язана з підвищеним ризиком нещасного випадку під час виконання службових обов'язків. Таке страхування здійснюється з метою надання страхового захисту застрахованим особам на випадок смерті, втрати працездатності через травму, каліцтво, тілесні ушкодження, що настали під час виконання службових обов'язків унаслідок нещасних випадків;

3) обов'язкове особисте страхування пасажирів, яких перевозять повітряним, залізничним, водним та автомобільним транспортом на міжміських і туристичних маршрутах. Страхуванням покривається ризик смерті або отримання травми й тілесних ушкоджень унаслідок нещасного випадку, пов'язаного з поїздкою [8].

Обов'язкове страхування від нещасних випадків в Україні охоплює загалом усі ці позиції. До обов'язкового страхування від нещасних випадків, що здійснюється страховиками в Україні, зокрема належать: особисте страхування від нещасних випадків на транспорті; страхування спортсменів вищих категорій; страхування життя й здоров'я спеціалістів ветеринарної медицини; особисте страхування медичних і фармацевтичних працівників (крім тих, які працюють в установах та організаціях, що фінансуються з Державного бюджету України) на випадок інфікування вірусом імунодефіциту людини під час виконання ними службових обов'язків; особисте страхування працівників відомчої (крім тих, які працюють в установах і організаціях, що фінансуються з Державного бюджету України) та сільської пожежної охорони і членів добровільних пожежних дружин (команд) [9].

Страхування від нещасних випадків є також і добровільним видом страхування. Добровільне страхування може бути індивідуальним або колективним. Індивідуальне страхування від нещасних випадків передбачає, що страхувальником виступає фізична особа, яка укладає договір страхування стосовно самої себе або іншої фізичної особи.

Індивідуальне страхування від нещасних випадків може поширюватися лише на приватне життя або тільки на час виконання застрахованою особою професійних обов'язків, громадської діяльності, а може охоплювати й все це разом. У разі колективного страхування від нещасних випадків сплата страхових внесків здійснюється за рахунок страхувальників, зазвичай це роботодавці.

Страхування від нещасних випадків – найпоширеніший вид особового страхування в Україні. За 2016 рік, у порівнянні з 2015 роком, збільшилися валові страхові платежі зі страхування від нещасних випадків на 301,6 млн. грн. (56,3%); кількість укладених договорів страхування від нещасних випадків зменшилась на 956,4 тис. одиниць (або на 5,7%); кількість укладених договорів страхування від нещасних випадків на транспорті збільшилась на 86 713,2 тис. одиниць (до 93 770,4 тис. одиниць) [10].

У таблиці 1 представлено дані про п'ять рейтингових страхових компаній України, яким належить найбільша частка – 71,81% на ринку добровільного страхування від нещасних випадків у 2016 році, що на 11,84% більше, ніж у 2015 році (у 2015 році цей показник склав 59,97%). Це свідчить про домінуюче становище цих страховиків.

Дані табл. 1 свідчать, що страхова компанія «ІНГОССТРАХ» є лідером у галузі добровільного страхування від нещасних випадків: сума страхових платежів за 2016 рік склала 252 993,4 тис. грн, що на 90 297,1 тис. грн більше ніж у 2015 році (+55,5%); сума страхових виплат за аналогічний період збільшилась на 30 844,6 тис. грн (+32,52%) та складає 82 276,7 тис. грн.

Крім того, страховиком у 2015 році оформлено 1 141 804 договорів та врегульовано 77 145 страхових подій, у 2016 році ці показники склали 949 072 та 90 562 відповідно. За підсумками 2014-2016 рр. СК «ІНГОССТРАХ» Лідер Національної Премії Insurance TOP в номінації «Страхування від нещасного випадку».

Незважаючи на певні досягнення, добровільне страхування від нещасного випадку не відіграє достатньої ролі у забезпеченні ефективного соціального захисту населення. Ринок страхування від нещасних випадків розвивається, і як результат, конкуренція в секторі посилюється. Зважаючи на це, ринок приватного страхування зміг би здійснювати обов'язкове страхування від нещасних випадків на виробництві, яке надалі розвине і збільшить вітчизняний страховий ринок.

«Державна політика в галузі охорони праці базується на принципах пріоритету життя і здоров'я працівників, повної відповідальності роботодавця за створення належних, безпечних

Таблиця 1

## Динаміка добровільного страхування від нещасних випадків за 2015 та 2016 рр.

№	Страхова компанія	Сума страхових платежів, тис. грн		Приріст страхових платежів, %		Сума страхових виплат, тис. грн		Рівень виплат, %	
		2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
1	Інгосстрах	162696,3	252993,4	55,22	55,5	51423,1	82276,7	31,61	32,52
2	Кредо	11302,3	161409	20,95	1328,11	84,8	31816	0,75	19,71
3	Альфа Страхування	20094,2	48069,2	-76,74	139,22	525,2	427,2	2,61	0,89
4	Довіра та гарантія	37133	36812	30,45	-0,86	459	201	1,24	0,55
5	PZU Україна	17597,4	28760,2	50,5	63,43	1018,5	995,5	5,79	3,46

Джерело: розроблено авторами за даними [11]

і здорових умов праці...» (ст.4 Закону України «Про охорону праці»). Тобто первинне і головне завдання роботодавця, незалежно від форм власності, виду діяльності, господарювання – життя і здоров'я працівника. Зрештою, це конституційна константа. На жаль, практика сьогодення свідчить про недотримання цих основоположних принципів у повсякденному житті [12].

Зміна сучасної системи загальнообов'язкового державного соціального страхування від нещасного випадку та надання можливості суб'єктам підприємницької діяльності сплачувати страхові внески не в державний Фонд соціального страхування, а у приватні страхові компанії, дозволить запровадити стимули для роботодавців щодо інвестування в більш безпечні умови праці, що зменшить кількість і важкість наслідків нещасних випадків на виробництві.

**Висновки і пропозиції.** Страхування від нещасних випадків є одним із перших видів страхування. Завдяки розвитку цього виду страхування, з'явилися й інші види страхування, наприклад, страхування відповідальності, спрямованого на захист життя громадян, які в подальшому сформували комплекс заходів всієї системи соціального захисту. Виникнення саме цього виду страхування є фундаментом для створення всієї системи страхового захисту населення.

Пошук концепції розвитку страхування від нещасного випадку в Україні має спиратись на історичний досвід, що має вагомим значення на перспективу. Дослідження механізмів, які забезпечують страховий захист працівників від соціальних ризиків, а також особливості та умови страхування від нещасних випадків стане завданням подальших досліджень.

## Список літератури:

1. Ефимов С.Л. Энциклопедический словарь. Экономика и страхование. – М.: ЦЕРИХ-ПЕЛ, 1996, I-X, 528 с.
2. Страхування: Підручник / [Осадець С.С., Гаманкова О.О., Артюх Т.М. та ін.]; за ред. С.С. Осадеця. – К.: КНЕУ, 1998. – 528 с.
3. Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1105-14>
4. Страхування: підручник / [Базилевич В.Д., Базилевич К.С., Пікус Р.В. та ін.]; за ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2008. – 1019 с.
5. Вобль К.Г. Основы экономики страхования // Страхование право. – М.: Анкил, 1995. – С. 228.
6. Історія виникнення страхування від нещасних випадків / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://insins.net/insurance-services/105-storya-viniknennya-strahuvannya-ud-neschasnih-vipadkv.html>
7. Витоки національного страхового ринку України: [монографія] М.С. Клапків, Ю.М. Клапків – Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – С. 275.
8. Обов'язкове страхування від нещасних випадків / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://insins.net/insurance-services/107-obovyazkove-strahuvannya-ud-neschasnih-vipadkv.html>
9. Закон України «Основи законодавства України про загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 14.01.1998 № 16/98-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1998. – № 23. – Ст. 121 [із змінами та доповненнями]. – [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/16/98-вр>
10. Підсумки діяльності страхових компаній за 2016 рік / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forinsurer.com/files/file00602.pdf>
11. Журнал Insurance TOP № 1(57)2017 – итоги страхового рынка Украины за 2016 год / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://forinsurer.com/insurancetop\\_57](https://forinsurer.com/insurancetop_57)
12. Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://social.org.ua/view/3085?print\\_preview=1](http://social.org.ua/view/3085?print_preview=1)

**Кондратенко Д.В., Друшляк А.О.**

Харьковский национальный университет строительства и архитектуры

## СТРАХОВАНИЕ ОТ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ИСТОКИ

### Аннотация

В статье представлено определение и рассмотрены истоки зарождения страхования от несчастных случаев. В результате исследования было выявлено, что благодаря появлению и развитию страхования от несчастных случаев возникла целая система страховых мероприятий по защите населения.

**Ключевые слова:** страхование от несчастных случаев, несчастный случай на производстве, социальное страхование, система социального страхования, страхование ответственности работодателя.

**Kondratenko D.V., Drushliak A.O.**

Kharkiv National University of Construction and Architecture

## THE ACCIDENT INSURANCE: DEFINITION AND ORIGINS

### Summary

The article presents the definition and considered the origins of accident insurance. The study revealed that due to the emergence and development of insurance against accidents, a whole system of the insurance activities, protecting the population.

**Keywords:** accident insurance, accident on production, social insurance, social insurance, insurance of employer's liability.

## МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Косарева І.П., Бут А.С.

Харківський інститут фінансів

Київського національного торговельно-економічного університету

В сучасних умовах діяльності підприємств, особливо за умов фінансової кризи та соціально-політичної нестабільності в країні перед підприємствами стоїть складна задача – забезпечення стійкого та ефективного функціонування. Управління фінансовою стійкістю підприємства є одним з найвагоміших функціональних напрямів системи фінансового менеджменту, яка досить тісно пов'язана з іншими системами управління. Звичайно, що не лише вплив зовнішніх факторів негативно впливає на діяльність підприємств, а й відсутність ефективного механізму управління фінансовою безпекою та забезпечення відповідного рівня фінансової стійкості підприємств, які б могли протистояти постійним змінам в умовах господарювання. Визначення основних складових механізму управління фінансовою стійкістю підприємства відноситься до числа найбільш важливих і актуальних на сьогодні проблем, оскільки недостатність фінансової стійкості може призвести до неплатоспроможності підприємства, руйнування стратегічного потенціалу та загрози його фінансовій безпеці.

**Ключові слова:** фінансова стійкість підприємства, управління фінансовою стійкістю, механізм управління, ефективність діяльності, збалансованість.

**Постановка проблеми.** Умовою стійкого розвитку підприємства в цілому є його ефективна господарська діяльність, спрямована на забезпечення стабільності, розвитку й досягнення визначених цілей.

Безперечно, управління фінансовою стійкістю підприємства насамперед пов'язане з управлінням капіталом підприємства, проте принцип системності, котрий широко використовується в ході здійснення фінансового аналізу, управління фінансовою стійкістю підприємства поєднує в собі і управлінням доходами та витратами, і рухом активів, і управління грошових потоків та іншими аспектами діяльності підприємства.

Тому, саме система управління фінансовою стійкістю підприємства є головною ланкою всієї діяльності, а так як на сьогоднішній день в умовах кризи і соціально-політичної нестабільності підприємствам важко тримати рівень фінансової стійкості, то визначення механізму управління нею є досить актуальним питанням.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Початок досліджень з аналізу й оцінки фінансової стійкості підприємства відноситься до 60-х років ХХ століття. Е. Альтман і У. Бівер робили спроби оцінки фінансового стану, орієнтовані, у тому числі, й на фінансову стабільність підприємств. В той же час окремі теоретичні та методичні аспекти управління фінансовою стійкістю підприємства розглядаються в наукових працях провідних науковців України: І.О. Бланка, В. Вітлінського, А.Е. Воронкової, І.В. Дем'яненко, В.М. Кочеткова, Л.О. Лігоненко, Ю. Ярошенка та інших, зарубіжних фахівців: М.С. Абрютіної, В.Г. Артеменка, М.В. Белендира, І.Т. Балабанова, Ван Хорна, О.В. Єфімової, Д. Ірвіна, Т.Р. Карліна, В.В. Ковальова, В.М. Родіонової, О.С. Стоянової.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Визначення процесу удосконалення управління фінансовою стійкістю підприємства, як інструмента підвищення ефективності його функціонування.

**Мета статті.** Метою роботи є удосконалення системи управління фінансовою стійкістю через уточнення понятійного апарату та визначення

процесу і основних елементів механізму управління фінансовою стійкістю підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** Важливою передумовою забезпечення фінансової безпеки підприємства є якісний фінансовий менеджмент, що являє собою систему, яка складається з комплексу дій, принципів, методів розробки та реалізації управлінських рішень. Ефективне фінансове управління дозволяє формувати ресурсний, виробничий, фінансовий, кадровий, технологічний, інноваційний потенціал та забезпечувати необхідний рівень кредитоспроможності підприємства і стабільний економічний розвиток в стратегічній перспективі.

Отже, особливе значення в сучасних умовах повинно приділятися забезпеченню фінансової стійкості, що можливо за умов впровадження стратегічних підходів до управління підприємством.

Актуальним напрямом сталого функціонування суб'єктів господарювання є розробка дієвого механізму управління фінансовою стійкістю підприємства. Для визначення поняття механізму управління фінансовою стійкістю підприємства, необхідно дослідити та дати чітке трактування таким дефініціям, як «механізм управління підприємством» та «фінансова стійкість підприємства».

Щодо визначення економічної природи такого поняття, як фінансова стійкість, існує безліч точок зору різних науковців (табл. 1).

Отже, фінансова стійкість підприємства є якісною характеристикою його фінансового стану і характеризується як здатність підприємства ефективно функціонувати та розвиватися, відзначається достатнім рівнем забезпеченості фінансовими ресурсами та ефективністю управління ними, що забезпечує його платоспроможність, прибутковість та рентабельність.

Умовою життєдіяльності й основою стабільності стану підприємства в ринковій економіці є його стійкість. Ефективне управління фінансовою стійкістю дає змогу підприємству адаптуватися до умов зовнішнього середовища та контролювати ступінь його незалежності від зовнішніх джерел фінансування. Для цього необхідна побудова механізму забезпечення фінансової стій-

кості підприємства з метою організації ефективної системи взаємодії всіх елементів, які беруть участь у процесі управління фінансовою стійкістю підприємства.

Механізм забезпечення фінансової стійкості слід визначити як систему форм, методів, прийомів, важелів, норм і нормативів, а також нормативно-правового, інформаційного, програмно-техніч-

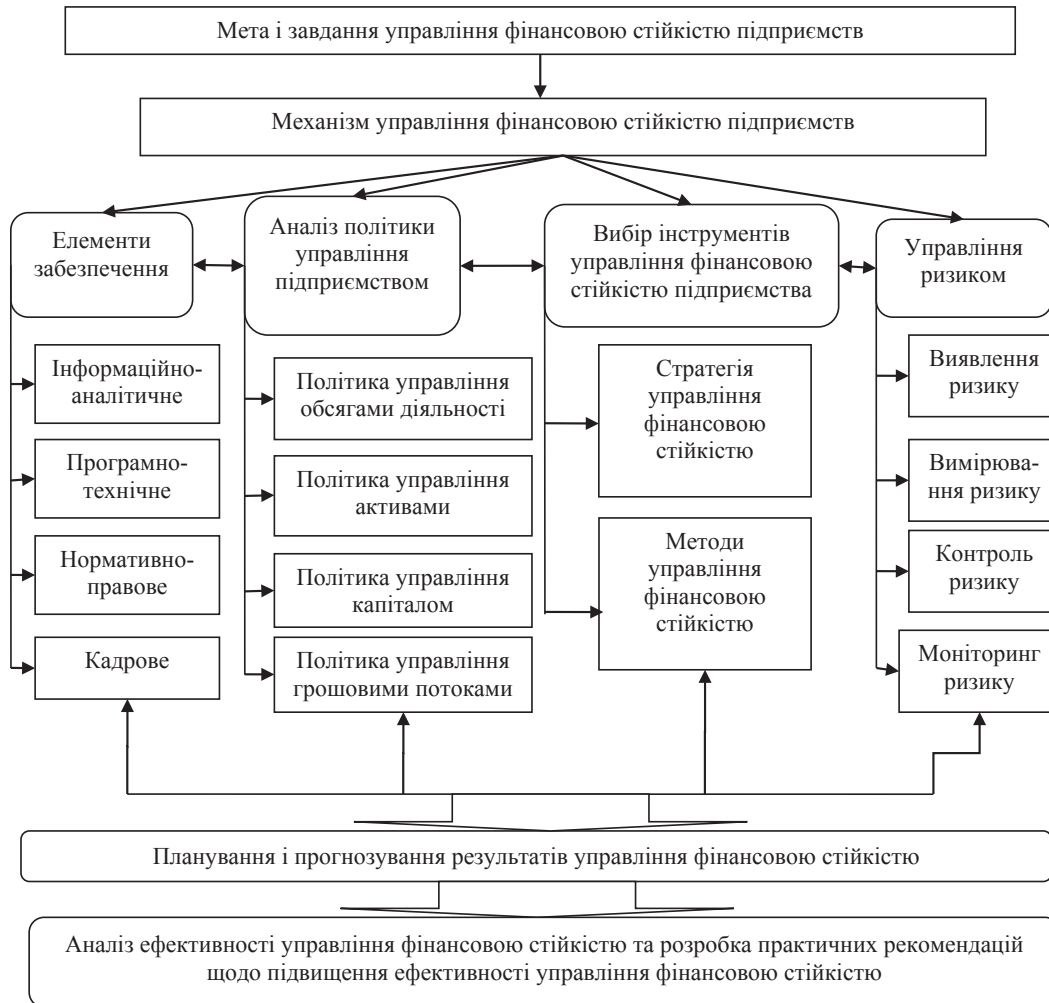


Рис. 1. Основні складові механізму управління фінансовою стійкістю підприємства [1, 2, 4]

Таблиця 1

**Визначення поняття «фінансової стійкості підприємства» в економічних літературних джерелах [3, 5, 8]**

Автор	Поняття
Великий економічний словник	«Стійкість фінансова – стабільність фінансового положення, що виражається у збалансованості фінансів, достатній ліквідності активів, наявності необхідних резервів»
Г.Б. Поляк	«...економічною сутністю фінансової стійкості є забезпеченість запасів і витрат підприємства джерелами формування»
О.С. Стоянова	«Фінансова стійкість передбачає збіг чотирьох сприятливих характеристик: високої платоспроможності; високої ліквідності балансу; високої кредитоспроможності; високої рентабельності»
І.Т. Балабанов	«Фінансово стійким є господарючий суб'єкт, який за рахунок власних коштів покриває кошти, вкладені в активи, не допускає невиправданої заборгованості та розраховується в термін за своїми зобов'язаннями»
Є.А. Уткін	«...фінансова стійкість не зводиться лише до платоспроможності. Для підтримання фінансової стабільності важливі не тільки абсолютні розміри прибутку, скільки показники рентабельності. В якості критерію стійкості фінансового стану може використовуватись вірогідність банкрутства»
Г.В. Савицька	«...здатність суб'єкта господарювання функціонувати та розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів та пасивів в мінливому внутрішньому та зовнішньому середовищі, яка гарантує його постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість в межах допустимого рівня ризику»
Н.А. Мамонтова	«...економічний стан підприємства, за якого забезпечується стабільна фінансова діяльність, постійне перевищення доходів над витратами, вільний обіг грошових коштів, ефективне управління фінансовими ресурсами, безперервний процес виробництва і реалізації продукції, розширення та оновлення виробництва»; «...свідчить про забезпеченість підприємства власними фінансовими ресурсами, рівень їх використання, напрями розміщення».



ного та кадрового забезпечення, за допомогою яких на підприємстві досягається такий стан фінансових ресурсів, їх формування, розподілу та використання, що дозволяє підприємству розвиватися на основі зростання прибутку та капіталу при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності в умовах допустимого рівня ризику [6].

Механізм управління фінансовою стійкістю підприємства є частиною загальної системи управління підприємством, що забезпечує вплив на чинники, від яких залежить загальний результат діяльності суб'єкта господарювання (рис. 1).

Процес формування механізму управління фінансовою стійкістю підприємства можна представити у вигляді послідовності пов'язаних між собою етапів (рис. 2).

Спільним для кожного етапу розробки механізму управління фінансовою стійкістю є використання інструментів управління фінансовою стійкістю підприємства, тому при розробці схеми механізму управління доцільно було б вказати для кожного етапу процесу управління конкретний набір інструментарію, що може бути використаний.

Сьогодні на підприємствах промисловості однією з головних проблем є відсутність цілісної стратегії, спрямованої на забезпечення стійкості фінансової і господарської діяльності підприємства та стійкого розвитку у перспективі.

Процес реалізації визначеної головної мети механізму забезпечення фінансової стійкості підприємств повинен бути спрямований на вирішення основних цілей та задач (табл. 2).

Таким чином, використання системи управління за цілями дозволяє фінансовому менеджменту більш ефективно розпізнавати наявні проблеми та розробляти заходи щодо їх усунення.

Запропонована система цілей охоплює весь спектр проблем, пов'язаних з управлінням фінансовою стійкістю по суті, оскільки як виявлено раніше управління нею полягає не тільки в оптимізації структури фінансових ресурсів, але й має забезпечити довгострокову ефективність використання наявних та потенційних ресурсів.

**Висновки і пропозиції.** Фінансова стійкість є однією з найважливіших характеристик фінансово-економічної діяльності підприємства

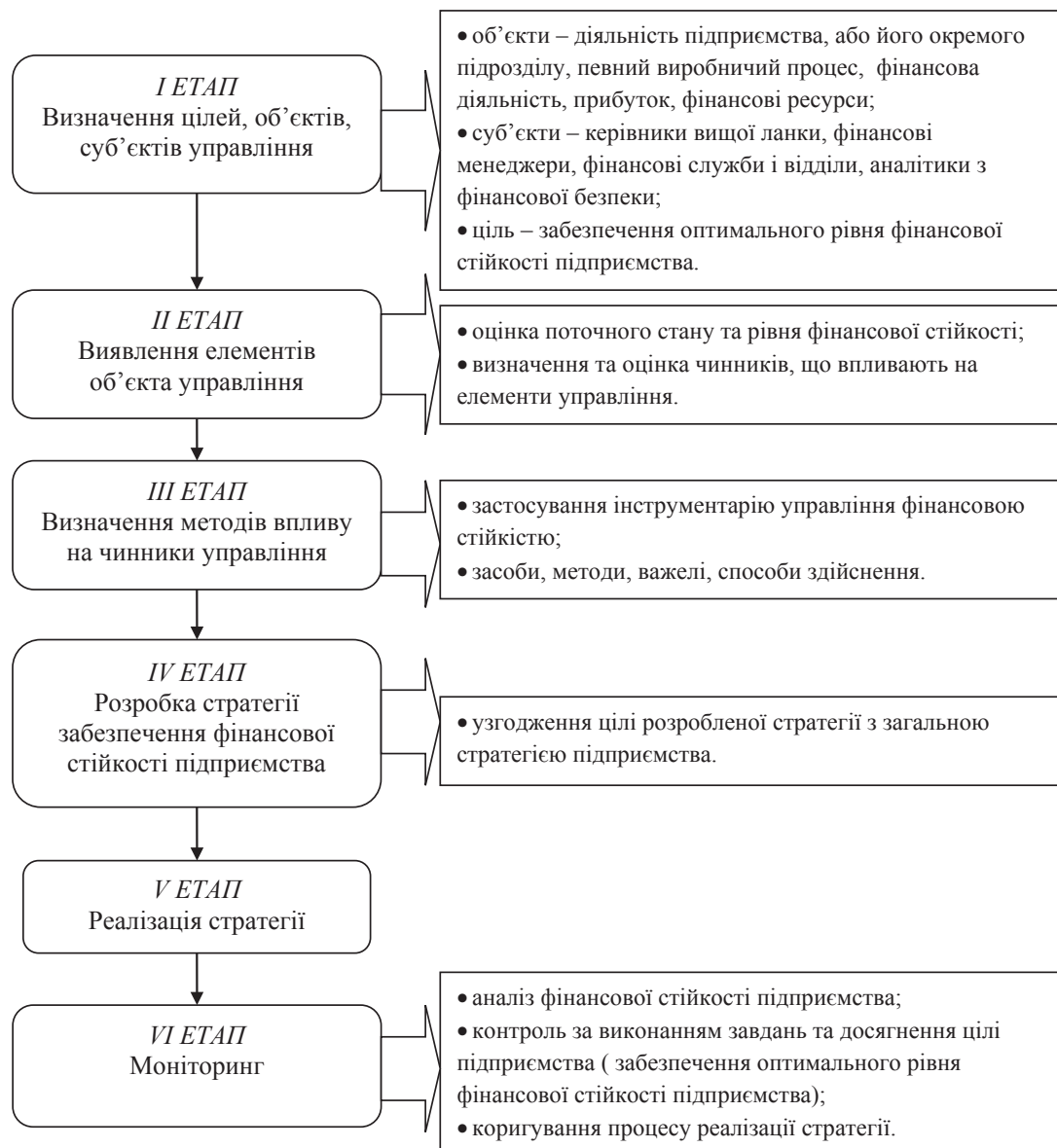


Рис. 2. Послідовність етапів розробки механізму управління фінансовою стійкістю підприємства [7, 6]



в умовах ринкової економіки. Якщо підприємство фінансово стійке, то воно має перевагу перед іншими підприємствами того ж профілю в залученні інвестицій, в одержанні кредитів, у виборі постачальників і в підборі кваліфікованих кадрів.

Нарешті, воно не вступає в конфлікт із державою і суспільством, тому що виплачує вчасно податки в бюджет, внески в соціальні фонди, заробітну плату, а банкам гарантує повернення кредитів і сплату відсотків по них.

Отже, наведена послідовність етапів реалізації механізму управління фінансовою стійкістю є ефективною та може застосовуватись у реальних

умовах господарювання. Розроблені заходи повинні забезпечити стабільність функціонування та розвитку підприємства, що характеризується постійним зростанням прибутку, збереженням платоспроможності й кредитоспроможності, підтриманням фінансової рівноваги в довгостроковій перспективі.

У процесі реалізації механізму управління фінансовою стійкістю застосовуються такі методи, як планування, оцінка та прогнозування. Виходячи із цього, напрямком подальших досліджень є детальне вивчення зазначених методів та встановлення особливостей їх використання в процесі управління фінансовою стійкістю.

Таблиця 2

## Цілі та завдання управління фінансовою стійкістю підприємства [9, 3, 4]

Тип цілі за пріоритетністю		Показники оцінки міри виконання цілі
основна	допоміжна	
Збалансованість активів та пасивів	Достатність власного капіталу	Наявність та обсяг власного оборотного капіталу, величина власних та притриманих до них оборотних активів, рівень забезпеченості власними оборотними активами господарської діяльності.
	Гнучка структура капіталу	Рівень маневреності власних оборотних активів, рівень поточної забезпеченості господарської діяльності оборотними активами.
	Організація руху капіталу	Швидкість обороту поточних зобов'язань, в т.ч. кредиторської заборгованості з оплати праці та перед бюджетом, тривалість руху обороту сукупного капіталу.
	Забезпеченість власного капіталу для фінансування оборотних активів	Рівень поточної забезпеченості господарської діяльності оборотними активами, рівень забезпеченості власними оборотними активами господарської діяльності, коефіцієнти завантаження оборотних коштів, обсяг надлишку (нестачі) робочого, функціонуючого капіталу та загальних джерел формування запасів.
Збалансованість доходів і витрат	Достатній рівень рентабельності	Рентабельність сукупного капіталу, чиста рентабельність власного капіталу, визначення факторів впливу на рентабельність власного капіталу за моделлю фірми Du Pont.
	Зміна структури витратомісткості господарського процесу	Витратомісткість продукції, матеріало- та трудомісткість продукції, частка напівфабрикатів та імпоротної складової в вартості готової продукції.
	Збільшення обсягу товарообороту	Обсяг валової, готової, товарної та реалізованої продукції, тривалість операційного та фінансового циклів.
Збалансованість грошових потоків	Забезпечення платоспроможності та самофінансування	Поточна платоспроможність, коефіцієнт втрати (відновлення) платоспроможності, коефіцієнти поточної, швидкої та миттєвої ліквідності
	Зниження дебіторської заборгованості	Оптимальний розмір дебіторської заборгованості, середній період інкасації дебіторської заборгованості та «вік» простроченої заборгованості.
	Забезпечення кредитоспроможності	Коефіцієнти обслуговування фінансового боргу, показник достатності грошового потоку, коефіцієнти стійкого та внутрішнього економічного зростання.

## Список літератури:

- Білик М. Д. Фінансовий аналіз: навч. посібник / М. Д. Білик, О. В. Павловська, Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмержицька. – К.: КНЕУ, 2015. – 592 с.
- Гарасюк О. А., Богачевська К. В. Удосконалення поняття управління фінансовою стійкістю / О. А. Гарасюк, К. В. Богачевська // Економіка і регіон. – 2012. – № 3(34). – С. 228-232.
- Докієнко Л. М. Управління фінансовою стійкістю підприємств торгівлі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.05 – Економіка торгівлі та послуг / Л. М. Докієнко. – Київ, 2015. – 23 с.
- Слецьких С. Я. Удосконалення процесу управління фінансово стійким розвитком промислового підприємства / С. Я. Слецьких // Економіка промисловості. – 2012. – № 3-4(59-60). – С. 74-80.
- Коваленко Ю. М. Фінансова стійкість та її підтримання у фінансовому секторі економіки: міжнародний і національний контексти / Ю. М. Коваленко // Бізнес-інформ. – 2013. – № 9. – С. 274-279.
- Притуляк Н. М. Ознаки фінансової стійкості – теоретична основа моделювання факторних систем / Н. М. Притуляк // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. – № 1. – С. 26-31.
- Решитнякова А. В., Щербань О. Д. Управління фінансовою стійкістю підприємства // ББК 65.261 (4 укр). – 2016. – С. 139.
- Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Г. В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2013. – 704 с.
- Філонич О. М., Дряпак Я. О. Управління фінансовою стійкістю підприємства / О. М. Філонич, Я. О. Дряпак // Економіка і регіон. – 2014. – № 1(32). – С. 199-202.

**Косарева И.П., Бут А.С.**

Харьковский институт финансов

Киевского национального торгово-экономического университета

## МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

### Аннотация

В современных условиях деятельности предприятий, особенно в условиях финансового кризиса и социально-политической нестабильности в стране перед предприятиями стоит сложная задача – обеспечение устойчивого и эффективного функционирования. Управление финансовой устойчивостью предприятия являются одним из наиболее значимых функциональных направлений системы финансового менеджмента, которая довольно тесно связана с другими системами управления. Конечно, не только влияние внешних факторов негативно влияет на деятельность предприятий, но и отсутствие эффективного механизма управления финансовой безопасностью и обеспечения соответствующего уровня финансовой устойчивости предприятий, которые бы могли противостоять постоянным изменениям в условиях хозяйствования. Определение основных составляющих механизма управления финансовой устойчивостью предприятия относится к числу наиболее важных и актуальных на сегодня проблем, поскольку недостаточность финансовой устойчивости может привести к неплатежеспособности предприятия, разрушению стратегического потенциала и угрозы его финансовой безопасности.

**Ключевые слова:** финансовая устойчивость предприятия, управление финансовой устойчивостью, механизм управления, эффективность деятельности, сбалансированность.

**Kosareva I.P., Booth A.S.**

Kharkiv Institute of Finance

of the Kiev National Trade-Economic University

## THE MECHANISM OF MANAGEMENT OF FINANCIAL STABILITY OF ENTERPRISE

### Summary

In modern conditions of enterprises' activities, especially in the financial crisis and socio-political instability in the country enterprises faced with a difficult task – to ensure sustainable and effective functioning. Management of financial stability of the company are one of the most important functional areas of financial management, which is closely linked with other management systems. Of course, not only the influence of external factors affects the activity of the enterprises, but the lack of an effective mechanism of management of financial security and ensure an appropriate level of financial stability of a company that could withstand the constant changes in the economic environment. Definition of the main components of the mechanism of management of financial stability of the enterprise is among the most important and urgent problems of today because of the lack of financial stability may lead to insolvency of the enterprise, the destruction of the strategic potential and threats to his financial security.

**Keywords:** financial stability of the enterprise, management of financial stability, management mechanism, efficiency, balance.

## РОЛЬ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ У ФОРМУВАННІ ПРИБУТКУ СТРАХОВИКА

Крикуненко О.С., Березіна С.Б.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

В статті досліджено сутність інноваційної страхової послуги. Виявлено переваги застосування інновацій в сфері автострахування. Вивчено зарубіжний досвід впровадження інновацій у страхову сферу. Охарактеризовані теоретичні аспекти впливу інноваційних страхових послуг на фінансовий результат страховика. Визначено можливості та перспективи впровадження вітчизняними страховими компаніями високих технологій з метою управління прибутком.

**Ключові слова:** страхова компанія, інновація, управління прибутком, страхова послуга, автострахування.

**Постановка проблеми.** Ринок страхових послуг в Україні знаходиться на етапі становлення та розвитку, так само як і інші складові ринкової інфраструктури. На сьогоднішній день економічно розвинені країни застосовують інноваційні методи впливу на доходи та витрати страховика, серед яких і запровадження інноваційних продуктів в страхуванні. Тому вивчення закордонного досвіду та дослідження перспектив впровадження інноваційного страхування на вітчизняному ринку страхування є актуальним.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Вагомий внесок у дослідження фінансово-економічної діяльності страховика та особливості формування доходів і витрат страховика зробили такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як В.Д. Базилевич, О.І. Барановський, Н.М. Внукова, О.О. Гаманкова, Т.Є. Гварліані, О.А. Гвозденко, В.Б. Гомелля, Н.Б. Грищенко, В.І. Грушко, О.Д. Заруба, О.М. Зубець, М.С. Клапків, В.В. Корнєєв, К.Г. Облій, Л.А. Орланюк-Малицька, С.С. Осадець, Р.В. Пікус, В.К. Райхер, Л.І. Рейтман, Т.А. Ротова, А.С. Руденко, В.І. Сребровський, К.Є. Турбіна, Т.А. Федорова, В.В. Шахов, Я.П. Шумелда, Р.Т. Юлдашев, С.І. Юрій, С.Ю. Янова та ін.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Відзначаючи вагомий результат досліджень зазначених авторів, слід зазначити необхідність подальшого обґрунтування важливості використання страховими компаніями інноваційних технологій та страхових продуктів, а також визначення рівня їх розвитку в Україні та світі.

**Метою статті** є дослідження інноваційних методів управління прибутком страховика, а також їх розвитку в Україні та світі.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні на страховому ринку розвинених країн широко використовуються інноваційні технології, метою яких є забезпечення високорентабельної діяльності страхових компаній не лише у короткостроковому, а й у довгостроковому періодах та розвиток страхового ринку.

Також, необхідно формувати сприятливе страхове середовище в якому будуть максимально враховані та захищені інтереси всіх суб'єктів страхування. У цьому контексті важливим постає впровадження інноваційних розробок у сфері надання страхових послуг.

Під інноваційною страховою послугою слід розуміти комплекс системних заходів, спрямованих

на гармонізацію всіх етапів страхового процесу з метою отримання фінансово-економічного й соціально-правового ефекту від страхування. Інноваційна страхова послуга має більш привабливіші споживчі властивості у порівнянні з попередниками, здатна задовольнити раніше неохоплені потреби потенційного страхувальника та базується на використанні нових технологій [1, с. 39].

Інноваційний процес передбачає поступове формування конкурентоспроможної страхової послуги, яка за своїми кількісними та якісними ознаками буде перевершувати свої аналоги та виконувати такі функції:

- поліпшення умов страхування для клієнтів;
- створення іміджу страхової компанії як передової та високотехнологічної;
- привернення уваги страхувальників до страхової компанії;
- розширення свого сегменту на ринку;
- удосконалення страхової статистики;
- зменшення виплат за рахунок зменшення ймовірності ризику.

В Україні страховий ринок має більш консервативний характер, інтернет та мобільні технології майже не використовуються саме для продажу страхових полісів. Тому очевидним є потреба заповнити цю нішу на вітчизняному ринку страхування.

Першочерговим завданням інноваційного страхування є перетворення збиткових видів страхування (медичне та автострахування) на прибуткові. Оскільки в українських страховиків досить великий об'єм страхового портфелю займає саме автострахування, то доцільним є впровадження інноваційних технологій саме в цю сферу страхування для безпосереднього або опосередкованого впливу на формування доходів та витрат вітчизняних страхових компаній.

Вплинути на прибутковість страховика можна такими шляхами, як збільшення доходів, зменшення витрат або зменшення оподаткування. Зміна оподаткування ніяк не залежить від дій страховика, тому цей вплив на прибуток регулюється винятково державою, в якій здійснює свою діяльність страховик.

У більшості страхових компаній доходи на 80-90% складаються з чистих зароблених страхових премій. Тому збільшення саме цього показника має прямо вплинути на доходи. Проте, при збільшенні страхових премій збільшуються й сукупний ймовірний ризик, що бере на себе страховик. Тому збільшуються і витрати за рахунок страхових виплат.

На прикладі автострахування, збільшити страхові премії можна лише за допомогою нарощування клієнтської бази або за допомогою нових страхових продуктів, що покривають певний вид специфічних ризиків, від яких не захищають стандартні поліси. Ці ризики можуть мати регіональний характер та бути притаманним лише певній місцевості. Проте більш ефективним методом збільшення доходів страховика є збільшення кількості страхувальників. Шляхів для цього є досить багато й більшість з них мають безпосередній зв'язок з маркетинговою діяльністю. Це в першу чергу реклама діяльність, акційні пропозиції, знижки та інше.

Що ж стосується зменшення витрат шляхом зменшення страхових виплат, то це інтенсивний шлях та він потребує використання інновацій у сфері страхування. В світі широко використовуються різноманітні інноваційні методи в автострахуванні, що дозволяють зменшити витрати та збільшити доходи за рахунок збільшення кількості страхувальників.

У Новій Зеландії сьогодні активно використовується ринок смартфонів та мобільних програм задля удосконалення результатів страхової діяльності. Так, в квітні 2014 року місцева страхова компанія «Tower» випустила безкоштовну програму для смартфонів «SmartDriver». Її сутність полягає у вивченні за допомогою мобільного пристрою поведінки водія на дорозі на основі останніх 150 км, проїханих водієм. Враховується дуже багато факторів:

- прискорення транспортного засобу;
- гальмування;
- середня швидкість їзди;
- час доби та інше [4].

Після того, як водій проїхав 150 км (як мінімум три поїздки, від 2 до 75 кілометрів кожна) програма виставляє йому бал від 0 до 10. На основі отриманої оцінки страхувальник отримує знижку до страхових премій у розмірі до 20% [5].

Таким чином головною метою даної програми для мобільних пристроїв є забезпечення більш

чіткої та конкретної для кожного страхувальника статистики, що дозволить більш точно визначити тариф. Звісно, що оскільки програма лише зменшує страхову премію (тобто у разі того, що водій їздить небезпечно, збільшення премій не відбуватиметься), страхова компанія має збільшити базову ставку страхової премії таким чином, щоб врахувати зваження на ризик (додати близько 15%). Тобто, якщо страхувальник буде їздити досить небезпечно, то він хоч і отримає знижку, проте вона має вираховуватись від здалегідь завищеної страхової премії.

Отже, впровадження цієї програми має непрямо вплив на зменшення витрат страховика та збільшення доходу шляхом зменшення ймовірності настання ризику. Саме цей унікальний програмний продукт спонукає водіїв їздити безпечніше, адже вони мають безпосередній фінансовий мотив так робити. Таким чином, це дозволяє зменшити ймовірність настання ризику, а, отже, і загальну кількість страхових випадків. Це значно зменшить виплати і, як результат, сукупні витрати страховика.

Іншим прикладом інноваційного впливу на доходи та витрати страховика є американська страхова компанія «Progressive», яка нещодавно запропонувала своїм клієнтам інноваційний страховий продукт «Pay As You Drive». Він пропонує страхувальникові спеціальні умови розрахунку страхової премії. Після підписання страхової угоди, клієнт отримує по пошті спеціальний пристрій «Snapshot», який підключається до діагностичного роз'єму транспортного засобу та персоналізує страхову премію в залежності від реального стилю водіння. Тобто, чим краще страхувальник їздить, тим менша страхова премія.

Пристрій фіксує всі дані про транспортний засіб, такі як швидкість, кількість різких гальмувань, час доби, проїханий шлях та інше. Далі, в залежності від поведінки на дорозі, програма виставляє водію оцінку та визначає знижку до страхової премії у розмірі не більше 30% [3].

Головними чинниками для визначення знижки є відношення різкого гальмування до подоланої відстані та час доби. Різким гальмуванням страховик визначає гальмування більше ніж на 7 миль на годину (11 кілометрів на годину) за секунду. А добу страхова компанія поділяє на три періоди за ризиком:

- Високий ризик – усі дні 00:00-04:00;
- Середній ризик – в робочі дні 04:00-09:00, 15:00-18:00, 21:00-00:00 та у вихідні 04:00-06:00, 21:00-00:00;
- Малий ризик – усе інше [6].

Дуже важливим моментом є те, що при використанні даної моделі розрахунку страхової премії, її базовий розмір повинен збільшитися приблизно на 20-25%. Це обумовлюється тим, що поганий водій має більше шансів потрапити в аварію та має платити більше. А середньо-

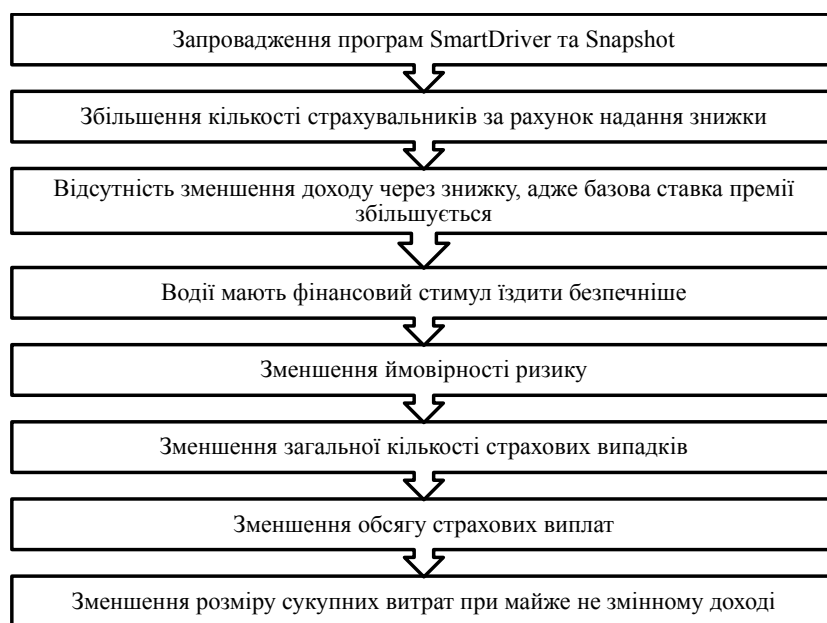


Рис. 1. Вплив програм «SmartDriver» та «Snapshot» на доходи і витрати страховика

Джерело: складено автором на основі [6]



статистичний водій має отримати знижку такого розміру, аби його страхова премія за новою схемою розрахунку була майже рівна базовій ставці без використання даного пристрою. Такий розрахунок називається зваженим за ризиком.

Головним завданням цього продукту для страховика є стимулювання безпечної їзди для застрахованих водіїв, що призводить до обмеження ризику настання страхового випадку при майже незмінному розмірі отриманих страхових премій.

Другорядною функцією є маркетинг у вигляді зацікавлення нових клієнтів інноваційними та унікальними методами розрахунку страхового тарифу. Страхова компанія «Progressive» використовує стратегію «знижки»: при укладанні угоди обумовлюється, що використання пристрою Snapshot дає саме знижку до базової страхової премії, а не пропонує новий шлях її розрахунку. А про те, що нова базова страхова премія відрізняється від старої (без використання пристрою) – страховик нічого не говорить [6].

В Україні, дуже великий об'єм ринку автостраховання, який, на превеликий жаль, є досить збитковим для вітчизняних страховиків. Таким чином, програмне забезпечення подібне до новозеландської «SmartDriver» або американської «Pay As You Drive» є необхідним для українських страхових компаній з великим об'ємом автостраховання у страховому портфелі. Головною перевагою є те, що витрати на розробку, інтегрування та рекламування цих програм є дуже незначними, а ефект досить великим. Тому такі інноваційні методи є важливими та ефективними для впровадження вітчизняними страховиками на сьогоднішній день.

Таким чином, запровадження подібних страхових послуг має прямо вплинути на величину витрат страхових компаній при незмінному значенні доходів, як показано на рис. 1.

В Україні подібна технологія вперше була запроваджена страховою компанією «АХА Страхування» наприкінці березня 2016 року. Страхова програма отримала назву «КАСКО СМАРТ» та діє за аналогічним принципом як і вищезгадана програма «Snapshot» [2].

Враховуючи, що революційна програма «Snapshot» була створена ще в 2010 році можна зробити висновок, що технологічний та інноваційний розвиток вітчизняного страхового ринку відстає від західного на цілих 6 років. В світі цифрових технологій, де будь-який новітній продукт старіє вже через рік після виходу на ринок, таке відставання є катастрофічним.

**Висновки і пропозиції.** Отже, розглянувши шляхи збільшення прибутку страховика на прикладі такої неприбуткової сфери, як автостраховання можна зробити висновок, що збільшення доходів страховика є екстенсивним шляхом, а зменшення витрат – інтенсивним.

Цілком очевидно, що в сучасних умовах найпривабливішим і дієвим варіантом є саме зменшення витрат за рахунок зменшення страхових виплат. Останнє можна здійснити тільки інноваційним шляхом, що дозволить зменшити ймовірність ризику, який зменшить кількість страхових випадків, а, отже, і загальну суму страхових виплат. Тому, на сьогоднішній день, вітчизняні страховики мають звернути увагу на іноземний досвід впливу на доходи та витрати страхових компаній шляхом впровадження інноваційних страхових продуктів, пов'язаних з високими технологіями.

## Список літератури:

1. Страхові послуги: навч. посібник / Д. І. Дема, О. М. Віленчук, І. В. Дем'янюк; за заг. ред Д. І. Деми [2-е вид. перероб. та допов.]. – К.: Алерта 2013. – 526 с.
2. АХА – Телематика [Ел. ресурс] // АХА Страхування: [сайт]. – Режим доступу: <https://axa-ukraine.com/insurance/auto-insurance/telematika-ua.html> – Назва з екрана.
3. Snapshot: Your safe driving habits can boost your savings [El. resource] // Progressive Insurance Company: [web-site]. – 2013. – URL: <https://www.progressive.com/auto/snapshot/>.
4. TOWER SmartDriver app [El. resource] // TOWER Insurance Company: [web-site]. – 2015. – URL: <http://www.tower.co.nz/car-insurance/smartdriver>
5. TOWER wins Innovation of the Year [El. resource] // TOWER Insurance Company: [web-site]. – 2014. – URL: <http://www.tower.co.nz/about-us/news/2014/tower-wins-innovation-of-the-year>
6. What Every Driver Needs to Know about Progressive Snapshot [El. resource] / J. Manna // Blog of Joe Manna: [web-site]. – 2015. – URL: <https://blog.joemanna.com/progressive-snapshot-review>

**Крикуненко А.С., Березина С.Б.**

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

## РОЛЬ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАХОВЫХ УСЛУГ В ФОРМИРОВАНИИ ПРИБЫЛИ СТРАХОВЩИКА

### Аннотация

В статье исследована сущность инновационной страховой услуги. Выявлены преимущества применения инноваций в сфере автострахования. Изучено зарубежный опыт внедрения инноваций в страховую сферу. Охарактеризованы теоретические аспекты влияния инновационных страховых услуг на финансовый результат страховщика. Определены возможности и перспективы внедрения отечественными страховыми компаниями высоких технологий с целью управления прибылью.

**Ключевые слова:** страховая компания, инновация, управление прибылью, страховая услуга, автострахование.



**Krykunenko O.S., Berezina S.B.**  
Taras Shevchenko National University of Kyiv

## THE ROLE OF INNOVATIVE INSURANCE SERVICES IN THE PROCESS OF FORMING THE INSURER'S PROFIT

### Summary

The essence of innovative insurance service is investigated in the article. The advantages of using innovations in the sphere of auto insurance are revealed. The foreign experience of introducing innovations into the insurance sphere has been studied. The theoretical aspects of the influence of innovative insurance services on the financial result of the insurer are characterized. The possibilities and prospects of using high-tech by domestic insurance companies for profit management purposes are determined.

**Keywords:** insurance company, innovation, profit management, insurance service, car insurance.

УДК 658.8:338.24

## ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ В ДИСТРИБ'ЮТОРСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

**Лобза А.В., Черниш Н.О.**  
Університет митної справи та фінансів

Досліджено певні аспекти процесу оцінки персоналу в дистриб'юторських організаціях, розглянуто роль оцінки персоналу в сучасних умовах. Проаналізовано думки різних науковців щодо вибору найбільш підходящих критеріїв оцінки персоналу дистриб'юторських організацій. Обґрунтовано необхідність вдосконалення методів оцінювання працівників у організаціях з врахуванням сучасних швидкозмінних економічних, політичних та соціальних умов розвитку держави.

**Ключові слова:** оцінювання персоналу, дистриб'ютор, «360° атестація», НРА, МВО, КРІ.

**Постановка проблеми.** Питання про ефективне оцінювання персоналу на підприємствах та в організаціях постало в сукупності з процесами конкурентного зростання в сучасних економічних умовах України. Успішна діяльність організацій, які функціонують у торговельній сфері, на пряму залежить від якісної професійної діяльності працівників. Безпосередньо від персоналу залежить кількість реалізованої продукції та якість наданих послуг, рівень сервісу. Тому такі організації обов'язково потребують використання технологій управління оцінкою діяльності персоналу.

**Актуальність дослідження** полягає у вивченні сучасних ефективних механізмів оцінки персоналу і напрямків їх вдосконалення в конкретних організаціях та умовах.

**Аналіз останніх досліджень.** До вітчизняних фахівців, які займаються вивченням оціночних систем та механізмів персоналу належать: М. Безпарточний, О. Білінська, С. Бортнік, О. Григор'єва, Ю. Єжелій, А. Зленко, І. Мігус, Л. Миронова, П. Поліщук, М. Петрик, Г. Стецюра, В. Чевганова, Т. Сівашенко.

Не дивлячись на те, що це питання досить уважно досліджене вищезазначеними авторами, дискусійними залишаються окремі теоретичні та практичні проблеми формування дієвої системи оцінки персоналу для забезпечення вискоєфективної та конкурентоспроможної діяльності роботи персоналу і організації в цілому.

**Виклад основного матеріалу.** Оцінювання діяльності персоналу на будь-якому підприємстві чи в будь-якій організації уявляє собою процес вивчення якісного складу кадрового потенціалу, виявлення сильних та слабких сторін персоналу організації, а також воно стає основою для вдосконалення індивідуальних трудових здібностей працівника, підвищення його кваліфікації, а іноді навіть перекваліфікації.

За результатами оцінки персоналу визначається відповідність працівника займаній посаді, його можливі перспективи професійно-кваліфікаційного просування чи підйому по кар'єрних сходинках. Однак, інколи результати оцінки персоналу можуть призводити і до звільнення.

Так, науковець О.П. Білінська у своїй статті зазначає, що поняття «оцінка», як правило, визначається «як обміркування чогось для визначення якості, особливостей і значення» [1, с. 160-163]. І дійсно, процес освоєння людиною оточуючого середовища передбачає таку форму пізнання, як оцінювання. Тобто завдяки мисленню кожен індивід порівнює явище, що пізнається, з певним ідеалом або критерієм даного явища.

Можна погодитися з тим, що в умовах жорсткої конкуренції одним із найвагоміших інструментів ефективного функціонування організації чи підприємства є побудова дієвої системи управління кадрами.

Інший науковець Єжелій Ю.О. стверджує: «Роль оцінки персоналу в системі управління ор-

ганізацією дуже важлива і полягає в тому, що саме на її основі управляючий суб'єкт приймає відповідні рішення, ефективність яких залежить від того, наскільки ця інформація буде якісною і надійною. Значення оцінки виявляється ще й у тому, що вона пов'язує й об'єднує всі елементи системи управління персоналом. Неможливо здійснити управління персоналом за жодним напрямом (планування персоналу, відбір, адаптація, стимулювання праці, розвиток здібностей, трудові переміщення і кар'єра, згуртування колективу, вивільнення персоналу тощо), не проводячи при цьому оцінку відповідних ділових, особистісних чи професійних якостей працівників» [3, с. 125-128].

Дійсно, ми бачимо, що оцінювання персоналу кооперує всі елементи системи управління персоналом в єдине ціле. І оминути цей процес майже неможливо, якщо мета організації – успішне і високоефективне її функціонування.

Безліч компаній дійсно застосовують якусь форму оцінки, але тільки деякі роблять це офіційно, виявляючи причини, а також спираючись на отриманий результат. Хоча особливість процесу оцінювання саме і полягає у тому, що він повинен бути прозорим і зрозумілим для кожного працівника. Персонал повинен знати цілі оцінки і розуміти, що оцінювання проводиться не з метою знаходження недоліків і подальших каральних заходів чи стягнень, а з метою усунення недоліків у робочому процесі і внаслідок – підвищення рівня продуктивності праці та зростання доходів організації, а значить, і самого працівника.

Складною і досить цікавою уявляється система оцінювання персоналу у торговельній сфері. З одного боку, оцінити діяльність персоналу дуже легко – оцінювач визначає, як працівник, що займається продажем, виконує завдання або досягає плану продажів. З іншого боку, на результативність окремих працівників впливає безліч суб'єктивних і об'єктивних факторів, що можуть спричинити вплив на досягнення бажаних цілей. Тому менеджери з персоналу як оцінювачі при розробці програми та інструментарію оцінювання повинні враховувати особливості трудової діяльності працівників, індивідуальні фактори впливу на результативність.

Так, діяльність торгового представника (дистриб'ютора) передбачає виконання великого обсягу робіт щодо пошуку контрагентів з купівлі – продажу товарів, підготовку та виконання угоди, проведення процедури кредитування, надання гарантій реалізації, перевезення, складування товару й отримання відповідних коштів компанією, страхування товарів та ризиків, які виникають під час транспортування, нестабільності в країні, проведення рекламних заходів із просування товарів на ринки, надання організаційно-комерційних, консалтингових та інших послуг. Виконання фахівцями цих робіт пов'язано з необхідністю прогнозування, ідентифікації та оцінки загроз різного характеру, а також розробки плану превентивних дій щодо їх усунення чи зменшення негативних наслідків. Тому раціональне використання і розвиток кадрового потенціалу полягає в більш повному виявленні і реалізації здібностей кожного працівника дистриб'юторського підприємства, підвищенні професійно-кваліфікаційного рівня працівників

за рахунок стимулювання і оцінки внеску кожного працівника в кінцевий результат. Важливим також є формування у працівників компанії культури безпеки.

Зважаючи на те, що будь-яка організація, і торговельна у тому числі, функціонує в умовах швидкозмінного зовнішнього і внутрішнього середовища, необхідно розуміти, що регулярне оцінювання персоналу дає змогу менеджерам з персоналу-оцінювачам виявити потребу у додатковому розвитку (навчанні, підвищенні кваліфікації чи перекваліфікації).

Найбільш популярними серед сучасних методів оцінки персоналу торговельних організацій є такі методи, як: «360° атестація», метод асесмент центру, аналіз людських ресурсів (HRA), метод управління за цілями (MBO), метод оцінки за ключовими показниками ефективності діяльності (КПІ). Оцінювачі повинні розуміти, що задля повної та найбільш ефективної оцінки конкретного персоналу конкретного підприємства на практиці організації поєднують між собою різні методи.

Зрозумілим є і те, що кожна організація повинна для себе визначити, за якими критеріями оцінювати працівників, а це залежить від специфіки діяльності організації, від вимог, які висуваються до працівників, від корпоративної культури. Науковці по-різному розглядають важливість різних критеріїв оцінки. Наприклад, В. Я. Чевганова вважає, що при визначенні критеріїв оцінки необхідно керуватись двома цілями. Перша – визначити, як добре, чи погано, і чому працівники виконують свої функції та обов'язки. Така мета ставиться тоді, коли діяльність підприємства є стабільною й обов'язки працівників чітко визначені і стабільні. Друга – визначення можливостей працівників в інших сферах діяльності відповідно до цілей підприємства, його перспективи. Вона ставиться тоді, коли діяльність підприємства характеризується динамічністю, а функції працівників чітко не визначені.

Оцінювання професійних якостей ґрунтується на аналізі результатів роботи і відповідності компетентності спеціаліста функціональним обов'язкам і посадовим вимогам. Така оцінка передбачає визначення узгоджених критеріїв знань, умінь і навиків працівників. Вона здійснюється з обов'язковим залученням спеціалістів, компетентних у даній галузі [6]. Як приклад, за таким принципом працює одна з найвідоміших в Україні дистриб'юторських компаній – ТОВ «Ельдорадо». В організації розробляють систему показників, що враховують мету оцінки, критерії оцінки, частоту проведення оцінювання, визначають професійну придатність, рівень знань, необхідних для виконання даного виду діяльності і, звичайно, оцінка не може здійснюватися без аналізу результатів роботи (обсягів продажів).

Можна погодитися з думкою науковця Опанасюка Ю.А., який вважає, що найважливішими критеріями оцінювання персоналу є:

- Якість роботи. Робота виконується без помилок, акуратно й ретельно.
- Обсяг робіт. Робота виконується в запланованому обсязі.
- Присутність на роботі (дисципліна). У робочий час зайнятий роботою. Рідкісні пропуски з поважної причини, обумовлені заздалегідь.

• Лояльність до організації. Шанобливе ставлення до організації.

• Готовність до співробітництва всередині підприємства [5, с. 134-140].

Більш узагальнено, на наш погляд, класифікацію критеріїв оцінки персоналу розглядає Мігус І.П. Вона вважає, що при великій кількості показників їх можна умовно згрупувати в три групи:

- особисті якості;
- професійна поведінка;
- результативність праці.

Особисті якості працівника оцінюються шляхом використання різних методів оцінки, що направлені на всебічну оцінку самої особи, її психологічного та емоційного стану, а також надійності як працівника даного суб'єкта господарювання.

Оцінка професійних якостей ґрунтується на аналізі результатів роботи і відповідності компетентності спеціаліста функціональним обов'язкам і посадовим вимогам. Така оцінка передбачає визначення узгоджених і оговорених критеріїв знань, умінь і навиків працівників. Вона здійснюється з обов'язковим залученням спеціалістів, компетентних у даній галузі.

Оцінка результативності праці окремого працівника, структурного підрозділу та підприємства в цілому здійснюється за великою кількістю показників [4, с. 357-363].

Аналізом систем оцінювання займалися Бортнік С.М. та Саган М.В., вони дослідили безліч підходів різних науковців і запропонували, на наш погляд, в якійсь мірі складну, але багатогранну процедуру, що включає в себе такі складові:

1. Формування критеріїв оцінки та встановлення стандартів до кожного з них. До основних критеріїв потрібно віднести: кількісні та якісні характеристики результатів праці, рівень кваліфікації робітника, ділові та особисті якості робітника, рівень дисципліни, психологічні характеристики, оцінки морального задоволення від праці, готовність до співробітництва, організаційні здібності.

2. Вибір методів оцінки залежно від етапу роботи співробітника.

3. Формування складу комісії, яка проводить оцінку. Залучення не лише працівників підприємства, а й зовнішніх представників.

4. Доведення мети, завдань та методики оцінки до співробітників.

5. Проведення оцінки.

6. Формування та виведення результатів оцінки.

7. Доведення результатів до працівників.

8. Прийняття управлінських рішень на основі оцінки персоналу [2, с. 131-138].

На нашу думку, такий підхід до оцінки працівників дозволить найбільш комплексно оцінити діяльність персоналу і обрати найбільш вагомі критерії та підходящі методи оцінки. Така система оцінювання може бути адаптована до будь-якої форми господарювання.

**Висновки.** Персонал організації або підприємства завжди був найбільш важливою рушійною силою розвитку конкурентоспроможності, і завжди розглядався як основний ресурс підприємства, визначальний чинник успіху діяльності організації. Обов'язковою вимогою задля досягнення успіху завдяки персоналу є відповідність працівників професійним та кваліфікаційним вимогам посад, які вони обіймають. Наразі посилюється необхідність вивчення професійно-кваліфікаційної структури персоналу на рівні організації, враховуючи при цьому сучасні аспекти роботи з персоналом підприємства: визначення наявних знань, умінь та навичок, виявлення потенціалу, врахування психологічних та особистісних характеристик кожного співробітника. Виходячи з цього, виникає необхідність нової концепції управління оцінюванням персоналу, роль якого суттєво змінюється. Працівники із пасивного виконавця перетворюються на активного учасника виробництва. Людський чинник стає головним фактором виробництва, а витрати на персонал та його розвиток, вважаються витратами на формування людського капіталу.

Виходячи з усього вищевикладеного, можна зробити висновок, що найбільш доцільно торговельним організаціям дотримуватись процедури запропонованої Бортнік С.М. та Саган М.В., тому що вона дозволяє найбільш комплексно підійти до процесу оцінювання персоналу. Що стосується критеріїв для оцінки працівників торговельних організацій, то найважливішими варто назвати обсяг та якісь наданих послуг (кількість проданого товару, кількість нових клієнтів, партнерів), рівень кваліфікації, дисциплінованість, лояльність до організації та інші.

## Список літератури:

1. Білінська О. П. «Потенціал – оцінка – саморозвиток» як пріоритетний напрям формування системи оцінки персоналу підприємств споживчої кооперації України / О. П. Білінська // Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. Серія 1: Економіка. – 2012. – Вип. 2. – С. 161-165. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/NvChdieu\\_2012\\_2\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/NvChdieu_2012_2_26)
2. Бортнік С. М., Саган М. В. Формування підходу до комплексного оцінювання персоналу підприємства / С. М. Бортнік, М. В. Саган // Економічний форум: наук. журн. / Луц. нац. техн. ун-т. – Луцьк: Вид. від. ЛНТУ, 2013. – № 2. – С. 131-138. – Режим доступу: [http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/4780/3/bortnik\\_sagan.pdf](http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/4780/3/bortnik_sagan.pdf)
3. Єжелій Ю. О. Поняття і сутність категорії «оцінка персоналу» / Ю. О. Єжелій // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. – 2012. – Вип. 39. – С. 125-128. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca\\_ekon\\_2012\\_39\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2012_39_30)
4. Мігус І. П. Сучасні підходи до оцінки персоналу суб'єктів господарювання з позицій економічної безпеки / І. П. Мігус, С. А. Черненко // Бізнес Інформ. – 2013. – № 10. – С. 357-363. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2013\\_10\\_65](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_10_65)
5. Опанасюк Ю. А., Рудь А. В. Удосконалення системи оцінки персоналу на підприємстві / Ю. А. Опанасюк, А. В. Рудь // Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2012. – № 1. – С. 134-140. – Режим доступу: [http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/27941/1/personnel\\_estimation.pdf](http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/27941/1/personnel_estimation.pdf)
6. Чевганова В. Я. Система оцінювання персоналу підприємства / В. Я. Чевганова // Ефективна економіка. – 2014. – № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2906>

**Лобза А.В., Черниш Н.А.**

Университет таможенного дела и финансов

## ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА В ДИСТРИБЮТОРСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

### Аннотация

Исследовано некоторые аспекты процесса оценки персонала в дистрибьюторских организациях, рассмотрена роль оценки персонала в современных условиях. Проанализированы мнения различных ученых по выбору наиболее подходящих критериев оценки персонала дистрибьюторских организаций. Обоснована необходимость совершенствования методов оценки работников в организациях с учетом современных быстроменяющихся экономических, политических и социальных условий развития государства.

**Ключевые слова:** оценка персонала, дистрибьютор, «360° аттестация», НРА, МВО, КРІ.

**Lobza A.V., Chernysh N.O.**

University of Customs and Finance

## SOME ASPECTS OF PERSONNEL IN THE DISTRIBUTION ORGANIZATIONS

### Summary

Abstract in the article the assessment of certain aspects of staff distribution organizations, staff improvement examined the role in the modern world. The opinion of different authorson on choosing the most appropriate criteria for staff improvement on the distribution organizations. The necessity of improving the methods of staff improvement in company with regard to current rapidly changing economic, political and social conditions of the country.

**Keywords:** evaluation of personnel distributor «360° certification», HRA, MBO, KPI.

УДК 336.7

## ОСОБЛИВОСТІ КРЕДИТУВАННЯ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ БАНКАМИ УКРАЇНИ

**Лозінський Р.С., Сирчин О.Л.**

Одеський національний економічний університет

Проаналізовано та досліджено сучасний стан ринку банківського кредитування юридичних осіб. Визначено основні особливості, які сформувалися на сучасному етапі функціонування кредитного ринку України. За результатами аналізу виявлено, що кредитний портфель по корпоративному сектору має тенденцію до зменшення своїх обсягів. Але з урахуванням тенденцій у законодавстві та загалом в економіці, а також за рахунок оздоровлення банківської системи визначено, що обсяги та якість кредитування юридичних осіб скоріш за все будуть зростати. Надано рекомендації щодо збільшення обсягів та покращення якості кредитування юридичних осіб.

**Ключові слова:** кредитування, юридична особа, комерційний банк, Національний банк України, кредитний портфель.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі економічного розвитку одним з важливих шляхів виходу України із кризового стану займає удосконалення та подальший розвиток банківського кредитування. Підвищення ефективності банківського сектору країни – одна з актуальних, гострих і складних проблем, яка є на сьогодні. Адже в умовах сьогоднішньої банківські установи дещо уповільнили свою діяльність на ринку кредитування, що є безумовним наслідком економічних та політичних процесів, які похитнули економіку не тільки нашої держави. Також за останній час змінилися умови по розрахунку кредитного ризику, що так чи інакше вплине на обсяг та якість кредитування юридичних осіб.

### Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Проблематиці банківського кредитування присвячено чимало праць вітчизняних економістів: В. Базилевича, З. Васильченко, В. Вітлінського, А. Гальчинського, Л. Кузнєцова, А. Гриценка, Б. Івасіва, Т. Ковальчука, В. Лагутіна, Б. Луціва, І. Лютого, В. Міщенко, А. Мороза, С. Мочерного, М. Пуховкіної, В. Стельмаха, М. Савлука, А. Чухна, С. Циганова та інших. Окремі аспекти проблем банківського інвестиційного кредитування юридичних осіб у своїх працях досліджували О. Вовчак, О. Пересада, В. Кравченко, Т. Майорова, І. Будник тощо [1-3].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на численні наукові дослідження аспектів банківського кредиту-



вання, досить багато проблем так і залишаються невирішеними. Зокрема, постає питання пошуку нових напрямків розвитку ринку банківських кредитів в умовах політичної та економічної нестабільності. Тому, незважаючи на постійно динамічний розвиток ринку, ця тема потребує додаткового вивчення, оскільки з'являються нові умови та правила кредитування економічних суб'єктів та юридичних осіб у тому числі.

Актуальність теми обумовлена тим, що розвиток банківської системи та економіки країни взагалі неможливий без ефективного та розвинутого апарату кредитування будь-то юридичних або фізичних осіб. Кожна країна має свої особливості щодо кредитного ринку, Україна також. Кредитування юридичних осіб займає дуже велику долю в нашій країні, тому розкриття основних особливостей цього виду активних операцій, а саме: динаміки, причинно-наслідкових зв'язків, структури, правил, сформованих на ринку кредитування та інших особливостей, само по собі є актуальною темою для нашої країни.

**Мета статті** – розкриття та пояснення основних особливостей кредитування юридичних осіб банками України за останні роки.

**Виклад основного матеріалу.** Під терміном «особливості» слід розуміти середу, де склалися якісь умови, які характеризують певні явища. В нашому випадку це кредитування юридичних осіб, тобто та динаміка, ті правила та умови, та структура, та якість, які властиві кредитному ринку України.

Так, наприклад, кількість банків на 01.01.2017 склала 93, що майже вдвічі (на 87) менше ніж на 01.01.2014. Це пояснюється політикою НБУ щодо очищення банківської системи та ліквідації неплатоспроможних та непрозорих банків України.

Також слід відмітити, що згідно із Постановою НБУ № 351 «Про затвердження положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями» вимоги до визначення кредитного ризику стали більш суворими – визначення кредитного ризику набуло формалізований характер, тобто банки не можуть самостійно оцінювати фінансовий стан або заставу як робили це з початку століття.

Усі ці умови, які склалися за останній час позитивно впливають на банківський сектор з точки зору його якості та прозорості, фінансової стійкості у довгостроковий період, але у короткостроковий ми бачимо зниження обсягу кредитування, в тому числі юридичних осіб; надлишкову ліквідність банків; труднощі банків з докапіталізацією свого капіталу та інші проблеми, які впливають на об'єми кредитування банками юридичних осіб.

Для наочного представлення структури та динаміки кредитного ринку України слід зробити невеликий аналіз ситуації, яка мала місце бути за певний період часу.

Побудуємо табл. 1 по обсягу кредитування юридичних осіб за період від 01.01.2015 по 01.01.2017 рр.

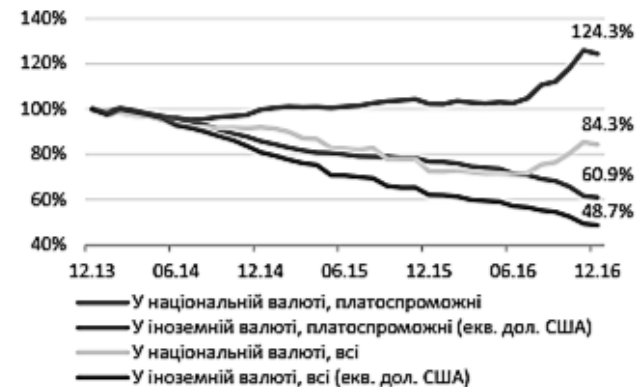
Для повного уявлення також представимо рис. 1 динаміки валових гривневих кредитів за 2016 рік та динаміку іноземних кредитів в гривневому еквіваленті.

Таблиця 1

**Обсяг кредитування юридичних осіб станом на 01.01.2015 – 01.01.2017**

Рік	Кредити та заборгованість клієнтів юридичних осіб (млн. грн.)
01.01.2015	873,61
у т.ч. в іноземній валюті	405,02
01.01.2016	713,97 (-18,27%)
у т.ч. в іноземній валюті	369,96 (-8,66%)
01.01.2017	566,51 (-20,65%)
у т.ч. в іноземній валюті	270,11 (-26,99%)

Джерело: розроблено автором згідно з джерелом [4]



**Рис. 1. Валові гривневі кредити суб'єктам господарювання та фізичним особам станом на 01.01.2014 – 01.01.2017**

Джерело: [4]

Як видно з таблиці 1, за аналізований період об'єм кредитування юридичних осіб склав 566,51 млн. грн. станом на 01.01.2017 та знизився на 20,65% у порівнянні із аналогічним періодом у 2016 році. У той самий час згідно з рисунком 1 валові гривневі кредити суб'єктам господарювання виросли на 21,5%, що дає мінливе бачення про зростання кредитного портфеля банків, але із-за того, що велика частина валютних кредитів була конвертована у гривневі, що спричинило тільки структурний ріст кредитного портфелю але не фактичний. Так, згідно з таблиці 1 видно, що іноземні кредити на 01.01.2017 зменшилися на 26,99% у порівнянні з 01.01.2016 роком та склали 270,11 млн. грн. Такі структурні зрушення кредитного портфеля відбулися за рахунок ефекту обмінного курсу, тобто із-за стрімкої девальвації гривні у період 2014-2016 рр. валютні кредити були конвертовані в гривневі, що не свідчить про позитивну тенденцію та нормальне функціонування економіки.

Слід відмітити, що на кредитному ринку України склалася певна структура кредитного портфелю, яка характеризується так: станом на 31.12.2016 р. частка наданих кредитів юридичним особам склала 84,3%, а фізичним особам відповідно 15,7% [4]. Тобто, можна зробити висновок, що кредитування юридичних осіб є більш вагомою складовою в активних операціях українських банків.

Цікавою особливістю кредитування корпоративного сектору є розподіл цього ринку між банками в залежності від власника банку, що можна побачити на рис. 2.

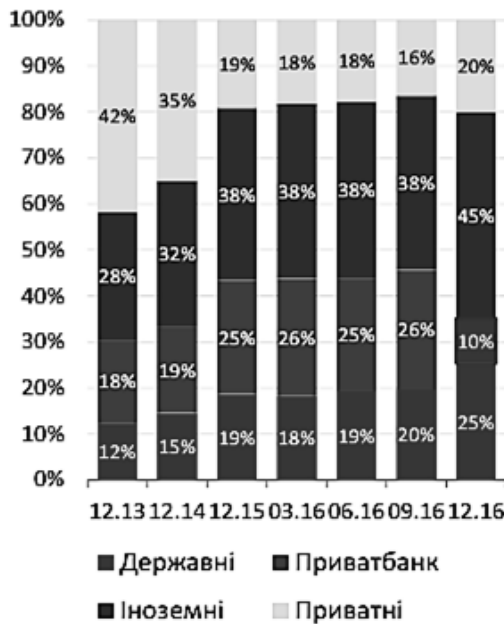


Рис. 2. Чисті кредити по групах на 01.01.2017 р.  
Джерело: [4]

На рис. 2 можна побачити, що іноземні банки – лідери ринку за кредитним портфелем, 45%, державні банки займають друге місце з 35% долі на ринку, та приватні останнє місце з 20%. Тобто, можна зробити висновок, що така структура не є позитивною, оскільки досить велика частина доходу по виданим кредитам уходить із країни у вигляді виплат по дивідендам зарубіжним інвесторам, а приватні, тобто приватні банки з національним капіталом не так активно кредитують корпоративний сектор економіки, це у більшості випадків пов'язано з недостатнім обсягом капіталу банку, що є наслідком неможливості видачі нових позичок та формування під них резервів згідно із нормативами, які встановлює НБУ.

Важливим інструментом грошово-кредитної політики є облікова ставка Національного банку України, яка опосередковано впливає на процентну ставку по кредитам та депозитам, яка у свою чергу впливає на об'єм кредитування юридичних осіб. Для наочного зображення динаміки облікової ставки, використовуємо рис. 3.

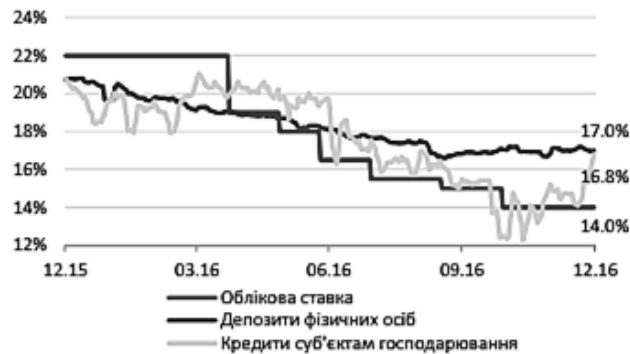


Рис. 3. Облікова ставка, вартість нових кредитів та депозитів у гривні, % річних  
Джерело: [4]

На рис. 3 можна побачити, що динаміка облікової ставки має тенденцію до зниження, так на 31.12.16 р. облікова ставка склала 14%, а на

31.12.15 вона була 22%. Тобто, можна зробити висновок, що усі ці заходи забезпечили передумови для зниження банками відсоткових ставок за депозитами; вартість депозитів у доларах та євро досягла нових історичних мінімумів, оскільки попит банків на валютне фондування залишається низьким; зниження вартості фондування створило для банків можливість у другому півріччі знизити відсоткові ставки за кредитами для бізнесу більше, ніж дешевшали депозити населення, проте вартість нових кредитів усе ще залишається високою, а тому вони залучаються переважно на короткий термін на фінансування обігового капіталу.

При визначенні особливостей кредитування юридичних осіб банками України, слід звернути увагу на якість кредитного портфелю, часту негативно класифікованих активів та долю прострочених кредитів у загальному кредитному портфелі. Для наочного представлення використаємо рис. 4.

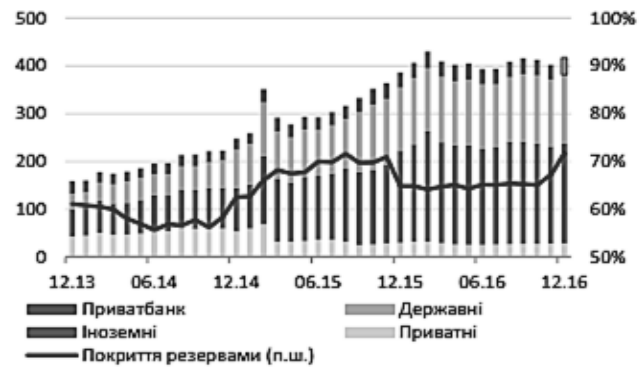


Рис. 4. Обсяг негативно класифікованих активів та рівень покриття резервами, млрд. грн. станом на 01.01.2017 р.  
Джерело: [4]

На даному рисунку можна побачити, що після націоналізації Приватбанку обсяг негативно класифікованих активів виріс до 72%, тобто за рік цей показник збільшився на 7 в. п.

Негативно класифіковані активи – це частина активів банку, які не відповідають критеріям стандартної заборгованості. До різних видів активів можуть висуватися різні вимоги (фактори) класифікації, наприклад: стан контрагента та стан обслуговування заборгованості для кредитних операцій; хронологічний фактор для дебіторської заборгованості тощо [9].

Дуже важливим індикатором стану кредитного ринку є частка простроченої заборгованості у загальному кредитному портфелі. Так станом на 01.01.2017 частка простроченої заборгованості суб'єктів господарювання склала 46,1% [4], що є досить великою, але для українського ринку кредитування є нормальним показником, оскільки до 2017 року, коли діяли постанови НБУ № 23 та № 279, які були досить недосконалими та давали змогу банкам переоцінювати заставне майно та фінансовий стан своїх клієнтів, які були далеко від реальних даних, але давало змогу банкам формувати менші резерви та відволікати менше регулятивного капіталу і як наслідок, збільшення обсягу кредитування за рахунок зниження його якості. Але, з прийняттям Постанови НБУ

№ 351, яка базується на Базельській угоді, вимоги до обчислення кредитного ризику, оцінки заставного майна та фінансового стану клієнта стали більш суворішими, що потребує від банків формування більшого резерву за його активними операціями і наслідком цього є зростання якості кредитного портфеля та у довгостроковий період збільшення об'ємів кредитування. Також важливим є той фактор, що НБУ проводив на кінці 2016 початку 2017 років так зване стрес-тестування, по завершенню якого був створений план по докапіталізації більшості банків України.

Згідно з прогнозами НБУ, кредитування корпоративного сектору протягом наступних 12 місяців скоріш за все зросте. Для наочного представлення використовуємо рис. 5.

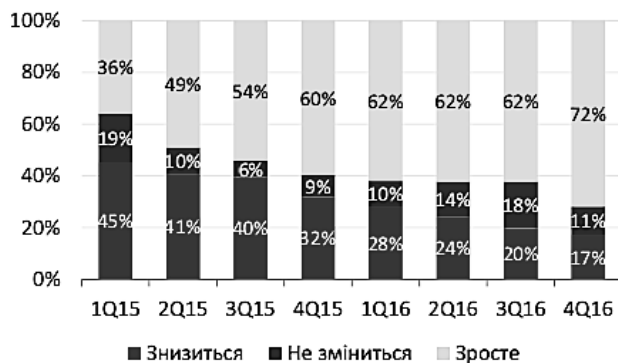


Рис. 5. Очікування зміни кредитного портфеля протягом наступних 12 місяців

Джерело: [4]

Згідно з рисунком 5, можна побачити, що 72% думок експертів свідчать про ймовірне зростання обсягу кредитування корпоративного сектору економіки. На мою думку це перш за все пов'язано із оздоровленням банківської системи, нарощуванням капіталу банків, що дає змогу збільшити обсяги кредитування. Також дуже важливим фактором є зниження облікової ставки та наслідком цього здешевлення ціни залучення ресурсів для банку, що дає їм змогу створювати більш привабливі умови надання кредитів юридичним особам.

Також експерти в НБУ виразили свої думки щодо зміни якості кредитного портфелю в корпоративному секторі. Там все не так однозначно, тому використаємо рис. 6 для представлення розбіжностей у думках експертів.

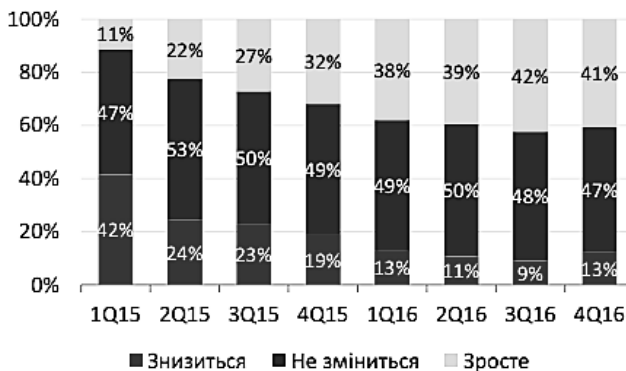


Рис. 6. Очікування зміни якості кредитного портфеля протягом наступних 12 місяців

Джерело: [4]

На рис. 6 ми бачимо, що ймовірність зростання якості кредитного портфеля у корпоративному секторі та її незмінність приблизно однакові (41% та 47% відповідно). На мою думку це перш за все пов'язано із появою Постанови НБУ № 351, яка має досить неоднозначні наслідки, оскільки, з одного боку вона змінює деякі умови віднесення заборгованості до групи недіючих, тобто відтепер заборгованість, яка має затримку платежів понад 90 днів (раніше було 180 днів) будуть класифіковані як недіючі [7]. Структурно це вплине на якість кредитного портфелю та змусить банки доформувати резерви під таку заборгованість, але фактично якість кредитного портфелю не зміниться. Якщо опиратися на попередній прогноз та за умов, що банки будуть видавати нові кредити строком на 12 місяців та менше, то можна сказати, що якість кредитного портфеля зросте, тому що ураховуючи, що вимоги до оцінки платоспроможності клієнтів виросли, то банки будуть формувати більш якісний кредитний портфель.

**Висновки та рекомендації.** Банки України зараз переживають деякі труднощі із наданням кредитів юридичним особам. По перше, за рахунок того, що ціна залучення коштів для банків залишається ще досить великою, вони не можуть знижувати ставки по кредитам, що у свою чергу негативно впливає на обсяги кредитування. Хоча спостерігається позитивна тенденція, оскільки процес зниження облікової ставки НБУ та ціни залучення коштів все ж таки йде. По-друге, нова постанова НБУ № 351 вносить нові труднощі та непорозуміння щодо обчислення кредитного ризику та формування резервів. Хоча НБУ і дає банкам можливість формувати методику обчислення кредитного ризику самостійно, але паралельно підвищує вимоги до застави по кредитах та величини регулятивного капіталу. По-третє, самі юридичні особи поки що відносяться не досить сумлінно до повернення позичок та мають не завжди прозорі цілі по залученню кредиту.

Згідно проведеного дослідження щодо особливостей кредитування юридичних осіб можна надати деякі рекомендації для збільшення обсягів кредитування та поліпшення якості кредитного портфелю банків:

- збільшення величини регулятивного капіталу банків, як варіант, за рахунок додаткових внесків акціонерів;
- розроблення або купівля програмного забезпечення щодо удосконалення оцінки фінансового стану потенційного клієнта-юридичної особи;
- підвищення кваліфікації працівників банків, що дасть змогу якісніше оцінювати кредитний ризик;
- формування достатніх резервів згідно із справедливою оцінкою кредитного ризику для покриття можливих збитків;
- додержання нормативів, які встановлює Національний банк України;
- створення нових банківських продуктів та більш вигідніших умов щодо кредитування юридичних осіб, що дасть змогу конкурувати з іншими банками або бути лідером на ринку.

Отже, впровадження запропонованих рекомендацій дасть змогу банкам України наростити обсяги та якість кредитування юридичних осіб,



та у довгостроковий період дасть можливість за допомогою якого банки зможуть отримувати банкам сформувані такий кредитний портфель, стабільний прибуток.

### Список літератури:

1. Жукова Н. К. Сучасний стан ринку банківських кредитів в Україні / Н. К. Жукова, Н. В. Зражевська // Економічний часопис – XXI. – 2011. – № 5-6. – С. 54-57.
2. Кузнецова Л. В. Роль банківського кредитування у фінансовому забезпеченні розвитку реального сектора економіки України / Л. В. Кузнецова // Економічний простір. – 2008. – № 20/1. – С. 107-115.
3. Підвищення ролі банківської системи в економічному зростанні: матеріали наук.-практ. конф. 18-19 листопада 2004 р. / наук. ред. А. Мороз. – К.: КНЕУ, 2004. – 496 с.
4. Офіційне інтернет-представництво Національного банку України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.bank.gov.ua/control/uk/index>
5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
6. Постанова НБУ від 2 серпня 2004 року № 361 «Про схвалення Методичних рекомендацій щодо організації та функціонування систем ризик-менеджменту в банках України» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=36985>
7. Постанову НБУ від 30.06.2016 № 351 «Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16/page>
8. Постанова НБУ від 28.08.2001 № 368 «Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01>
9. Банківське кредитування: сучасний стан та проблеми сьогодення [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ir.stu.cn.ua/bitstream/handle/123456789/10875/1313.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**Лозинский Р.С., Сырчин А.Л.**

Одесский национальный экономический университет

## ОСОБЕННОСТИ КРЕДИТОВАНИЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ БАНКАМИ УКРАИНЫ

### Аннотация

Проанализировано и исследовано текущее состояние рынка банковского кредитования юридических лиц. Определены основные особенности, которые сформировались в настоящее время функционирования кредитного рынка Украины. По результатам анализа определено, что кредитный портфель по корпоративному сектору имеет тенденцию к уменьшению в своем объеме. Но с учетом тенденций в законодательстве и в общем в экономике, а так же за счет оздоровления банковской системы определено, что объемы и качество кредитования юридических лиц вероятнее всего будут расти. Предоставлены рекомендации по поводу увеличения объемов и улучшения качества кредитования юридических лиц.

**Ключевые слова:** кредитование, юридическое лицо, коммерческий банк, Национальный банк Украины, кредитный портфель.

**Lozinskiy R.S., Syrchin A.L.**

Odessa National Economic University

## PERCULIARITIES OF CORPORATE ENTITIES LENDING BY UKRANIAN BANKS

### Summary

Analyzed and researched the current state of bank lending of the corporate segment. Determined the main features, that have formed now during the functioning of the Ukrainian lending market. According to the results of analyze determined, that the credit market of corporate segment has a tendency to decrease of its amount. But taking into account trends in Ukrainian legal system and in the economy and because of the bank system recovery determined, that amounts and quality of the corporate sector lending most likely will grow. Advices was provided to the growing amounts and quality of corporate entities lending.

**Keywords:** lending, corporate entity, commercial bank, National bank of Ukraine, credit portfolio.



УДК 658(045)

## ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕФЕКТИВНОГО КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВАХ

Лозовський О.М., Незбутня О.В.

Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету

В статті розглядаються сучасні підходи щодо формування ефективного корпоративного управління в акціонерних товариствах. Визначено роль і значення корпоративного управління в формуванні міжособистісних відносин в середині колективу. Висвітлено заходи що до подальшого поступового розвитку корпоративного управління в системі менеджменту підприємства. На основі аналізу та порівняння корпоративного управління з організаційною культурою, наведені основні напрямки підвищення ефективності і системи управління персоналу акціонерного товариства.

**Ключові слова:** корпоративне управління, контроль, механізм, американська модель, злиття, поглинання, ринок, інвестор, зовнішній контроль, капітал.

**Постановка проблеми.** Сучасна ринкова економіка має чітко виражену корпоративну спрямованість. Потужні інтегровані корпоративні структури є своєрідним каркасом національних економік розвинених країн. На досягнення балансу інтересів учасників корпоративних відносин та підвищення економічної ефективності діяльності акціонерних товариств (АТ) має бути спрямована система корпоративного управління з дієвими інструментами контролю.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження в сфері корпоративного управління вітчизняними науковцями почали здійснюватись нещодавно. Досить вагомий вклад у дослідженні питань корпоративної культури внесли: Д.А. Богомолець, А.О. Гаврилова, К.С. Майєр, Бардаченко, Л.А. Венгер, Д.В. Задихайло, О.Р. Кібенко, С.І. Козлов, К. Майєр, Г.В. Назарова, М.І. Небава, О.В. Шеремет та інші.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на існування великої кількості досліджень у даній тематиці, проблема формування ефективної системи корпоративного управління є досить актуальною в наш час і потребує вдосконалення та застосування нових підходів на основі міжнародного досвіду.

**Метою статті** є поглиблення теоретичних та методологічних засад корпоративного управління, удосконалення системи корпоративних відносин. Теоретичною і методичною основою досліджень є наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з корпоративного управління підприємств.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ефективність корпоративного управління досягається з урахуванням інтересів всіх учасників корпоративних відносин до яких належать власники підприємства – акціонери, наймані менеджери – правління акціонерного товариства, а також інвестори і кредитори підприємства. Згідно з національними принципами корпоративного управління, затвердженими державною комісією цінних паперів та фондового ринку (ДКЦПФР) корпоративне управління являє собою систему відносин між виконавчим органом товариства, його радою, акціонерами та іншими зацікавленими особами для забезпечення ефективної діяльності товариства, рівноваги впливу та балансу інтересів учасників корпоративних відносин.

Корпоративне управління розуміється як система економічних відносин між акціонерами, органами управління акціонерного товариства, його менеджерами, а також іншими зацікавленими особами (працівниками, постачальниками, споживачами, кредиторами, державними та місцевими органами влади, громадськістю тощо) задля забезпечення ефективної діяльності товариства, інтересів власників та інших зацікавлених осіб.

Цілями корпоративного управління є підвищення ефективності функціонування корпорації і створення балансу інтересів зацікавлених сторін. Досягнення цих двох цілей стимулює добробут і розвиток суспільства, створює і підтримує ділове середовище, максимізує прибуток і прибутковість інвестицій, забезпечує довгостроковий ріст продуктивності. Дотримання вимог міжнародних стандартів гарантує відповідність інтересів корпорацій, інвесторів і суспільства, обмежуючи зловживання владою, перекачування активів, фінансові і моральні ризики, розтрату корпоративно-керованих ресурсів, що можуть бути викликані корисливою поведінкою корпоративних інсайдерів на шкоду інвесторам і суспільству. В остаточному підсумку проблема ефективності зводиться до корпоративної відповідальності й ефективного захисту інтересів інвесторів і суспільства [1, с. 360].

Рівень корпоративного управління є одним з ключових факторів, що обумовлює інвестиційний клімат в країні, впливає на ефективність діяльності товариств, визначає ступінь захищеності прав інвесторів та врахування інтересів інших зацікавлених осіб.

Розвиток корпоративних відносин в Україні повинен відбуватися на основі загальноприйнятих принципів ефективного корпоративного управління.

Загальноприйнятими принципами корпоративного управління є:

- по-перше захист прав та законних інтересів акціонерів – визначення корпоративних прав акціонерів та забезпечення їх належного захисту;
- по-друге рівноправність акціонерів – рівне ставлення до акціонерів. Усі акціонери повинні мати можливість використовувати ефективні засоби захисту у разі порушення їхніх прав;
- по-третє урахування законних інтересів зацікавлених осіб – визнання передбачених законом прав зацікавлених осіб та заохочування активного

співробітництва між товариством та зацікавленими особами в створенні добробуту, робочих місць та поліпшенні фінансового стану товариства [7, с. 105].

На формування системи корпоративного управління впливають акціонери, трудові колективи, профспілкові комітети, держава, місцеві органи влади, кредитори, потенційні інвестори та інші особи.

Ефективна система корпоративного управління забезпечує створення в акціонерних товариствах умов щодо узгодження інтересів акціонерів, керівництва, персоналу. Корпоративне управління базується на положеннях економічної теорії фірми та управління організацією.

При аналізі системи корпоративного управління слід звернути увагу на положення основних сучасних теорій корпоративного управління, а саме: агентських відносин менеджери акціонерних товариств виступають як агенти акціонерів і мають відстоювати їх інтереси.

Механізмом здійснення корпоративного управління є корпоративний контроль. Корпоративний контроль – це вся сукупність можливостей отримувати вигоду від діяльності корпорації. Відрізняють такі форми корпоративного контролю, як акціонерний, управлінський та фінансовий. Ключовою характеристикою, за якою класифікуються моделі корпоративного управління, є механізм контролю власників акціонерів за діяльністю менеджерів корпорації, він спирається на внутрішні, або зовнішні методи контролю [2].

Методи внутрішнього контролю – це прямий контроль з боку акціонерів на основі використання права голосу на зборах акціонерів, а методи зовнішнього контролю – правові норми, що визначають функції і відповідальність директорів корпорації. Залежно від того, які методи контролю домінують – зовнішні чи внутрішні, – виділяють дві основні моделі корпоративного управління – американську (чи англо-американську) та німецьку (чи європейську) [5, с. 688].

Американська модель створювалась з урахуванням ринковоорієнтованої фінансової системи, на основі розвинутого ринку капіталу, широкого набору різних фінансових інструментів. Вона спирається на зовнішні методи акціонерного контролю за діяльністю корпорацій через систему зовнішніх перевірок. Характерною рисою корпоративної власності у США є відсутність домінуючих інвесторів.

Головними корпоративними власниками акцій є пенсійні та взаємні інвестиційні фонди.

Через злиття, поглинання, приєднання, купівлю компаній ринок дозволяє інвесторам встановлювати ефективний зовнішній контроль над корпоративним капіталом.

Це підкріплюється суворими вимогами гласності щодо фінансової інформації, яку надають корпорації.

Німецька модель корпоративного управління спирається на внутрішні методи акціонерного контролю через мережу внутрішніх контрактів між головними учасниками корпоративних відносин.

Сьогодні ставка оподаткування дивідендів фізичних осіб в Україні становить 13%, відповідна норма для іноземних інвесторів – 30%. Аналізуючи досвід зарубіжних країн (США, Великобританії, Ізраїлю, Польщі, Мексики, Аргентини,

Венесуели, Індії та ін.), можна констатувати, що як у високорозвинених, так і в країнах, що розвиваються, розроблені і діють гнучкі системи пільгового оподаткування дивідендів з метою залучення інвестицій в цінні папери корпорацій [4, с. 324].

Узагальнюючи напрацювання цих країн, можна визначити деякі методи стимулювання інвестицій шляхом зміни податкової політики:

- часткове або повне звільнення від податку на дивіденди іноземних інвесторів, якщо ці кошти не витікають за кордон, а реінвестуються в нові цінні папери в Україні;

- значне зменшення ставки податку для осіб, які володіють певною часткою акцій тривалий час;

- звільнення від сплати податку з дивідендів, які скеровуються на виконання інноваційних проектів;

- введення прогресивного податку на дивіденди (з можливим неоподаткуванням дрібних інвесторів);

- застосування низької податкової ставки для інвесторів, які спрямовують свої кошти у наукоємні та інші важливі галузі; – різне оподаткування за довгостроковими та короткостроковими інвестиціями; – звільнення від оподаткування прибутку, отриманого під час продажу цінних паперів та ін. [9, с. 295].

Зрозуміло, що на сучасному етапі розвитку корпоративного управління в Україні лише серйозні зміни податкового законодавства та чітка регламентація порядку нарахування і виплати дивідендів призведуть до притоку інвестицій в економіку як з боку населення, так і з боку іноземних інвесторів.

Німецька особливість формування корпорацій полягає у тісному зв'язку банків із промисловістю.

Найбільша частка акцій кожної корпорації належить іншим корпораціям. Індивідуальні інвестори становлять другу за величиною групу акціонерів.

У Німеччині основними суб'єктами акціонерного контролю є фінансово та технологічно пов'язані великі корпоративні акціонери, які контролюють діяльність компаній, застосовуючи внутрішні методи акціонерного контролю [8, с. 158].

Слід зазначити, що класичні моделі корпоративного контролю не є взаємовиключними. Їх функціонування у провідних країнах світу підтверджує, що жодна модель не має суттєвих переваг перед іншими і не є універсальною для національних економік.

Світовий досвід показує, що можливі комбіновані варіанти з окремих компонентів різних моделей. Критерієм застосування того чи іншого варіанта має бути ступінь впливу впровадження певних інструментів корпоративного управління на темпи економічного зростання країни

Основні корпоративні права акціонерів в системі сучасного корпоративного управління – це [6, с. 125]:

- право на отримання частини прибутку корпорації у вигляді дивіденду;

- право на отримання частки майна при ліквідації підприємства; – право на участь в управлінні компанією шляхом голосування на загальних зборах акціонерів;

- право на отримання інформації про діяльність корпорації.

Отже, не викликає сумніву, що захист прав акціонерів, особливо дрібних, є одним з найважливіших елементів системи корпоративного управління і безпосередньо впливає на ефективність функціонування акціонерних товариств.

Ураховуючи досвід створення механізмів акціонерного контролю у США, Німеччині та інших розвинених країнах, а також внутрішні особливості розвитку акціонерної форми господарювання в Україні, можна окреслити напрями побудови національної моделі корпоративного управління. Корпоративне управління технічно складається з таких основних блоків, як:

1) управління акціонерним капіталом, структурою капіталу;

2) управління грошовими потоками і оборотним капіталом;

3) управління операційною діяльністю, виробництвом і збутом продукції [3, с. 166].

Отже, ефективне корпоративне управління повинно забезпечувати стійку присутність під-

приємства на ринку, гарантувати захист прав акціонерів, обмежити можливості зловживань з боку менеджерів і сприяти розвитку підприємства і залученню інвестицій.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого розвитку.** Таким чином, сучасне корпоративне управління є відносною новою сферою в економічному житті України. З метою її вдосконалення необхідні системний моніторинг практичної діяльності вітчизняних корпорацій, удосконалення методики оцінки стану корпоративного управління та заходи правового регулювання і контролю з боку держави.

Заходи щодо вдосконалення корпоративних відносин повинні розроблятися з врахуванням як міжнародних стандартів та підходів, так і досвіду вітчизняних корпорацій і специфіки української економіки. Це дасть можливість захистити інтереси акціонерів, підвищити конкурентоспроможність українських корпорацій, оздоровити інвестиційний клімат та економіку держави.

### Список літератури:

1. Мальська М. П. Корпоративне управління: теорія та практика: підруч. / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк, Ю. С. Занько. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 360 с.
2. Закон України «Про акціонерні товариства» від 17 вересня 2008 року № 514-VI.
3. Богомолець Д. А. Корпоративне управління як складова загальної теорії менеджменту [Електронний ресурс] / А. Д. Богомолець // Наука молода. – 2014. – 166 с.
4. Гриньова В. М. Організаційно-економічні основи формування системи корпоративного управління в Україні / В. М. Гриньова – К., 2013. – 324 с.
5. Задихайло Д. В., Кібенко О. Р., Назарова Г. В. Корпоративне управління / Д. В. Задихайло та ін. – Харків: Еспада, 2012. – 688 с.
6. Майер К. С. Корпоративне управління в ринкових та перехідних економіках // У пошуках кращого директора: Корпоративне управління в ринкових та перехідних економіках: Пер. з англ. / Наук. ред. К. С. Майер. – К.: Основи, 2012. – 125 с.
7. Розенберг Д. М. Бизнес и менеджмент. Терминологический словарь / Д. М. Розенберг – М.: ИНФРА – М, 2012. – С. 105.
8. Корпоративне управління в Україні: менеджмент, фінанси, аудит. Матеріали п'ятого Пленуму Спільки економістів України та міжнародної науково-практичної конференції. – К., 2014. – 158 с.
9. Небава М. І. Теорія корпоративного управління: вузлові питання. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2014. – 295 с.

**Лозовский А.Н., Незбутняя О.В.**

Винницкий торгово-экономический институт

Киевского национального торгово-экономического университета

## ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ

### Аннотация

В статье рассматриваются современные подходы к формированию эффективного корпоративного управления в акционерных обществах. Определены роль и значение корпоративного управления в формировании межличностных отношений внутри коллектива. Описаны меры к дальнейшему постепенному развитию корпоративного управления в системе менеджмента предприятия. На основе анализа и сравнения корпоративного управления по организационной культуре, приведены основные направления повышения эффективности и системы управления персонала акционерного общества.

**Ключевые слова:** корпоративное управление, контроль, механизм, американская модель, слияние, поглощение, рынок, инвестор, внешний контроль, капитал.

Lozovskii A.N., Nezbutnia O.V.

Vinnitsa Trade and Economic Institute  
Kyiv National University of Trade and Economics

## THE FORMATION OF SYSTEM OF EFFECTIVE CORPORATE MANAGEMENT IN STOCK COMPANIES

### Summary

In the article, it is viewed the modern approaches to the formation of effective corporate management in stock companies. There is defined the role and importance of corporate management in creating interpersonal relationships of the staff. The measurements about the further gradual development of the corporate management in the management system at the enterprise are shown. According to the analysis and comparison of corporate management with the organizational culture, it is offered the main ways of increasing the effectiveness and the system of management of people in stock companies.

**Keywords:** corporate governance, control, mechanism, American model, merger, market, investor, external control, capital.

УДК 332.1:330.111.8

## КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД – ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Маколкіна О.В.

Вінницький національний аграрний університет

Стаття присвячена визначенню поняття «кластер» та його структурної побудови відповідно до специфіки агропромислового комплексу. Розглянуто принципів цілі і передумови, а також принципи впровадження кластерного підходу у функціонування як вітчизняних, так і закордонних агропромислових підприємств. У запропонованих рішеннях визначені переваги та недоліки, труднощі у кластеризації підприємств, які зумовлені наявним станом підприємств цього сектора економіки, а також суспільними передумовами.

**Ключові слова:** кластер, кластеризація, кластерний підхід, кластерна модель, структура кластера в агропромисловому комплексі.

**Постановка проблеми.** Сучасний розвиток економіки України потребує зростання національної конкурентоспроможності та розширенні меж діяльності товаровиробників як на внутрішньому, так і на світовому ринках. Стратегічні пріоритети формування діяльності вітчизняних підприємств, перш за все, спрямовані на інноваційно-інвестиційну політику, яка передбачає створення певних економічно-організаційних об'єднань щодо ефективного існування у зовнішньому середовищі. Формування високо-ефективної аграрної системи, покликаної забезпечити продовольчу безпеку і створити нормальні умови для розвитку сільських територій, є не простою проблемою для будь-якої країни та її регіонів, але стає особливо складною в період радикальних реформ.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Масштабна трансформація сільського господарства, що почалася в 90-х роках ХХ століття й визначила введення нових форм і видів економічних відносин, формування нових структурних одиниць і моделей управління, була пов'язана з переходом до ринкової системи господарювання. Однак спрощене розуміння сутності ринкових реформ і економічної лібералізації не забезпечило реального переходу до стійкої аграрної системи. Трансформаційні процеси здій-

снювалися у відсутності чіткого бачення нового структурного вигляду сільського господарства. В результаті на вже наявні базові проблеми не-ефективності колишньої системи господарювання склалися нові дисбаланси і диспропорції. У реальній економіці це проявилось в нерівномірності трансформаційних змін у різних сферах агро-економічної діяльності, нераціональності внутрішньогалузевих пропорцій і обмеженні можливостей структурного маневру з внутрішньогалузевого перерозподілу ресурсів, руйнуванні виробничого потенціалу і відтоку товаровиробників з галузі, погіршенні експортно-імпортного співвідношення в продовольчій забезпеченості.

Наявність численних структурних вад обмежувало поступальний розвиток аграрної системи й обумовило об'єктивну необхідність керованих трансформаційних процесів. В даний час формування ефективно функціонуючого сільського господарства є одним з фундаментальних положень державної аграрної політики. Рішення такої важливої народногосподарської задачі неможливе без структурної перебудови аграрної системи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематиці розвитку агропромислового виробництва на кластерній основі присвячені роботи В.В. Бакуми, І.С. Борисової, С.А. Володіна, В.І. Захарченко, М.В. Зубця, А.В. Іванько, М.Ф. Кропив-



ка, Д.Ф. Крисанова, П.Т. Саблука, Н.М. Сіренко, В.С. Шебаніна та інших науковців. Проте, потребують вирішення питання визначення організаційно-економічних засад кластеризації сучасного агропромислового виробництва, зважаючи на трансформаційні процеси в системі ведення національного господарства.

Теоретичною і методологічною основою дослідження є діалектичний метод пізнання та системний підхід до вивчення організаційно-економічних засад розвитку агропромислового комплексу, науковій праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів.

**Постановка завдання.** У сучасному світі потенціал і конкурентоспроможність країни є похідними конкурентоспроможності входять до її складу територій в силу того, що ресурси та фактори виробництва, людський і соціальний капітал, умови для ведення бізнесу локалізовані на регіональному рівні, де живуть і працюють конкретні люди і функціонують конкретні компанії. Сьогодні глобальна конкуренція між країнами зводиться до конкуренції між окремими регіонами. Одиницею глобального економічного простору стає регіон, який набуває стратегічне значення для процвітання своєї країни; на нього покладається роль локомотива у національному розвитку. Останнє зумовлює значущість концептуально оформленого стратегічного підходу до регіонального розвитку і його інтеграції в систему національних пріоритетів.

Найбільш прогресивним та інноваційним підходом до розвитку регіону в умовах «нової економіки», яка описується в термінах мережної організації господарювання та ключової ролі інформації в економічних процесах, є кластерний розвиток територій.

**Виклад основного матеріалу.** Кластеризація економіки дозволяє сформулювати комплексний погляд на державну політику регіонального розвитку, підвищити продуктивність, ефективність і конкурентоспроможність бізнесу, розширити можливості для інноваційного розвитку, оптимізувати взаємодію між різними суб'єктами економічного розвитку регіону: державою, великим і малим бізнесом, науково-освітньою спільнотою і громадськістю; сформувати «обличчя» регіону в сприйнятті зовнішнього оточення і, в цілому, підвищити рівень зайнятості та якості життя населення.

Кластери на сьогодні є основою найбільш успішних економік. Наприклад, кластер виноробства в Чилі, Каліфорнії, Силіконова Долина, автомобільні кластери Австрії, Угорщини та ін. в значній мірі визначають і направляють економічний розвиток своїх країн. В цілому, у світі налічується понад 2000 кластерних утворень, зосереджених, головним чином, у сферах АПК, інформаційно-телекомунікаційної індустрії, автомобілебудуванні, біо- і нанотехнології. У США функціонує понад 40 великих кластерів, в яких продукується понад 61% ВВП і зайнято понад половину працездатного населення країни.

Кластери являють собою організаційну форму консолідації зусиль зацікавлених сторін. Всі зусилля спрямовані на досягнення конкурентних переваг в умовах глобалізації економіки. Головне, на що націлені кластери, – це можливість для бізнесу і регіону розвиватися не за інерцією. Для

бізнесу кластер – це реальна можливість забезпечити собі конкурентоспроможність у майбутньому, тобто створювати довгострокову стратегію розвитку підприємств на 5–10 років і більше. Кластери складаються з підприємств, спеціалізованих в певному секторі економіки і локалізованих географічно. В економічній системі кластерне об'єднання виконує завдання сильного підприємства, яке підтягує за собою дрібні слабші.

Таким чином, як показує світова практика, кластер являє собою одну з ключових компонент конкурентоспроможності яка найбільш прогресивно розвивається, у зв'язку з чим викликає теоретичне зацікавлення у дослідників і практичний інтерес у держави і бізнесу.

Професор Портер, який є основоположником кластерної концепції, визначає що «кластери є організаційною формою консолідації зусиль зацікавлених сторін, спрямованих на досягнення конкурентних переваг, в умовах становлення постіндустріальної економіки». Поняття кластера вказує на галузеву та географічну належність сукупності входять до його складу підприємств, які виробляють і продають ряд пов'язаних або взаємодоповнюючих товарів спільними зусиллями. В даній дефініції акцентований фактор територіальної близькості, наявність спільних інтересів учасників кластера і закономірно виникає у результаті цього кооперація між ними для досягнення синергетичного ефекту на міжгалузевому рівні.

Виділимо наступні ознаки, що формують кластери в агропромисловому комплексі: – технологічна ознака: формування і підтримка висококваліфікованих робочих кадрів; – вертикальна, горизонтальна і латеральна ознаки: для висхідного потоку (співробітництво з постачальниками товарів і послуг, включаючи продукти інтелектуальної праці науково-дослідних установ) і для спадного потоку (співробітництво в сфері обігу); – географічна, фокусна і вертикальна ознаки: виражаються в застосуванні технологічних і технічних новинок у середовищі малого і середнього бізнесу. Дані ознаки передбачають стратегічне внутрішньо мережеве планування, що стимулює організацію інноваційної діяльності в кластері. В економіці можна розглянути три форми агропромислових кластерів, що відбивають їх розвиток. 1. Внутрішньорегіональні економічно активні структури всередині секторів АПК, що формуються навколо науково-дослідних і освітніх установ. 2. Виробничі ланцюжки, побудовані по вертикальній ознаці, де виробничий процес формує кластерне ядро (ланцюжок «постачальник – переробник – збутовик – покупець»). 3. Галузі на високому рівні агрегації («харчовий кластер») чи співтовариство секторів («агропромисловий кластер»). Головними елементами агропромислового кластера на рівні регіону виступають супідрядні між собою центри (ядра). Економічне ядро в регіонах представляє сукупність «полюсів росту». Ядро в структурі агропромислового кластера звичайно представлено великим промисловим підприємством, що у процесі своєї виробничої діяльності довело перспективність подальшого розвитку виробництва. Біля ядра сконцентровані забезпечуючі технологічний ланцюжок середні і дрібні підприємства, постачальники й інфраструктурні підприємства.

Території регіонального економічного простору, де знаходяться підприємства агропромислового комплексу, виступають як полюси концентрації факторів виробництва і фінансових ресурсів, що забезпечують ефективну віддачу інвестицій у границях даного регіону. Інтеграція підприємств (кластерів) АПК формує полюси економічного росту. Сюди варто інвестувати капітал замість розподілу його по підприємствах агропромислового комплексу. Перетворення в життя концепції розвитку регіонального АПК на базі ядер розвитку передбачає проведення комплексу економічних заходів: 1) перегляд концепції управління агропромисловим комплексом регіону, що передбачає чітку класифікацію галузей і підприємств по потенційній здатності до економічного росту; 2) поєднання напрямків і методів впливу адміністрації на регіональному рівні, що включають як директивні форми управління, так і індикативні і консультативні; 3) проведення необхідних процедур націоналізації, банкрутства підприємств або розширення ступеня участі регіонального бюджету в капіталах інтегрованих корпорацій; 4) підвищення статусу регіональної агропромислової політики з розробкою необхідних законодавчих актів; 5) виявлення всього комплексу інструментів і ресурсного потенціалу при розробці концепції розвитку регіонального АПК; 6) формування структури управління агропромисловим комплексом, адекватної цілям інноваційно-кластерного розвитку. Кластерна концепція пропонує альтернативний погляд на сутність конкуренції, новий підхід до структурування економіки регіону і прогресивну форму інституційної організації інноваційного процесу.

У традиційній конкурентному середовищі виграш одного з учасників еквівалентний програшу іншого, що визначає конкурентну боротьбу як гри з нульовою сумою. Кластерний підхід порушує традиційну логіку конкуренції, надаючи можливість досягнення вигоди кожного з суб'єктів, що становить «безпрограшну» модель конкуренції.

Конкуренція, яка має місце в рамках кластерного утворення, модифікується в напрямку посилення кооперативних взаємодій конкуруючих гравців і скорочення інтенсивності суперництва. В результаті, компанії-конкуренти, які працюють на одному ринку, набувають можливість об'єднувати свої зусилля для вирішення спільних питань і досягнення взаємних вигод при збереженні своїх конкурентних позицій один по відношенню до одного. Можливості співробітництва в рамках кластера чисельні і включають спільні інвестиції в створення власних освітніх установ, які покликані виховувати спеціалізованих кадрів для потреб гравців кластера; розвиток спільної для всіх компаній галузі бази НДДКР, лобювання питань надання дешевого кредиту та інших факторів виробництва, а також представлення інтересів галузі перед держструктурами.

Конкурентний простір кластера декомпозиється на внутрішній і зовнішній. Внутрішня конкуренція має місце в межах самого кластера між його учасниками, які виконують один вид діяльності, за споживача. Зовнішня конкуренція являє кластер як єдиного утворення з особливою ідентичністю, який вступає в суперництво з іншими кластерами і великими корпораціями на глобаль-

ному ринку. В даному контексті цілісність кластера у світовому масштабі, у глобальній конкуренції за споживача і ресурси створює підстави для розвитку тісної кооперації всередині кластера і збільшення продуктивності всіх його учасників з метою підвищення конкурентоспроможності кінцевого продукту кластера на світовому ринку.

Таким чином, в рамках кластера, фірми-учасники можуть оптимізувати свою діяльність і зміцнювати свої ринкові позиції за рахунок конкуренції (наприклад, захоплення частки ринку конкурентів), так і через кооперацію (досягнення економії на загальних для всіх гравців галузі витратах). Глобальне конкурентне середовище, в якому функціонує зрілий ефективний кластер, пред'являє високі вимоги за ціною і якістю кінцевого продукту кластера, що сприяє розвитку внутрішніх зв'язків між учасниками кластера та розвитку кооперації.

Кластерний підхід пропонує альтернативну форму інституційної організації економіки регіону, засновану на постійній, самовідтворюваній взаємодії галузей і окремих економічних агентів, поміщаючи при цьому характер і глибину зв'язків між ними в основу при аналізі регіональної економіки. В рамках кластерної концепції одиницею аналізу та управління стає кластер як міжгалузеве утворення у всьому різноманітті його форм, з його внутрішньою динамікою. Крім цього кластеризація створює умови для взаємопроникнення різних галузей і створення в результаті цього нових ринків.

В рамках кластерної концепції міжгалузевий характер організації економіки поглиблюється в силу появи нових ринків на стику існуючих галузей. Галузева концепція організації економіки сприяє роз'єднанню окремих елементів регіональної економіки; кластерна концепція, навпаки, зводить їх воедино і представляє цілісний і комплексний погляд на економіку, що враховує всі горизонтальні зв'язки між окремими господарючими суб'єктами.

У кластері виділяють 4 групи учасників: «ядро» кластера, що доповнюють, обслуговуючі та допоміжні учасники.

«Ядро» кластера становлять компанії-виробники основної продукції, навколо яких зосереджені інші учасники. Такі автовиробники в кластерах автомобілебудування, фермерські господарства і виробники вина в агропромислових кластерах, виробники взуття у взуттєвих кластерах і т.п.

Забезпечуючі (доповнюючі) види діяльності здійснюють компанії, функціонування яких спрямоване на забезпечення діяльності основних виробників. Такими можуть бути виробники матеріалів і автокомпонентів в кластері автомобілебудування; виробники програмного забезпечення в кластері з виробництва комп'ютерів та ін.

Допоміжні учасники – компанії, наявність яких необхідна для забезпечення економічного успіху кластера, але не є обов'язковою. До даної групи учасників можуть бути віднесені організації співробітництва, в деяких випадках такими можуть бути НДІ та освітні установи.

Особливу роль у кластері відіграє держава, представлене федеральними та регіональними органами влади, які формують інституційно-пра-

вові умови для реалізації кластерних ініціатив, організують майданчик для діалогу та узгодження інтересів учасників, надають фінансову підтримку (рис. 1).



Рис. 1.

Більшість кластерів залежні від державного фінансування і нежиттєздатні при його відсутності, хоча ця залежність може з часом скоро-

чуватися. Держава, виступаючи в процесі кластеризації як представник регіону, стратегічно орієнтоване і пов'язує кластер з розвитком економіки регіону в цілому, асимілює його з іншими економічними структурами і орієнтує на вирішення соціально значущих питань.

Для реалізації програмно-цільових заходів інноваційного кластеру пропонується:

- формування заходів відповідно до профільності кластеру;
- механізм формування кластеру: заходи, що передбачають допомогу у формуванні кластерних структур (для потенційних і латентних кластерів або спрямованих на формування нових кластерів), заходи щодо підтримки існуючих кластерів і заходи щодо моніторингу (оцінка впливу і коректування).

**Висновки.** Кластеризація АПК здатна надати вагомий інноваційний імпульс в загальну економічну політику держави. Таким чином, на сьогоднішній день застосування кластерного підходу в Україні є необхідною детермінантою для виходу з економічної кризи, відродження вітчизняного виробничого потенціалу, підвищення ефективності інноваційно-інвестиційного розвитку АПК, досягнення високого рівня економічного зростання та конкурентоспроможності. Визначені в статті проблемні аспекти формування агропромислових кластерів і запропоновані шляхи їх подолання є досить глибокими у пізнанні і перспективними у подальших наукових дослідженнях.

## Список літератури:

1. Кластеризація української економіки: перші успішні приклади // [http://www.rgd.org.ua/latest\\_project\\_news/klasteryzatsiya/](http://www.rgd.org.ua/latest_project_news/klasteryzatsiya/)
2. Портер М.Е. «Конкуренція». – Москва: Видавничий дім «Вільямс», 2005. – 608 с.
3. Щодо державної політики підтримки розвитку інноваційних кластерів у промисловості України. Аналітична записка // <http://www.niss.gov.ua/articles/1069/>
4. Розпорядження КМУ від 17.06.2009 р. № 680-р «Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи».
5. Eurostat regional yearbook 2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/eurostat>
6. Алексеев Н.С. Изменения для стабильности / Н.С. Алексеев [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://big.spb.ru/publications/other/change\\_stab.shtml](http://big.spb.ru/publications/other/change_stab.shtml)
7. Презентація Бублик С.Г. та Здіорук С.І. «Концепція стратегії розвитку інтелектуального потенціалу України», Київ, НІСД [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.niss.gov.ua/Table/3006006/ConceptSID.rpt](http://www.niss.gov.ua/Table/3006006/ConceptSID.rpt) (23.01.2008 р.).
8. Василенко В.О., Шматько В.Г. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник; За ред. В.О. Василенко. – Київ: ЦУЛ, Фенікс, 2003. – 440 с.
9. Карасюк Е. Кластероискатели / Е. Карасюк // Секрет фирмы. – 2005. – № 8(95). – С. 10-16.
10. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура / Пер. с англ. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
11. Кошовий Д. Венчурні фонди: позики на прийнятних умовах // Галицькі контракти. – 2000. – № 26. – С. 10-11.
12. Кулик Р.О. Форми взаємодії великих та малих підприємств в кластерній структурі // Економіка і регіон. – 2008. – № 1(16). – С. 41-45.
13. Марков Л.С. Кластерная политика: региональный аспект / Л.С. Марков // Совет директоров Сибири. – 2007. – № 5. – С. 6-7.
14. Портер М. Э. Конкуренция / М.Э. Портер. – М.: Вильямс, 2002. – 496 с.
15. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
16. Презентація Бублик С.Г. та Здіорук С.І. «Концепція стратегії розвитку інтелектуального потенціалу України», Київ, НІСД [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.niss.gov.ua/Table/3006006/ConceptSID.rpt](http://www.niss.gov.ua/Table/3006006/ConceptSID.rpt) (23.01.2008 р.).
17. Постанова КМУ від 14.05.2008 р. № 447 «Про затвердження Державної цільової економічної програми «Створення в Україні інноваційної інфраструктури» на 2009-2013 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/447-2008-%D0%BF/page>
18. Шевченко А.В. Щодо державної політики підтримки розвитку інноваційних кластерів у промисловості України. Аналітична записка / А.В. Шевченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.niss.gov.ua/articles/1069/#\\_ftnref10](http://www.niss.gov.ua/articles/1069/#_ftnref10)
19. Соколенко С. Структура кластерних систем по регіонах України / С. Соколенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ucluster.org/blog/2012/06/struktura-klasternih-sistem-poregionakh-ukraini/>

**Маколкина Е.В.**

Винницкий национальный аграрный университет

## **КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД – ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА**

### **Аннотация**

Статья посвящена определению понятия «кластер» и его структурного построения в соответствии со спецификой агропромышленного комплекса. Рассмотрены принципиальные цели и предпосылки, а также принципы внедрения кластерного подхода в функционирование как отечественных, так и закордонних агропромышленных предприятий. В предложенных решениях определены преимущества и недостатки, трудности в кластеризации предприятий, обусловленные существующим положением предприятий этого сектора экономики, а также общественными предпосылками.

**Ключевые слова:** кластер, кластеризация, кластерный подход, кластерная модель, структура кластера в агропромышленном комплексе.

**Makolkina O.V.**

Vinnitsa National Agrarian University

## **THE CLUSTER APPROACH – THE BASIS OF IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF THE REGIONAL ECONOMY AGRICULTURE SUMMARY**

### **Summary**

This article is devoted to the definition of «cluster» and its structural construction according to the specifics of agriculture. The principles of purpose and the conditions and principles of implementation of the cluster approach in the operation of both domestic and zakodonnyh agricultural enterprises. The proposed solutions identified advantages and disadvantages and difficulties clustering of enterprises due to the current state of the business sector and social prerequisites.

**Keywords:** cluster, clustering, cluster approach, cluster model, Cluster structure in agriculture.



## ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЧИННИКІВ АКТИВІЗАЦІЇ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Малахова О.Л.

Тернопільський національний економічний університет

Стаття присвячена теоретичному обґрунтуванню економічної природи факторів впливу на кредитну діяльність банків. Автором запропоновано визначення факторів кредитної діяльності банків та здійснена їх класифікація. На основі авторського підходу сформульовано механізм впливу факторів кредитної діяльності банків на соціально-економічний стан держави. Встановлено чіткий взаємозв'язок між основними показниками діяльності банків в Україні та реального сектора економіки. За результатами дослідження запропонована орієнтовна схема активізації банківського кредитування.

**Ключові слова:** банківське кредитування, фактори впливу на кредитну діяльність, макро- та мікроекономічне середовище, ендо- та екзогенні чинники, активізація банківського кредитування, підприємницька діяльність.

**Постановка проблеми.** Глобальна фінансова криза супроводжувалася значним спадом кредитної активності банківського сектора в значній кількості країн, де і нині залишається вкрай низькою. Більш того, окремі експерти визначили такий етап подолання наслідків глобальної фінансової кризи, як «відновлення без кредитування» [1]. В цьому плані в банківському секторі України склалась подібна ситуація, яка відображає вкрай низьку активність комерційних банків на ринку кредитних послуг. За таких обставин, однією із головних передумов відновлення та стабілізації економічних процесів в Україні є кредитна діяльність банківських установ, оскільки саме від її ефективності залежить ступінь забезпечення усіх економічних суб'єктів належним рівнем грошових ресурсів. Таким чином, досягнення макроекономічної стабільності та поступального розвитку економіки в Україні неможливо без ідентифікації чинників, що впливають на кредитну активність банківських установ в умовах політико-економічних негараздів у країні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сфері наукових інтересів таких провідних вітчизняних учених як О. Барановський, З. Васильченко, О. Вовчак, О. Дзюблюк, А. Кузнецова, А. Мороз, С. Реверчук, М. Савлук перебувають питання, пов'язані із удосконалення діяльності комерційних банків в сучасних умовах. Окремо в науковій царині досліджуються проблеми оцінки та забезпечення фінансової стійкості комерційних банків. Слід відзначити вагомий напрацювання російських вчених: Л.П. Белих, В.В. Іванова, Ю.С. Масленченкова, Л.С. Сахарової, та Г.Г. Фетисова, які визначили головні чинники, методи аналізу та оцінки фінансової стійкості. Методичні підходи до оцінки впливу макроекономічних факторів на банківську систему наведені в працях таких російських дослідників: А.В. Анісімової, С.В. Войко, А.Є. Касютіна, М.Є. Мамонова, Ю.С. Кудашевої, Н.Н. Куніциної, М.Г. Нечай та інших. Також слід виокремити праці І.В. Пещанської та Г.С. Панової, у яких чітко виокремлюються чинники, що формують кредитну політику банків.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Позитивно оцінюючи вагомий внесок учених у розвиток економічної наукової думки, необхідно відзначити, що наразі повною мірою не розглядається питання значимості еко-

номічних факторів макро- та мікросередовища, які мають суттєвий вплив на перебіг банківської діяльності, саме на сучасному етапі поглиблення кризових явищ в Україні. За таких обставин, питання теоретичного осмислення природи економічних факторів впливу на кредитну діяльність та їх врахування при розробці подальшої стратегії банків на грошовому ринку, нині залишаються пріоритетними.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є виявлення факторів впливу на кредитну діяльність та розробка дієвих заходів щодо нівелювання їх негативного впливу на кредитні операції комерційних банків.

**Виклад основного матеріалу.** Вирішення завдань зміцнення економічних засад забезпечення поступального економічного відновлення та розвитку держави неможливо без проведення всебічного теоретичного дослідження факторів, параметрів та показників, які об'єктивно відображають стан банківського кредитування та вказують на можливі загрози для його активізації.

За таких обставин, важливим у науковій думці є теоретичне осмислення та обґрунтування поняття «фактор». Слід зауважити, що слово «фактор» запозичене ще в Петровську епоху в німецькій мові. Початково, а саме до середини 19 століття воно використовувалось як комерційний термін в значенні «повірений у справах», «приватний комісіонер», «комерційний посередник». Пізніше слово наповнюється управлінським (розпорядник робіт) та математичним (множник, коефіцієнт) змістом. Окрім того, етимологія слова не могла не придати йому ще одного значення. Англійське слово factor – це той, хто (або що) рухає, діє, створює, робить від латинського *facere* – робити. І дійсно, в середині 20 століття починається вживання слова в іншому, а власне у загальному змісті русійної сили, причини, елемента. Слово набуває статусу базового економічного поняття [2].

Нині у царині наукових досліджень сутності поняття «фактор» істотних протиріч немає, та умовно можна виокремити три найбільш розповсюджених тлумачень даного терміну (табл. 1).

Також досить часто у науковій літературі зустрічається термін «чинник». Втім це – поняття, похідне від слова «чинити», «діяти», «здійснювати певний вчинок, дію», тобто «те, що чинить»,

здійснює вплив, діюче». Також чинник в економіці, вживається як драйвер (від англ. driver- рушій) – робота чи умова, що мають прямий вплив на поточну (операційну) роботу (чи структуру затрат на інші роботи) певного господарства [8]. Зважаючи на вищевказане, дане поняття можна вживати при дослідженні перебігу економічних процесів як синонім дефініції «фактор».

То ж при теоретичному осмисленні факторів кредитної діяльності банків в сучасних умовах, доцільно розглядати фактор як економічну дефініцію та застосовувати наступний термін: фактор – це умова, причина, параметр, показник, що впливає, чинить певну дію на економічний процес та результат цього процесу.

Таким чином, під факторами кредитної діяльності банків в широкому змісті слід розуміти параметри макро- та мікросередовища, які стимулюють або, навпаки, стримують кредитну активність банківських установ та за результатами дії яких відбуваються зміни певних кількісних та якісних економічних показників.

В контексті даного наукового дослідження, варто наголосити на тому, що банківське кредитування економіки представляє собою процес, який залежить від багаточисельних факторів. Будучи тісно взаємопов'язаними, ці фактори нерідко різносторонньо впливають на результати роботи комерційного банку: одні – позитивно, інші – негативно. При цьому негативний вплив одних факторів здатний знизити або навіть нівелювати позитивний вплив інших.

Емпіричні дослідження бізнес-середовища в останні роки демонструють стійкі негативні очікування, які виражаються в підвищенні оцінок ризиків ведення бізнесу в Україні. Так, найсуттєвішою перешкодою для залучення нових кредитів у 2016 році залишалися занадто високі ставки за кредитами (68,3% опитаних респондентів).

Підвищився також вплив курсового фактору (32,1% відповідей, у порівнянні з попереднім періодом даний параметр збільшився на 1,8 відсоткових пунктів) (рис. 1).

У питанні класифікації факторів, що впливають на діяльність банківських установ в наукових колах також відсутній єдиний підхід, а саме в частині виокремлення загальних параметрів та критеріїв. Слід також наголосити на тому, що банківська діяльність та функціонування підприємницьких структур перебувають у тісному взаємозв'язку, причому така взаємозалежність є абсолютно очевидною. Так, ефективність кредитної діяльності банківських установ безпосередньо залежить від результативності та прибутковості підприємницьких структур. За таких обставин, вважаємо доцільним при ідентифікації факторів кредитної діяльності банківських установ також враховувати і ендогенні чинники функціонування суб'єктів підприємництва.

На основі вищевикладеного і з врахуванням авторського підходу можна привести наступну класифікацію факторів, що впливають на комерційний банк в частині провадження кредитних операцій (рис. 2), згрупувавши їх на два основні параметри: макро- та мікроекономічного середовища.

Окрім того, необхідно також в обов'язковому порядку враховувати глобалізаційні процеси, які відбуваються у банківській сфері, та чітко усвідомлювати вагомість впливу саме чинників глобалізації банківської системи. До цих факторів макроекономічного середовища можна віднести: зміна питомої ваги іноземного капіталу в банківській системі; стан виконання банками зобов'язань за зовнішніми запозиченнями, рейтинг банку за оцінками незалежних міжнародних рейтингових агентств; міжнародні стандарти ведення і регулювання банківського бізнесу тощо. Втім, виокремлені фактори опосередкованим чи-

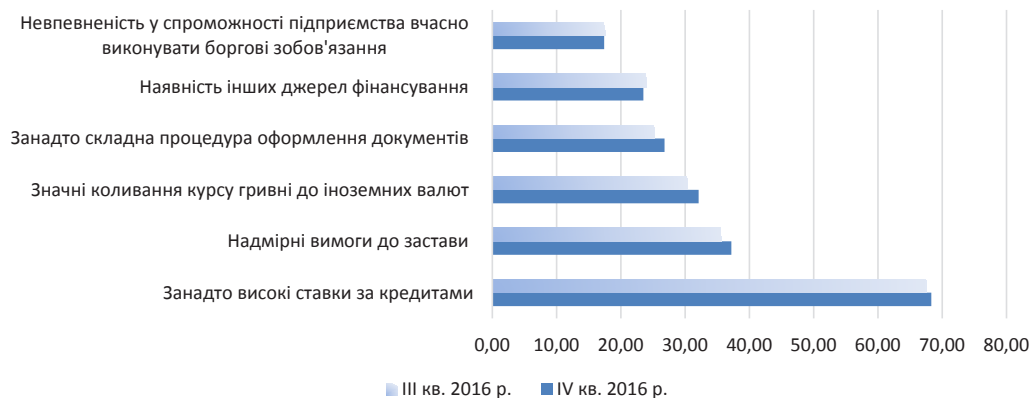


Рис. 1. Фактори впливу на прийняття рішення суб'єктами підприємництва про відкладення залучення кредиту [9]

Таблиця 1

Сучасні підходи щодо визначення сутності поняття «фактор»

№ з/п	Автор	Визначення
1.	Сфремова Т.Ф., Шашенкова Е.А. [3; 4]	Фактор, як «причина, рушійна сила якого-небудь процесу, явища, яка визначає його характер або окремі його риси»
2.	Агафонова М. Ю., Азриліян А. Н., Азриліян О. М. [5]	Фактор як «істотна обставина, яка сприяє якому-небудь процесу, явища»
3.	Кураков Л.П., Райзберг Б., Лозовский Л. [6; 7]	Фактор, як «один із основних ресурсів виробничої діяльності підприємства та економіки в цілому (земля, праця, капітал, підприємство); рушійна сила економічних, виробничих процесів, які чинять вплив на результат виробничої, економічної діяльності»

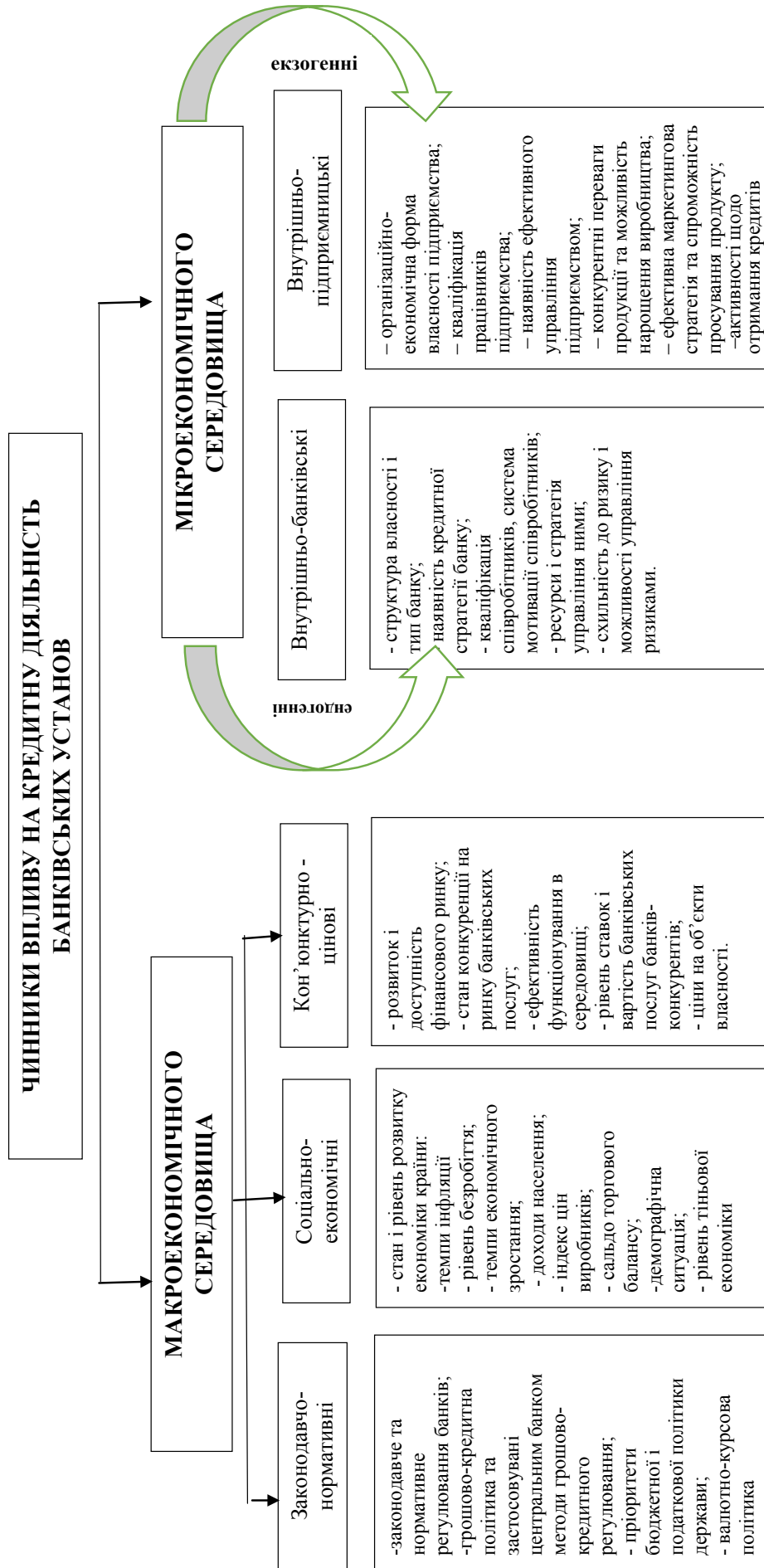


Рис. 2. Класифікація факторів, що чинять вплив на кредитну активність банківських установ

Джерело: авторська розробка

ном впливають на стан участі банківських установ в відтворювальному процесі в країні.

Всі фактори макроекономічного середовища в залежності від характеру впливу можна розмежувати на ті, що:

1) безпосередньо впливають на показники кредитної діяльності системи комерційних банків. До них відносять: ставка рефінансування і нормативи центрального банку, коливання курсів валют, темпи інфляції тощо;

2) чинять вплив на споживачів банківських послуг, тобто клієнтів кредитних установ (інші комерційні банки, підприємства, фізичні особи тощо). Яскравими прикладами може бути рівень безробіття, рівень доходів населення, зміна цін на сировинні ресурси та енергоносії, індекс промислового виробництва тощо.

Причому необхідно також усвідомлювати, що певні параметри макроекономічного середовища однаковою мірою впливають і на банки і на споживачів кредитних продуктів, а саме: пріоритети бюджетної і податкової політики держави; тенденції валютного ринку, інфляційні очікування тощо.

Таким чином, сформована класифікація чинників макро- та мікроекономічного середовища, які впливають на формування адекватної економічним реаліям кредитної політики банків, є достатньо повною та відповідає специфіці вітчизняної банківської системи в сучасних умовах. Перевагою такого групування виступає врахування також ендогенних та екзогенних факторів мікроекономічного середовища, які можуть вплинути на показники ефективності кредитної діяльності, процентну політику та імідж банківської установи. Також в даній класифікації невраховані неістотні макро- і мікроекономічні фактори в сфері економічних відносин, які досліджуються.

Необхідно звернути особливу увагу на те, що за сучасних умов кредитна діяльність комерційних банків перебуває під дією двох основних умов: наявності або відсутності ефективної стратегії і політики банку щодо кредитної діяльності та незадовільного або задовільного попиту з боку клієнтів на кредитні продукти (рис. 3).

Для виокремлених умов може бути реалізована у двох різноспрямованих напрямках. В першому випадку банк вирішує завдання нарощування кредитної діяльності згідно своєї стратегії та з врахуванням попиту клієнтів. В іншому випадку можлива двояка ситуація: є попит зі сторони клієнтів, але немає пропозицій зі сторони банку і навпаки. В результаті цього порушується якість взаємодії між банком і клієнтом.

Окрім того, стратегія і політика банку в частині кредитної діяльності визначається зовніш-

німи факторами макrorівня та факторами впливу внутрішнього підприємницького середовища, а також внутрішніми факторами, що характерні для банківської установи. Попит з боку суб'єктів підприємництва на кредитні продукти своєю чергою також знаходиться під дією двох виокремлених груп внутрішніх чинників – активності підприємницьких структур щодо отримання кредитів та вартості формування кредитних ресурсів. Фактори макrorівня можуть чинити і прямиий вплив на стан попиту, і опосередкований – через механізм регулювання державою підприємництва.

Дійсно, дослідження змін у тенденціях рівня тінізації економіки України, темпів приросту кредитних вкладень банків суб'єктам підприємництва та змін рівня офіційного ВВП засвідчують пряму залежність даних показників (рис. 4).

Проголошений Урядом України курс на детінізацію економіки певною мірою позитивно впливає на процеси відновлення банківського кредитування. У 2016 році, вперше після депресивних 2012-2013 рр. та кризових 2014-2015 рр., економіка України продемонструвала позитивні показники економічного зростання. У першому, другому та третьому кварталах року приріст ВВП склав у постійних цінах відповідно 0,1%,



Рис. 3. Механізм впливу факторів кредитної діяльності банків на соціально-економічний стан держави

Джерело: розроблено автором



Рис. 4. Взаємозалежність рівня тіньової економіки, темпів приросту кредитних вкладень банків суб'єктам господарювання та зміни рівня офіційного ВВП

Джерело: розраховано автором на основі: [10; 11]



1,4% та 2,0%, а загалом за період – 1,3%. Втім, попри позитивні зрушення в економіці України банківські установи не виявляли ознак поживлення кредитної діяльності навіть попри чималу ліквідність. У цілому кредитний портфель скоротився, але завдяки масштабній реструктуризації гривневі кредити підприємствам зросли, а валютні – прискорили зниження.

Окремо слід проаналізувати наслідки запровадження вимог щодо підвищення мінімальної заробітної плати в Україні з 1 січня поточного року та їх вплив на перебіг банківського кредитування. За оцінками НБУ, зростання мінімальної зарплати призведе до зростання інфляції на 1%, що є прийнятним рівнем. Кабмін, своєю чергою, стверджує, що їхня модель показує зростання збору податків за мінімальної зміни безробіття. Також рішення про підвищення мінімальних зарплат суттєво не позначиться на валютних коливаннях.

Втім, попри позитивні прогнози, підвищення мінімальної зарплати до 3200 гривень не вирішує проблеми бідності в Україні. Значна частина працездатного населення, яка отримує мінімальну зарплату, не має можливості нагромадження заощаджень – всі ці доходи йдуть на фінансування поточних витрат та на товари й послуги першої необхідності. За таких обставин, можна очікувати суттєвого зниження здатності банків

щодо акумулювання тимчасово вільних грошових коштів. З іншого боку, таке рішення не позначиться на підвищенні привабливості суб'єктів економіки для банківських установ з точки зору покращення показників їх кредитоспроможності.

Також слід нагадати, що 27.12.2016 року був прийнятий Закон, згідно з яким передбачається сплата фізособами-підприємцями, які є платниками податку, єдиного соціального внеску, в розмірі не менше половини мінімального ЄСВ, навіть якщо підприємець не веде господарську діяльність і не отримує прибуток. Таке рішення стало причиною закриття значної кількості підприємств фізичних осіб. Так, за даними сервісу моніторингу реєстраційних даних українських компаній OpenDataBot станом на 14 січня 2017 року було закрито 158 тисяч 186 підприємств фізичних осіб. Наведені дані побічно можуть вказувати на те, що здатність банків щодо розширення клієнтської бази в найближчій перспективі буде обмежена.

Серед суттєвих дестабілюючих факторів слід виокремити стан та тенденції розвитку різних галузей економіки в Україні. Так, протягом останніх трьох років промисловість України стабільно демонструє негативну динаміку і лише у I кварталі 2016 року за даними Держкомстату намітилась тенденція до зростання (рис. 5).

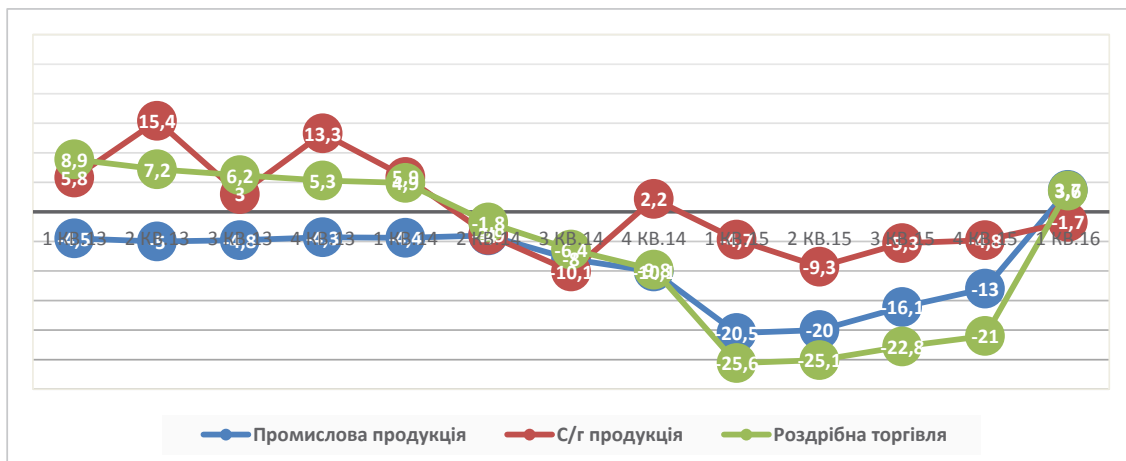


Рис. 5. Темпи зростання/падіння обсягів промислового виробництва, сільськогосподарського виробництва та обороту роздрібною торгівлі протягом 2013-2016 рр., кумулятивно за відповідний період [12]

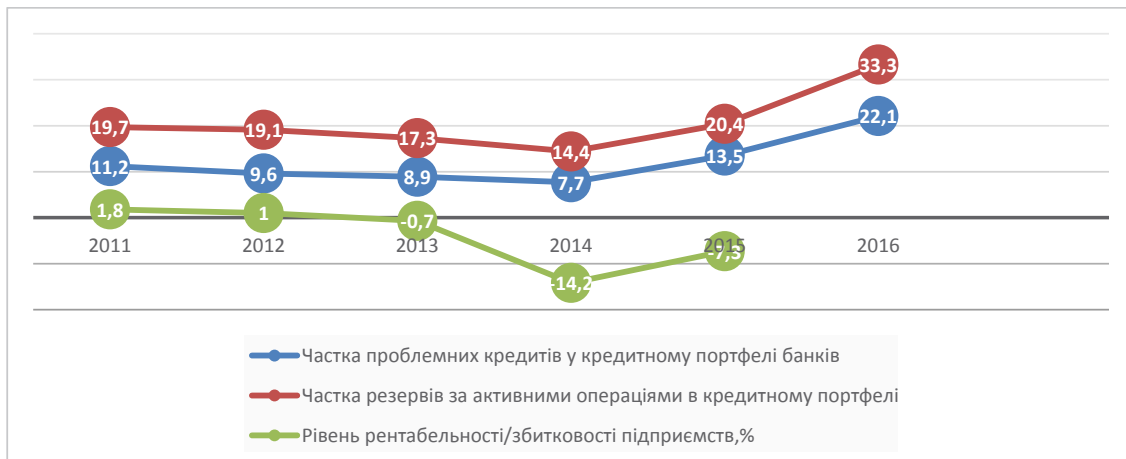


Рис. 6. Кореляційний зв'язок основних показників кредитної діяльності банків та підприємств, у %

Джерело: розраховано автором на основі [11; 12]

Основними факторами, що обумовлювали падіння обсягів промислового виробництва є: 1) значне зниження попиту та світових цін на сировинних ринках (в першу чергу – на продукцію металургії); 2) втрата традиційних ринків збуту через торговельні обмеження з боку Росії; 3) зменшення внутрішнього попиту; 4) порушення виробничих зв'язків та фізичні втрати промислового обладнання, інфраструктури через збройний конфлікт на сході України. Результатом дії таких чинників на підприємницьке середовище став негативний тренд обсягів промислового, сільськогосподарського виробництва та обороту роздрібною торгівлю протягом 2014-2015 років.

Окрім того, такі обставини стали передумовою суттєвого зниження рентабельності підприємств, що не могло не позначитися на якісних характеристиках кредитного портфеля банків (рис. 6).

На жаль, дані про рівень рентабельності підприємств за результатами діяльності у 2016 році відсутній. Але, як зазначено у аналітичних матеріалах Мінекономрозвитку України [9], у цілому за підсумком січня-вересня 2016 року порівняно з відповідним періодом 2015 року скорочення збитків (на 54,8%) відбулося на тлі збільшення прибутків (на 16,0%). Як результат, за підсумком січня-вересня 2016 року отримано позитивний фінансовий результат діяльності підприємств в обсязі 82,0 млрд. грн. порівняно з негативним результатом в обсязі – 183,9 млрд. грн. у січні-вересні 2015 року.

Таким чином, значна кількість великих підприємств базових галузей економіки, судячи з офіційної фінансової звітності, неплатоспро-

можні. За таких обставин банки можуть кредитувати в основному підприємства, які вже мають значні проблеми із обслуговуванням кредиторів та потребують реструктуризації. Окрім того, кінцеві власники значної кількості підприємств взагалі невідомі, неможливо адекватно оцінити фінансовий стан та дізнатися кредитну історію позичальників. Це зумовлює необхідність формування банками значних резервів за активними операціями та перекладати ризики несумлінних позичальників на всіх суб'єктів кредитних відносин шляхом встановлення високих відсоткових ставок.

Серйозною перепоною на шляху активізації банківського кредитування в Україні є недосконала законодавча база щодо захисту прав кредиторів, а саме – достатньо складний механізм реалізації банками заставного майна. Діюча практика підтверджує, що за рахунок застави можна повернути не більше 50% від загальної суми позики. Виходячи із цього банки вимагають забезпечення, яке в 2-3 рази перевищує суму заборгованості, підвищують процентні ставки, закладаючи в них високу премію за ризик (більше 10%) [13, с. 31]. Так, до прикладу, якщо в 2011 році співвідношення процентних і комісійних доходів становило приблизно 6,5:1, то в 2016 році розрив скоротився до 5,4:1, а їх частка у загальному обсязі доходів на 1 серпня сягнула 17% [14].

Зважаючи на деструктивний вплив значної кількості чинників на банківське кредитування, на рівні мікросередовища, на нашу думку, комерційним банкам варто більшою мірою зосередитися на розробці та реалізації адекватній

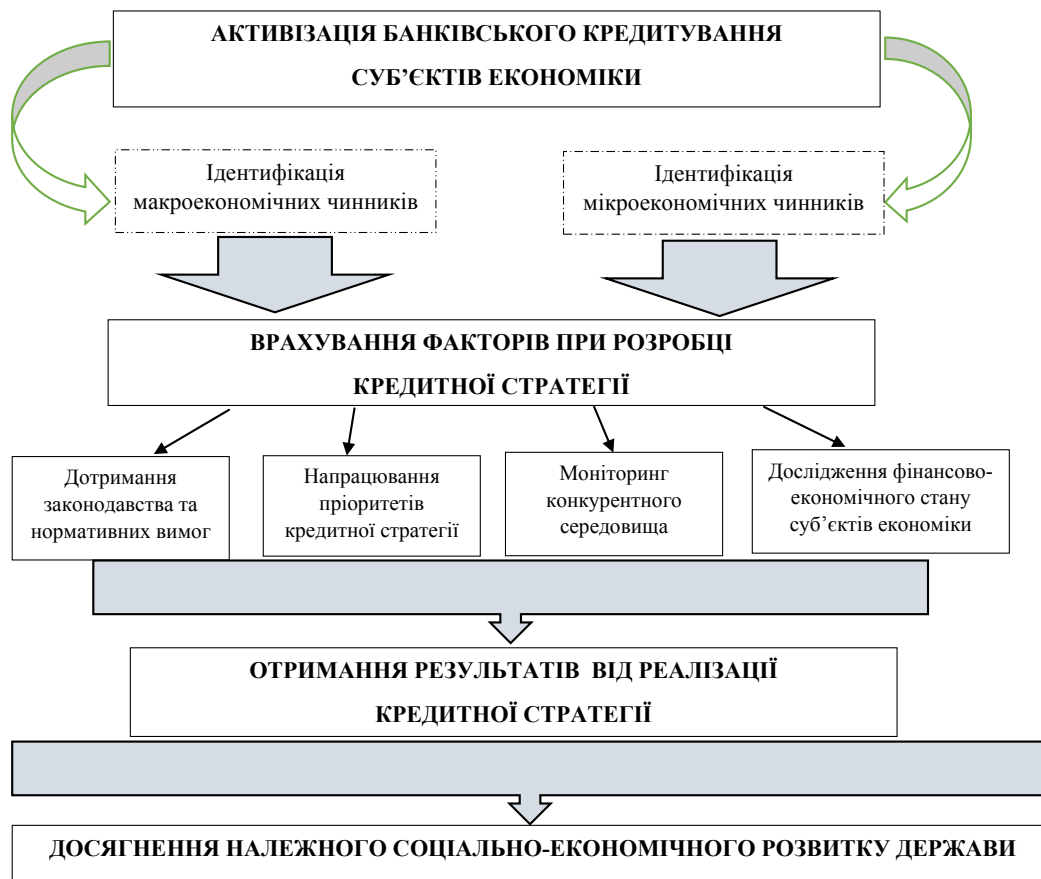


Рис. 7. Орієнтовна схема активізації банківського кредитування в Україні

Джерело: авторська розробка

реаліям кредитній політиці, на створення конкурентних переваг на ринку в частині формування процентної політики, розширення спектру кредитних банківських продуктів тощо.

Беззаперечно, що ідентифікація та врахування економічних чинників при провадженні кредитної діяльності банків – надскладне завдання. Втім своєчасне виявлення чинників несприятливого характеру в частині організації банківського кредитування може забезпечити досягнення банком стратегічних цілей у довготривалій перспективі, а саме: отримання конкурентних переваг на ринку банківських послуг, забезпечення належного рівня доходності та прибутковості, напрацювання тісних взаємовигідних відносин із перспективними позичальниками.

Таким чином, орієнтовна схема активізації банківського кредитування зображена на рис. 7.

На наше глибоке переконання банківські установи не спроможні самостійно вирішити питання відновлення кредитування економіки в Україні. Це завдання стратегічних пріоритетів державної політики. Саме тому, діяльність європейських урядів побудована за принципом «Think Small First», основою якої є пріоритет стимулювання економічної активності суб'єктів підприємництва. Дієвість та ефективність даної стратегії є стимулом для впровадження її в Україні.

Також серед інструментів стимулювання банківської кредитної активності можуть бути напрацьовані зарубіжною практикою заходи пільгового оподаткування банків, пріоритетами яких є кредитування реального сектора, надання гарантій державою щодо повернення кредитних

коштів, компенсації процентних платежів за наданими кредитами тощо.

Застосування таких заходів в рамках Державної програми підприємництва дасть значний позитивний ефект на перебіг усіх економічних процесів, значною мірою позначиться на рівні забезпечення кредитними ресурсами усіх суб'єктів економіки. Наслідком дії таких заходів може стати довгостроковий економічний і соціальний ефект.

**Висновки і пропозиції.** Нині неефективність банківського кредитування економіки в Україні обумовлена консолідацією двох основних груп чинників макроекономічного та мікроекономічного середовища. Варто зазначити, що макроекономічні показники розвитку свідчать про значні негативні тенденції розвитку реального сектору економіки, низький рівень життя населення, значні інфляційні очікування, суттєве податкове навантаження, що призводить до поглиблення системної кризи у банківському сегменті.

Таким чином, нині банківські установи, на шляху до відновлення своєї активності в частині провадження кредитних операцій, стикаються із низкою чинників, які, за умов нестабільності економічного середовища, носять, більшою мірою деструктивний характер. Нівелювання дії цих чинників можливе лише за умови стабілізації макроекономічного середовища, а саме: поступальної детінізації економіки, створення сприятливого інвестиційного клімату, стимулювання банківського кредитування за допомогою важелів грошово-кредитного регулювання. Пошук шляхів вирішення виявлених проблем є перспективою подальших досліджень, актуальність яких доведена уже сьогодні.

## Список літератури:

1. Андрюшин С.А. Особенности кредитной активности банковского сектора России в период роста плохих долгов // С.А. Андрюшин, В.В. Кузнецова Имущественные отношения в РФ № 1(124) 2012. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobnosti-kreditnoy-aktivnosti-bankovskogo-sektora-rossii-v-period-rosta-plohih-dolgov>
2. Фокин Н.И. Экономика: В начале было Слово / Н. Фокин – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dictionary-economics.ru/word/%D0%A4%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80>
3. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. – М.: Русский язык, 2000. – 1084 с.
4. Шашенкова Е.А. Исследовательская деятельность: Словарь. – М.: УЦ «Перспектива», 2010. – 88 с.
5. Большой экономический словарь / М.Ю. Агафонова, А.Н. Азрилиян, О.М. Азрилиян и др. – М.: Институт новой экономики, 1997. – 864 с.
6. Кураков Л.Л., Кураков В.Л., Кураков А.Л. Экономика и управление, финансы и право: словарь-справочник. – М.: Вуз и школа, 2004. – 1288 с.
7. Райзберг Б., Лозовский Л., Стародубцева Е. Современный экономический словарь. – М.: Инфра-М, 1999. – 479 с.
8. Вікіпедія – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D0%BA>
9. Офіційний сайт Національного банку України. Ділові очікування підприємств України. Випуск № 4(44) IV квартал 2016 року – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=42352951>
10. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України / Загальні тенденції тіньової економіки в Україні: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a&tag=TendentsiiTinovoiEkonomiki>
11. Офіційний сайт Національного банку України. Основні показники діяльності банків України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>
12. Офіційний сайт Державної служби статистики України: Статистичний збірник. «Діяльність суб'єктів господарювання» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
13. Сомик А. Сучасний стан та напрями стимулювання розвитку банківського інвестиційного кредитування в Україні / А. Сомик, С. Жуйков // Вісник Національного банку України. – 2010. – № 7. – С. 28-34.
14. Голодні ігри: на чому заробляють українські банки 14.09.2016 – Павло Харламов – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://daily.rbc.ua/ukr/show/golodnye-igry-zarabatyvayut-ukrainskie-banki-1473851467.html>

**Малахова Е.Л.**

Тернопольский национальный экономический университет

## **ИДЕНТИФИКАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ АКТИВИЗАЦИИ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В УКРАИНЕ**

### **Аннотация**

Статья посвящена теоретическому обоснованию экономической природы факторов влияния на кредитную деятельность банков. Автором предложено определение факторов кредитной деятельности банков и произведена их классификация. На основании авторского подхода сформулировано механизм влияния факторов кредитной деятельности банков на социально-экономическое состояние государства. Установлена взаимосвязь между основными показателями деятельности банков в Украине и реального сектора экономики. За результатами исследования предложена примерная схема активизации банковского кредитования.

**Ключевые слова:** Банковское кредитование, факторы, влияющие на кредитную деятельность, макро- и микроэкономической среда, эндо- и экзогенные факторы, активация банковского кредитования, предпринимательская деятельность.

**Malakhova E.L.**

Ternopol National Economic University

## **IDENTIFICATION OF THE ECONOMIC FACTORS INTENSIFYING BANK LENDING IN UKRAINE**

### **Summary**

The article is devoted to the theoretical substantiation of economic nature of the factors influencing the credit activity of banks. The author suggested that identification of credit activity of banks and their classification. Based on the author's approach formulated a mechanism factors of credit activity of banks in the socio-economic status of the State. The interrelation between key indicators of banking activities in Ukraine and the real sector of the economy. The results of the studies proposed approximate scheme of intensifying Bank lending.

**Keywords:** Bank lending, factors influencing the credit activity, macro-and microeconomic Wednesday, endo- and exogenous factors, enabling bank-lending business.



УДК 330.34

## ТЕОРЕТИЧНІ І ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Маслак О.І., Яковенко Я.Ю.

Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Сокуренько П.І.

Кременчуцький інститут  
ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля»

Дана стаття присвячена актуальному питанню забезпечення стійкого розвитку підприємства в умовах невизначеності, яка призводить до виникнення ризикових ситуацій у діяльності компаній. Особливу увагу приділено нерозривності понять антикризового управління та стійкого розвитку. У статті акцентовано увагу на дотриманні принципів стійкого розвитку як важливої складової сучасного управління підприємством. В результаті дослідження було виокремлено приклади успішних виходів з економічних криз окремих компаній. Наголошується на тому, що у разі виникнення кризових ситуацій для підприємств важливо діагностувати момент втрати стійкості та зберігати стабільно-ефективну діяльність, а також стримувати, долати і контролювати кризові явища, керуючись засадами стійкого розвитку.

**Ключові слова:** стійкий розвиток, стійкість підприємства, антикризове управління, управління стійким розвитком, невизначеність економічного середовища.

**Постановка проблеми.** Циклічний розвиток, який характеризують цикли різної тривалості, виступає об'єктивною закономірністю економіки. З точки зору ситуаційного менеджменту, криза являє собою переломний етап у функціонуванні будь-якої відкритої системи (тобто такої, яка піддається зовнішньому і внутрішньому впливу), що потребує якісно нового реагування. В сучасних умовах динамічні зміни в середовищі функціонування зумовлюють необхідність застосування концепції стійкого розвитку, оскільки соціально та екологічно збалансована політика підприємства слугує запорукою більш швидкого та ефективного виходу з кризи.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій** свідчить, що багато учених-економістів у своїх працях висвітлюють різні підходи до розуміння сутності антикризового управління та необхідності розробки і впровадження стратегії стійкого розвитку. Зокрема, Т.В. Гордієнко [4] розуміє під цим поняттям виявлення кризових ознак на кожній стадії існування економічної системи. О. Павлов [12] наголошує на необхідності використання факторів кризи для наступного розвитку підприємства. Т.Б. Хлевицька [16] зазначає, що механізм антикризового управління спрямований запобіганню деструктивному впливу небезпек і загроз. Серед тих, хто досліджував стратегії стійкого розвитку, слід відзначити роботи В.М. Трегубчука [14, с. 32] та Л.А. Костирко [9], присвячені методичним основам забезпечення стійкого розвитку, І.В. Грановської [5] та Т.М. Одинцової [11], чії праці досліджують взаємозв'язки стратегій стійкого розвитку і фінансових рішень та багатьох інших. При цьому малодослідженою залишається науково-практична проблема взаємозв'язків антикризового управління із стратегією стійкого розвитку підприємства. Існуючі дослідження присвячені переважно питанням розробки стратегій антикризового управління на різних стадіях кризи підприємства та особливостей їх практичного втілення. Однак недослідженими залишаються питання використання наявного потенціалу антикризового управління шляхом його

зосередження на забезпеченні стійкого розвитку підприємства.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Аналіз сучасної економічної ситуації в Україні свідчить про збільшення частоти виникнення кризових ситуацій на підприємствах та їх значних дестабілізуючих наслідках. Однак досі не були побудовані економічні механізми швидкого і гнучкого реагування на диспропорції та кризові тенденції, які разом зі стратегічно виправданими управлінськими рішеннями становили б головні складові політики стійкого розвитку компанії. Тому сьогодні надзвичайно важливо досліджувати шляхи виживання підприємств в умовах економічної кризи та механізми відновлення дисбалансу.

**Мета статті** полягає у дослідженні взаємозв'язку принципів стійкого розвитку та засад антикризового управління.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Під поняттям «стійкий розвиток» розуміють такий тип розвитку, який забезпечує задоволення потреб нинішнього покоління без завдання шкоди наступним. Відповідно, стійкий розвиток – це не досягнення короточасної гармонії, а ціла низка поступових змін, за яких використання усіх видів ресурсів (природного, людського, фінансового тощо) націлене на задоволення теперішніх і майбутніх потреб суспільства [1]. При застосуванні даної концепції на мікрорівні, стосовно окремого підприємства, її слід тлумачити як економічне зростання, що задовольняє не лише економічні інтереси самого підприємства, а й потреби суспільства, соціальні та екологічні аспекти його існування в поточний період часу та у перспективі.

У розрізі антикризового управління поняття стійкості помилково ототожнюють зі стабільністю. Варто зазначити, що стабільність не є протиположною кризі, оскільки являє собою нездатність до змін. Водночас стійкий розвиток передбачає здатність суб'єкта господарювання до змін. При цьому раціональним видається підхід, коли будь-який процес управління за своєю сутністю має бути антикризовим, тобто включати заходи по-

передньої діагностики. Основні теоретичні підходи до визначення антикризового управління подано у табл. 1.

Беручи до уваги наведені погляди вчених на сутність антикризового управління, можемо зробити висновок, що воно включає ряд взаємодоповнюючих елементів, які у свою чергу є складовими стійкого розвитку.

Таким чином, поняття антикризового управління та стійкого розвитку нерозривно пов'язані. Щоб упевнитися у цьому, розглянемо роль та місце антикризових заходів у загальній системі управління.

Як можемо бачити на рис. 1, антикризова спрямованість політики підприємств основана на додержанні принципів стійкого розвитку, а проактивне визначення потенційних ризиків дозволяє попередити виникнення криз.

Ризик виникнення кризи – це можливість виникнення ситуації, за якої засоби досягнення цілей втрачають свою практичну значущість. У загальному вигляді, як можемо бачити на рис. 2, вирізня-

ють три типи ризику: допустимий, критичний та катастрофічний.

Застосувавши дану класифікацію з урахуванням аспектів стійкого розвитку, можна зазначити наступне: допустимий ризик означає відповідність ключових показників стійкого



Рис. 1. Антикризові заходи у загальній системі управління

Джерело: розробка авторів

Таблиця 1

Теоретичні підходи до визначення антикризового управління

Автор	Суть	Зв'язок зі стійким розвитком
Чернявський А.Д. [17]	Сукупність дій для усунення кризи на підприємстві, зокрема: моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища, організація стратегічного планування, розробка заходів щодо зниження вразливості підприємства, виявлення можливих загроз та ознак кризи.	<b>Економічний аспект:</b> скорочення поточних витрат, створення фінансових резервів. <b>Екологічний аспект:</b> запобігання аварій, екологічних загроз та природних катаклізмів. <b>Соціальний аспект:</b> активна інноваційна політика та трансформація організаційних форм управління.
Терлецька Ю.О. [13]	Управління, що відбувається переважно за рахунок методів фінансового оздоровлення, які залежать від глибини фінансової кризи.	<b>Економічний аспект:</b> створення стабільної фінансової бази, проведення заходів з метою поліпшення фінансового стану.
Масенко Б.П., Афонченкова Т.М. [10]	Сукупність ряду підсистем: інвестиційної політики маркетингу, організації та ліквідації підприємства, виробничого менеджменту.	<b>Економічний аспект:</b> діагностика фінансового стану й оцінки перспективи розвитку бізнесу <b>Соціальний аспект:</b> управління персоналом
Коротков Е.М. [8]	Поєднання механізмів попередження кризи на підприємстві та механізмів усунення наслідків кризи.	<b>Економічний аспект:</b> інвестиційна політика та санація, управління ризиками, контролінг.
Павлов О.В. [12]	Сукупність принципів, законів та процедур, покликаних забезпечити прийняття та реалізацію управлінських рішень щодо можливості настання кризи, заходів для зниження її негативних наслідків.	<b>Економічний аспект:</b> активна державна підтримка компаній, що перебувають у кризовому стані.
Гордієнко Т.В. [4]	Система управління економічними відносинами спрямована на впровадження заходів та методів запобігання або усунення кризових явищ	<b>Економічний аспект:</b> система індикаторів, що характеризують стан фінансово-господарської діяльності. <b>Соціальний аспект:</b> врахування інтересів стейкхолдерів (власників, податківців, кредиторів, інвесторів та ін.).
Щербань І.О. [18]	Багатокомпонентна система, орієнтована на запобігання можливих кризових явищ та усунення несприятливого впливу зовнішнього і внутрішнього середовища.	<b>Економічний аспект:</b> конкурентні переваги підприємства завдяки власним ресурсам.
Хлевицька Т.Б. [16]	Сукупність правил, процедур, методів, моделей, важелів і форм управління процесами запобігання, профілактики, подолання кризи	<b>Економічний аспект:</b> заходи щодо збереження стабільності функціонування економічної системи. <b>Екологічний аспект:</b> формування різномірних систем запобігання виникненню екологічних небезпек і загроз.

Джерело: складено авторами

розвитку на належному рівні; критичний – на рівні передкризової чи кризової ситуації; катастрофічний – на рівні поза межами врегулювання.

Зрозуміло, що в умовах постійних змін бізнес-середовища, нестабільної політичної ситуації, несприятливого ринкового середовища існує необхідність застосування антикризових підходів

Таблиця 2

### Приклади успішних виходів з економічних криз окремих компаній

Назва кризи	Роки	Характеристика кризи	Компанія	Результат виходу з кризи	Дії та узгодженість з аспектами стійкого розвитку
«Чорний понеділок», біржова криза	1987–1991	У жовтні 1987 р. У США відбулося значне падіння промислового індексу Доу-Джонса, інфляція, слабке зростання ВВП і дефіцит бюджету. Протягом періоду 1990–1991 років спостерігалася економічна рецесія. У цей період значно зросла ціна на нафту, спостерігалася нестабільність фінансового сектору.	Argrow (всесвітньо відомий дистриб'ютор)	Політика реструктуризації дозволила у 1991 році дозволити збільшити вартість бізнесу у 6 разів.	Завдяки продажу непрофільного бізнесу та купівлі споріднених вдалося досягти синергетичного ефекту (економічний аспект), а також погашенню боргу по виплаті дивідендів за рахунок росту ціни акцій (соціальний аспект).
			BestBuy (супермаркети електроніки)	З 1990 по 1993 рік змогла збільшити капіталізацію у п'ять разів.	Було здійснено програми покращення обслуговування клієнтів та запроваджено програми гарантійного обслуговування для підвищення лояльності клієнтів (соціальний аспект), скорочено асортимент та оптимізовано запаси (економічний аспект).
Азіатська криза	1997	Відбулося падіння азіатського фондового ринку: іноземні інвестори вийшли із країн Південно-Східної Азії через девальвацію національних валют та високий рівень дефіциту платіжного балансу країн регіону.	Samsung Electronics	Після кризи компанія змогла стати одним зі світових лідерів з виготовлення електроніки.	Компанія у час кризи не скоротила витрати на інновації (економічний, соціальний та екологічний аспекти). Крім того, організація логістики за принципом «just-in-time» дозволила вивільнити грошові кошти та вдвічі зменшити товарні запаси (економічний аспект).
			San Miguel (філіпінська компанія яка спеціалізується на виготовленні продуктів харчування, напоїв та інших товарів)	За 1998–1999 роки збільшила вартість на 40%, оптимізувавши операції та покращивши управління капіталом.	Компанія здійснила ряд угод зі злиття та поглинання підприємств харчової галузі, перенесла частину промислових потужностей у Китай, покинула збитковий альянси, почала виробляти пакувальні матеріали для сторонніх організацій, переглянула маркетингову політику (економічний та екологічний аспекти), також акцентувала увагу споживачів на брендівих продуктах (соціальний аспект).
Російська криза	1998–1999	Дефолт у Росії через непомірний державний борг Росії, низькі світові ціни на нафту та газ, неоплачені державні короткострокові облигації.	Коркунов (кондитерська компанія)	У 1998 році компанія увійшла у сегмент дорогого шоколаду, зайнявши 57% ринку	Було здійснено вихід на новий сегмент ринку (люксовий шоколад), який вважався конкурентами безперспективним. Відсутність конкурентів та зниження цін на рекламу дозволили зайняти компанії свою нішу та здійснювати розвиток бренду (економічний та соціальний аспект).
Криза.com	2001–2003	Крах інтернет компанії через завищений рівень інвестицій у компанії ІТ-сектора.	Amazon.com	Акції компанії зросли з 8 до 40 дол.	Компанія не стала виплачувати дивіденди у 2003 році, як і в попередні роки. Керівництво компанії витрачає гроші на розширення діяльності. Замість дивідендів акціонери компанії отримують компенсацію у вигляді зростаючого курсу акцій.
Міжнародна фінансово-економічна криза	2007–2009	Почалася як іпотечна криза у США, що призвела до обвалу на фондових ринках, набувши світового характеру.	Subaru	Зростання продажів на 107% у часи кризи.	В сегменті автомобілебудування, особливо що стосується лінійки легкових авто, протягом кризи 2008–2009 років спостерігалася падіння продажів більшості марок. Попри це правильне позиціонування (пільгові умови купівлі авто, розширення модельного ряду та політика продажів (налагодження ефективної дилерської мережі) дозволили компанії задовольнити нові потреби споживачів.

Джерело: складено авторами на основі [2], [3] [6], [7], [15]



Рис. 2. Рівні ризиків виникнення кризи на підприємстві

Джерело: розробка авторів

та методів управління. Проте першочерговим є стратегічне забезпечення стійкого розвитку, що потребує чіткого розрізнення етапів і завдань формування відповідної стратегії.

Масштаби підприємства визначають масштаби проблем, які воно у змозі вирішити. Основна задача – вирішення проблем та їх трансформація у нові можливості. Криза являє собою зміни переломного типу. При цьому важливо, що у періоди криз ті компанії, які швидше змогли пристосуватися до таких змін, починають стрімко розвиватися.

Щоб зрозуміти алгоритм дій компанії щодо запобіжних заходів або (якщо не вдалося вчасно ідентифікувати загрози) швидкої реакції на кризу, що вже настала, розглянемо як у часи глобальних економічних потрясінь окремі компанії змогли зайняти лідируючі позиції на ринку або повернути їх (табл. 2).

Як бачимо з таблиці 2, звуження ринку як неминуча реакція на кризу призводить до різних наслідків для різних компаній: слабкі залишають ринок, сильні намагаються зміцнити свої позиції. Елітарна група компаній («таємні чемпіони») реагують на кризові ситуації виважено, оскільки мають стабільне фінансування. Водночас «адаптивний» підхід ефективний тільки у разі повільного темпу змін. У випадку кризової ситуації потрібно передбачати майбутні зміни та випереджати їх.

Збалансований підхід, продемонстрований у вищевведених прикладах виходу з кризи, побудований на принципах стійкого розвитку, відрізняється від традиційних тим, що передбачає раціональне використання усіх видів ресурсів за умов поступового переходу на більш екологічні технології та мінімізацію відходів. Тому перехід до екологічно збалансованого економічного розвитку при впро-

вадженні інноваційних технологій та соціально направлених ініціатив є необхідною умовою.

Отже, компанії з високим рівнем інтеграції легше подолати кризову ситуацію. Виходячи з принципу того, що кризу краще попередити, аніж ліквідувати її наслідки, політика сучасного бізнесу сьогодні включає наступні кроки: зниження рівня диспропорцій (придільлення більшої уваги лише одному аспекту стійкого розвитку); співвідношення темпів споживання ресурсів і їх відновлення або поновлюваних змін (для неповнолюваних); підвищення рівня впровадження інновацій; зростання рівня соціальної та екологічної відповідальності компанії.

**Висновки і пропозиції.** В сучасних умовах ринкової економіки підприємства стикаються з високим ступенем невизначеності економічного середовища, що змушує їх динамічно пристосовуватися до змін. Сучасні теоретичні та методологічні напрацювання у галузі антикризового управління підприємством надають можливість оцінити вірогідність настання кризових ситуацій, розробити, впровадити та реалізувати програми запобігання і усунення негативних наслідків криз, забезпечити стійкий розвиток. Під формуванням механізму стійкого розвитку розуміється нерозривний складовий елемент системи управління підприємством, покликаний забезпечувати динамічну рівновагу.

В умовах загрози економічних криз найоптимальнішою є стратегія випередження, оскільки готовність виявлення проблеми перетворює потенційні загрози на рутинні задачі. Однак застосування такої стратегії можливо за умов відповідності положень антикризового управління принципам стійкого розвитку та відсутності розбалансованості.

## Список літератури:

1. Brundtland H. (1987), «Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development». – Oxford: Oxford University Press – 512 p.
2. Terry R. Bacon What People Want: A Manager's Guide to Building Relationships That Work / Terry R. Bacon. – 2006. – 264 с.
3. Бала В.В. Інноваційність мотиваційних процесів на промислових підприємствах / Інноваційна модель сталого розвитку: колективна монографія / В.В. Бала, А.Г. Мацак // За заг. ред. д.е.н., проф. О.І. Маслак. – Кременчук: Видавництво ПП Щербатих О.В., 2015. – 252 с. – С. 160-177.
4. Гордієнко Т.В. Антикризовий механізм управління результативністю діяльності будівельного підприємства [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/kgm\\_econ/2012\\_102/178-187.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/kgm_econ/2012_102/178-187.pdf)
5. Грановская И.В. Международные стандарты отчетности социальной ответственности бизнеса / Экономический вестник университета: сб. науч. тр. ученых и аспирантов. – 2012. – Вып. 19/1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/evu/2012\\_19\\_1/Granovsk.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2012_19_1/Granovsk.pdf)



6. Загірняк М.В. Економіка підприємства: магістерський курс. Підручник. Частина II / Загірняк М.В., Перерва П.Г., Труніна І.М., Воробйова Л.Д., Квятковська Л.А., Пирогов Д.Л., Косенко О.П., Маслак М.В., Лозовик Д.Б., Коробкова І.В.; за ред. проф. Загірняка М.В., Перерви П.Г., Маслака О.І. – Кременчук: ТОВ «Кременчуцька міська друкарня», 2015 – 756 с.
7. Карвацка Н.С. Світові економічні кризи: причини виникнення, наслідки, інструментарій розв'язку [Текст] / Н.С. Карвацка // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – № 2, т. 2. – С. 53-61.
8. Коротков Э.М. Антикризисное управление: [учеб. пособ.] / Э.М. Коротков. – М.: ИНФРА – М., 2003. – 432 с.
9. Костырко Л.А. Финансовый механизм устойчивого развития предприятий: стратегические ориентиры, системы обеспечения, адаптация: Монография / Л.А. Костырко. – Луганск: Изд-во «Ноулидж», 2012. – 474 с.
10. Масенко Б.П., Афонченкова Т.М. Антикризисное управление: Навч. посіб. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 264 с. – С. 11.
11. Одинцова Т.Н. Обеспечение прозрачности корпоративной отчетности как элемент модернизации мировой финансовой архитектуры / Сборник научных трудов Национального университета Государственной налоговой службы Украины. – 2010. – № 2. – С. 156-166.
12. Павлов О. Антикризисні механізми державного регулювання соціально-економічного розвитку [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nvamu\\_uprav1/2010\\_4/44.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_uprav1/2010_4/44.pdf)
13. Терлецька Юлія Олегівна Формування та впровадження ефективної системи антикризисного менеджменту на підприємствах [Текст]: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Терлецька Юлія Олегівна; Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. – Чернівці, 2008. – 256 арк.
14. Трегобчук В.М. Концепция устойчивого развития для Украины / В.М. Трегобчук // Вестник НАН Украины. – 2002. – № 2.
15. Финкельштейн С. Ошибки топ-менеджеров ведущих корпораций: анализ и практические выводы / Сидни Финкельштейн; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 394 с.
16. Хлевицька Т.Б. Механізми антикризисного управління в системі економічної безпеки підприємства / Т.Б. Хлевицька // Торгівля і ринок України: тематичний збірник наукових праць. – Донецьк: ДонНУЕТ. – 2008. – Вип. 26, Т. 1. – С. 313-318.
17. Чернявський А.Д. Антикризисное управление підприємством / А.Д. Чернявський. – К.: МАУП, 2006. – 256 с.
18. Щербань І.О. Формування механізму антикризисного управління посередницьких туристичних підприємств / І.О. Щербань // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2010. – Вип. 2(50) [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Chem\\_Biol/Vnugp/ekon/2010\\_2/index.htm](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vnugp/ekon/2010_2/index.htm)

**Маслак О.І., Яковенко Я.Ю.**

Кременчугський національний університет  
імені Михайла Остроградського

**Сокуренько П.І.**

Кременчугський інститут  
ВУЗ «Університет імені Альфреда Нобеля»

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ

### Аннотация

Данная статья посвящена актуальному вопросу обеспечения устойчивого развития предприятия в условиях неопределенности, которая приводит к возникновению рискованных ситуаций в деятельности компаний. Особое внимание уделено неразрывности понятий антикризисного управления и устойчивого развития. В статье акцентировано внимание на соблюдении принципов устойчивого развития как важной составляющей современного управления предприятием. В результате исследования были выделены примеры успешных выходов из экономических кризисов отдельных компаний. Отмечается, что в случае возникновения кризисных ситуаций для предприятий важно диагностировать момент потери устойчивости и сохранять стабильно эффективную деятельность, а также сдерживать, преодолевать и контролировать кризисные явления, руководствуясь принципами устойчивого развития.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, устойчивость предприятия, антикризисное управление, управление устойчивым развитием, неопределенность экономической среды.

**Maslak O.I., Yakovenko Ya.Yu.**

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

**Sokurenko P.I.**

Kremenchug Institute of Alfred Nobel University

## THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE UNDER THE CONDITIONS OF UNCERTAINTY OF THE ECONOMIC ENVIRONMENT

### Summary

This article focuses on the actual problem of providing sustainability for enterprises in the conditions of uncertainty, which leads to risky situations. Particular attention is paid to the continuity of concepts of crisis management and sustainable development. The article attention is stressed on respect for the principles of sustainable development as an important component of modern management. The study singled out examples of successful exits from economic crises of some companies. It is noted on the fact that in case of crisis it is important for companies to diagnose the time of buckling and maintain a stable effective activity, and restrain, control and overcome the crisis, being guided by the principles of sustainable development.

**Keywords:** sustainable development, sustainability of the enterprise, crisis management, sustainable management, the uncertainty of the economic environment.

УДК 336.71.330.142.22

## УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ КАПІТАЛУ БАНКУ

**Масюк Ю.В., Самойленко І.О.**

Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

Стаття присвячена аналізу особливостей структури банківського капіталу та специфіці його формування. Акцентовано увагу на управлінні структурою банківським капіталом в умовах розвитку банківської системи України. Досліджено склад основного і додаткового капіталів банків. Проаналізовано структуру капіталів провідних українських банків станом на 2015 р. Визначено питому вагу власного капіталу в структурі сукупних капіталів комерційних банків.

**Ключові слова:** управління капіталом, власний капітал банку, основний капітал, додатковий капітал, субординований борг.

**Постановка проблеми.** Банківська система є найважливішою складовою фінансово-кредитної сфери державної економіки. Розвиток банківської системи є запорукою розвитку державної ринкової економіки тому, що банківська система є основою для забезпечення стабільної і безперебійної роботи народного господарства.

Кожен банк, який виступає в ролі суб'єкта господарювання банківської системи повинен бути конкурентоспроможним, надійним, та бути здатним до підтримки подальшого розвитку своєї діяльності. Перш за все у період нестабільної фінансової ситуації країни кожен окремий банк повинен забезпечити стабільну діяльність, прибутковість, та при цьому мати високу степінь довіри від клієнтів, а також впевненість кредиторів у фінансовій стійкості банку. Прийнято вважати, що головним показником стійкості є власний капітал банку, також він може свідчити про здатність до майбутнього розвитку.

Необхідно розуміти, що процес управління структурою капіталом банку слід розглядати як процеси: формування, використання, примноження капіталу банку, які мають вплив на фінансову стабільність в країні. Актуальність

проведення дослідження складових капіталу комерційних банків обумовлюється тим, що вони впливають на результати фінансової діяльності, а також на відношення до неї власників, інвесторів, кредиторів, конкурентів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням структури капіталу займалися багато вчених серед яких такі видатні іноземні вчені, як Е. Гілл, Б. Едрадс, Дж. Едвін, Дж. Розмарі Кемпбелл, Е. Рід, Р. Котлер, Ж. Рнвуар, Г. Асхауер, Б. Бухвальд, П. Роуза. Але слід зауважити, що вчення не вітчизняних вчених важко примінити до сучасної банківської системи України, причиною є те, що більша частина висновків, які зроблені цими науковцями, економістами не співпадають з умовами діяльності комерційних банків України.

Головні проблеми даної теми досліджували і вітчизняні економісти та науковці: О.Д. Василик, О.В. Васюренко, А.С. Гальчинський, О.В. Дзюблюк, Т.Т. Ковальчук, А.М. Мороз, С.В. Мочерний, Д.В. Полозенко, М.І. Савлук. В розглянутих наукових роботах досліджені, передусім, проблеми капіталізації банківської системи України та пошуку можливостей її розв'язання, вивчен-

ня проблематики економічного змісту капіталу і не відображають в собі однозначної та повної відповіді на питання, які стосуються досконалої структури капіталу комерційних банків.

Важливо, щоб при проведенні дослідження структури банківського капіталу бралась до уваги не лише специфіка різних елементів банківського капіталу, та їх взаємозв'язки та взаємодія між собою. Дивлячись на наукові праці сьогодення, бачимо, що наукових праць, які б досліджували в комплексі економічну сутність капіталу банку, структуру позикового та власного капіталу банку, залучення депозитних і позикових коштів недостатньо.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Не дивлячись на значну увагу видатних вчених до проблеми управління структурою капіталу банку у реальній практиці досі присутні певні проблеми, які не дають банкам в достатньому обсязі розширити свою діяльність і знизити ризики.

**Постановка завдання.** Визначити мету управління структурою капіталу банків, складу капіталу, і дослідити структуру капіталу комерційних банків.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** При дослідженні особливостей управління, а на самперед формування, використання і нарощування капіталу Українськими банками, слід діяти відповідно до основних етапів розвитку та становлення української банківської системи, механізмів і заходів, які притаманні певному етапі розвитку банківського сектору.

Управління капіталом – це діяльність, яка відповідає за залучення грошових коштів від вкладників та інших кредиторів, визначення необхідного розміру і відповідної структури джерел із яких будуть залучені грошові кошти а також їх розміщення.

Існує два рівні управління ресурсами комерційного банку:

1. державний рівень (управління здійснюється через НБУ з використанням різних фінансових інструментів);

2. рівень комерційного банку (виконання вимог НБУ щодо нормативів) [5, с. 184-189].

Механізм управління структурою капіталу банків може бути визначено, як сукупність методів, інструментів управління та регулятивних правил, які використовуються суб'єктами в управлінському процесі і спрямовуються на забезпечення капіталізації банку в цілому. Для того, щоб чітко розподілити функціональні обов'язки суб'єктів управління а також методи якими вони будуть управляти капіталом банків необхідно виділити в механізмі управління структурою капіталом банків відповідні блоки та елементи. Всі блоки такого механізму складаються з окремих елементів, які, у свою чергу, підпорядковані йому та визначають зміст кожного окремого блоку.

Головною метою управління структурою банківського капіталу є залучення та підтримка в достатній кількості капіталу для того, щоб банківська установа мала можливість розширити діяльність та мати захист від ризиків. Масштаби активних банківських операцій, обсяг депозитної бази, максимальні кредити, спроможність залучення на фінансових ринках коштів, величина

відкритості валютної позиції і низка інших показників, що мають вагомий вплив на діяльність банку визначаються величиною його капіталу.

Вироблення стратегії та планування являються початком процесу управління, вони є фундаментом для стабільності у банківській діяльності та для мобілізації капіталу при умові швидкоплинного становища фінансового ринку. Це пошук рівноваги між банківськими силами і зовнішнім середовищем. Уміння стратегічно планувати значно понижують ризики, та слугують стабільному росту бізнесу у банківській сфері.

Власний капітал банку – це спеціально створені фонди і резерви, призначені для забезпечення його економічної стабільності та погашення можливих збитків, які перебувають у користуванні банку впродовж усього періоду його функціонування [5, с. 184-189].

Для того щоб управління власним капіталом було ефективним банки повинні визначати шляхи для його нарощення. Для нарощення капіталу використовують внутрішні та зовнішні джерела фінансування [2, с. 98]. Але за умов нестабільності в країні у більшості банків недостатньо прибутків, і на даному етапі постає вибір джерела фінансування. Перш за все слід звертати увагу на специфіку банківської установи, її фінансовий стан. Проте для більшості банків України вирішенням даної проблеми стає примноження власного капіталу за допомогою залучення інвестицій до статутного капіталу або запозичення коштів на умовах субординованого боргу.

До банківського капіталу входять два рівні: основний (капітал першого рівня) та додатковий (капітал другого рівня). Беручи за основу основний та додатковий капітал розраховують регуляторний капітал банку.

Найстабільнішою частиною власного капіталу банку є основний капітал, він включає такі складники:

а) фактично сплачений зареєстрований статутний капітал;

б) розкриті резерви, створені або збільшені за рахунок нерозподіленого прибутку (резерви, оприлюднені банком у фінансовій звітності), зокрема такі:

1) дивіденди, спрямовані на збільшення статутного капіталу;

2) емісійні різниці – сума перевищення доходів, отриманих від первинної емісії власних акцій та інших корпоративних прав, над їхнім номіналом;

3) резервні фонди, що створюються згідно із законами України;

4) загальні резерви, що створюється під невизначений ризик під час проведення банківських операцій;

5) прибуток попередніх років;

6) прибуток попередніх років, що очікує затвердження [6, с. 234-238].

Ці складові можуть включатись до основного капіталу лише при погодженні з критеріями: відрахування до резервів і фондів здійснюється з прибутку після сплати податків або з неоподаткованого прибутку, який скориговано на всі необхідні податкові зобов'язання; в оприлюднених звітах банку відображено для чого необхідні резерви і фонди та рух коштів за ними; фонди

які знаходяться під контролем банку для необмеженого і швидкого покриття ними збитків; при покритті всіх збитків з резервів та фондів операції обов'язково проводяться через бухгалтерські рахунки прибутків і збитків.

Загальну суму основного капіталу знаходять враховуючи величину можливих збитків за невиконаними зобов'язаннями контрагентів і зменшують на суми:

- недосформованих резервів під можливі збитки за: кредитними операціями; операціями з цінними паперами; дебіторською заборгованістю; простроченими (понад 30 днів) та сумнівними до отримання нарахованими доходами за активними операціями банку; коштами, розміщеними на кореспондентських рахунках у банках, які визнано банкрутами, які перебувають в процесі ліквідації за рішенням уповноважених органів або зареєстровано в офшорних зонах;

- нематеріальних активів за мінусом суми зношеності;

- капітальних вкладень у нематеріальні активи;
- збитків попередніх років і поточного року [6, с. 236].

Не постійною складовою капіталу являється додатковий капітал, його вартість може змінюватися. Складові додаткового капіталу в Україні регулює Національний банк України, він визначає та затверджує список складових для включення до додаткового капіталу, а також умови та порядок такого включення. За умови затвердження НБУ додатковий капітал банку може включати:

- резерви під стандартну заборгованість інших банків;

- резерви під стандартну заборгованість клієнтів за кредитними операціями;

- результат переоцінки статутного капіталу з урахуванням індексу девальвації чи ревальвації гривні;

- результат переоцінки основних засобів;

- прибуток поточного року;
- субординований борг, прирівняний до капіталу [6, с. 237].

До субординованого капіталу входять кошти, які залучені від юридичних осіб (резидентів і нерезидентів) в національній та іноземній валюті на умовах субординованого боргу. Отже, субординованим боргом є звичайні незабезпечені капітальні боргові інструменти, їх не можна вилучити з банку раніше, чим через п'ять років, а якщо банк збанкрутував або ліквідується, грошові кошти інвестору повернуться після повернення боргу усім іншим кредиторам.

Кошти, залучені на умовах субординованого боргу, включають до капіталу банку після отримання дозволу НБУ за їх відповідності критеріям:

- є незабезпеченими, субординованими і повністю сплаченими;

- не можуть погашатися з ініціативи власника;
- можуть вільно використовуватися для покриття збитків без пред'явлення банку вимоги про припинення торговельних операцій;

- можливість відстрочення виплат за відсотками, якщо недостатній рівень прибутковості банку не дозволяє здійснити такі виплатичасно [4, с. 333-337].

Для капіталу другого рівня існують обмеження, так його величина не може перевищувати,

ніж 100% основного капіталу, а субординований капітал не може бути більший за 50% основного капіталу.

Регулятивний капітал визначають як суму основного і додаткового капіталу (за мінусом балансової вартості частки активів) та використовується для розрахунку достатності банківського капіталу в цілому [3, с. 164-169.].

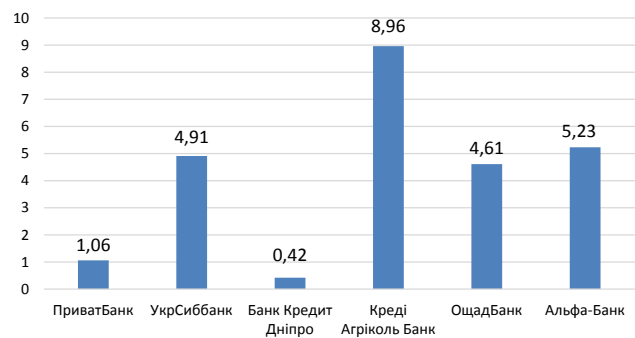
Розглянемо структуру капіталів комерційних банків в таблиці 1.

Таблиця 1  
**Капітал комерційних банків України  
станом на 2015 р., тис. грн.**

Банки	Власний капітал	Зобов'язання	Всього капіталу
ПриватБанк	27510	231101	2586111
УкрСиббанк	1869045	36215229	38084274
Банк Кредит Дніпро	31795	7503617	7535412
Креді Агріколь Банк	2082432	21156084	23238516
Державний Ощадний банк України	7340404	151792607	159133011
Альфа-Банк	2254108	43128124	43128124

В розглянутих комерційних банках найбільші суми мають зобов'язання, тому що банки формують ресурси які необхідні їм зверх власного капіталу для здійснення нормальної діяльності, забезпечення ліквідності та одержання доходу. На основі даної таблиці побудуємо діаграму в якій розглянемо частку власного капіталу в структурі капіталів банків.

З рис. 1 бачимо, що кожен банк самостійно визначає частку власного капіталу у валюті балансу, головною проблемою планування капіталу банку є вибір значення співвідношення між власним капіталом та зобов'язаннями. З одного боку, чим більше це співвідношення, тим вищий рівень надійності банку. З іншого, чим більша частка зобов'язань у загальній сумі ресурсів банку, тим буде вищою прибутковість капіталу. Розмір власного капіталу вказує на надійність функціонування банку, тому повинен бути приблизно в межах 8-10%, а серед досліджених нами комерційних банків такий показник має лише один банк – Креді Агріколь Банк. Однією з вимог, яку висуває НБУ до комерційних банків, є підвищення рівня капіталізації, який сприяє збільшенню рівня фінансової стабільності і надійності банківської системи України в цілому [1].



**Рис. 1. Частка власного капіталу  
в структурі сукупних капіталів комерційних банків  
станом на 2015 р., %**



**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, на нашу думку головною метою процесу управління структурою банківського капіталу є залучення та підтримка необхідної кількості капіталу для того, щоб кожен банк міг розширювати діяльність та створити захист від ризиків. Від величини капіталу залежать кількості активних банківських операцій, обсяг бази для депозитної діяльності, можливість запозичення коштів на фінансових ринках, максимальні кредитні розміри, степінь відкритості валютної позиції і низка інших показників, що можуть істотно впливати на банківську діяльність.

До банківського капіталу входять основний (капітал першого рівня) і додатковий (капітал другого рівня) капітали. На основі цих показників розраховують регуляторний капітал банку.

Складові основного капіталу:

а) фактично сплачений зареєстрований статутний капітал;

б) розкриті резерви, створені або збільшені за рахунок нерозподіленого прибутку.

До додаткового капіталу банку включають: резерви під стандартну заборгованість інших банків, резерви під стандартну заборгованість клієнтів за кредитними операціями банків, результат переоцінки статутного капіталу з урахуванням індексу девальвації чи ревальвації гривні, результат переоцінки основних засобів, прибуток поточного року, субординований борг.

Капітал комерційних банків складається із власного капіталу і зобов'язань. Співвідношення між власним капіталом і зобов'язаннями в банках різняться між собою, так як банки самостійно визначають частку власного капіталу у валюті балансу.

### Список літератури:

1. Коваленко Банківські операції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.readbookz.com](http://www.readbookz.com)
2. Ван Хорн Дж. К. Основи фінансового менеджмента / Дж. К. Ван Хорн, Джон М. Вахович. [пер. с англ.]. [11-е видання]. – К.: Видавництво «Вільямс», 2001. – 992 с.
3. Латишева І. Л. Узагальнення методичних підходів до аналізу структури капіталу / І. Л. Латишева // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2013. – № 2. – С. 169-181.
4. Ткачук Н. М. Субординований борг як зовнішнє джерело поповнення власного капіталу банку [Електронний ресурс] / Н. М. Ткачук // Університетські наукові записки. – 2006. – № 1. – С. 333-337. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap\\_2006\\_1\\_56](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap_2006_1_56)
5. Фостяк В. В. Особливості побудови механізму управління капіталом банків / В. В. Фостяк // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 2. – С. 184-189.
6. Юшко С. В., Лугова А. Критичний аналіз економічної сутності поняття «Капітал підприємства» / С. В. Юшко, А. Лугова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 36. – С. 234-238.

**Масюк Ю.В., Самойленко І.О.**

Днепропетровский государственный аграрно-экономический университет

### УПРАВЛЕНИЕ СТРУКТУРОЙ КАПИТАЛА БАНКА

#### Аннотация

Статья посвящена анализу особенностей структуры банковского капитала и особенности его формирования. Акцентировано внимание на управлении банковским капиталом в условиях развития банковской системы Украины. Исследован состав основного и дополнительного капиталов банков. Проанализирована структура капиталов ведущих украинских банков в 2015 г. Определен удельный вес собственного капитала в структуре совокупных капиталов коммерческих банков.

**Ключевые слова:** управление капиталом, собственный капитал банка, основной капитал, дополнительный капитал, субординированный долг.

**Masiuk Y.V., Samoilenko I.O.**

Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University

### CORPORATE GOVERNANCE OF BANK EQUITY

#### Summary

The article is concerned with analysis of the Bank capital's structural features and specific nature of its formation. Attention is focused on the Bank capital management in the conditions of Ukraine's banking systems development. Explored the structure of basic bank capital and supplementary bank capital. Analysed the structure of capitals of leading Ukrainian banks as of 2015. Defined proportion of equity in the structure of the total capitals of commercial banks.

**Keywords:** capital management, bank stock, fixed capital, additional capital, Subordinated Debt.

УДК 330.112.2:332.154

## ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ, ПОЛЬЩІ ТА НОРВЕГІЇ

Налобіна Т.А.

Луганський національний аграрний університет

В статті було розглянуто загальну характеристику країни-члену ЄС (Польща), країни, що не входить до ЄС (Норвегія) та України. Визначено та проаналізовано основні макроекономічні показники цих країн за 2016 рік. Розкрито умови та підходи до організації ведення бізнесу. Розглянуто важливі аспекти реєстрації підприємств, отримання дозволу на будівництво та реєстрації власності. З'ясовано питання правил користування кредитуванням та особливості захисту інвесторів. Проаналізовано систему оподаткування, політику міжнародної торгівлі, найму робочої сили, окреслено інформацію про умови ліквідації підприємства.

**Ключові слова:** бізнес, ведення бізнесу, підприємницька діяльність, макроекономічні показники, експорт, імпорт, ВВП, безробіття, зайнятість, Євросоюз.

**Постановка проблеми.** Умови ведення бізнесу в Україні, як і раніше, залишають бажати кращого. За даними «Європейської бізнес асоціації» інвестиційний клімат в нашій країні погіршився. На сьогоднішній день безліч людей стикаються з проблемою безробіття та пошуком роботи закордоном. У зв'язку зі складним економічним станом в Україні люди працездатного віку шукають способи заробітку у створенні власного бізнесу як у межах нашої держави, так і за її межами. У той же час основними цілями економічної політики України, є досягнення економічного зростання і повної зайнятості, підвищення життєвого рівня більшості населення, підтримка курсу національної валюти, зовнішньоекономічна рівновага тощо. Задля досягнення цих цілей необхідно проаналізувати та знайти шляхи покращення умов для створення та ведення бізнесу в Україні.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженням питань організації ведення бізнесу займалися українські вчені такі як І. Беззуб, О. Єфімова, А. Іванова, М. Шевченко, В. Філонич, Л. Сисоєва, Т. Шевцова та інші.

**Метою статті** є узагальнена характеристика підходів до організації ведення бізнесу в країні-члені Євросоюзу, країні, яка не входить до Євросоюзу та в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** В наш час створення та ведення бізнесу та подальший його розвиток та процвітання вимагає відповідних умов.

У нашій країні далеко не кожне підприємство може здійснювати роботу ефективно. Представники бізнесу шукають більш вигідних для себе умов з можливістю виходу і просування свого товару на міжнародних ринках. Одним із таких виходів є реєстрація бізнесу закордоном. Найбільш затребуваними в цьому плані є країни ЄС, зокрема, близькі – Польща, Чехія. Це економить транспортні витрати, спрощує процес взаємодії. Однак тут потрібно врахувати багато нюансів. Тому, для того, щоб більш детально зрозуміти особливості організації ведення бізнесу, розглянемо загальну характеристику трьох різних країн: нашої держави (Україна), країни-члену Євросоюзу (Польща), країни, що не входить до Євросоюзу (Норвегія), у вигляді таблиці 1.

Для України європейська інтеграція – це шлях модернізації економіки, подолання технологічної відсталості, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника, вихід на світові ринки, насамперед на ринок ЄС [9]. Тому дуже важливим, при вивченні питання організації ведення бізнесу, є також аналіз макроекономічних показників цих країн у 2016 році. Дані аналізу наведені у таблиці 2.

Як бачимо з таблиці, в Україні високі показники рівня безробіття (9,3%), інфляції (12,6%) та державного боргу (70,0%), порівнюючи з Польщею: 8,6%, 0,8% та 50,5% відповідно; та значно

Таблиця 1

Загальна характеристика України, Польщі та Норвегії

Офіційна назва	Республіка Польща	Королівство Норвегія	Україна
Столиця	Варшава	Осло	Київ
Територія	312 685 км. кв.	324 220 км. кв.	603 628 км. кв.
Населення	38 163 895 чол.	5 200 000 чол.	42 584 500 чол.
Офіційна мова	польська	норвезька	українська
Національна валюта	злотий	норвезька крона	гривня
Географічне положення	Республіка Польща розміщена в центрі Європи. Омивається на півночі Балтійським морем. Має сухопутний кордон з Росією, Литвою, Білорусією, Україною, Словаччиною, Чехією та Німеччиною.	Розміщена в Північній Європі, в західній частині Скандинавського півострова, включає архіпелаг Шпіцберген та острови Ян Майєн, Петра Першого, Буве та Землю Королеви Мод. Омивають країну Баренцево, Норвезьке та Північне моря. Межує зі Швецією, Фінляндією та Росією.	Розміщена у Східній Європі та частково в Центральній Європі, у південно-західній частині Східноєвропейської рівнини. Межує з Білорусією, Польщею, Словаччиною та Угорщиною, Румунією, Молдовою та Росією. Омивається Чорним і Азовським морями.

більші ніж у Норвегії: на 4,6%, 9,8% і 42,7% відповідно. Поступається Україна також і в структурі ВВП – 90,62 млрд. дол. США, порівнюючи з Польськими 477 млрд. дол. США та Норвезькими 387 млрд. дол. США.

Відкриваючи свій бізнес в Україні, в країнах ЄС, чи ні, новоспечений підприємець має можливість отримати безліч нових можливостей для здійснення своєї господарської діяльності.

Приймаючи рішення щодо створення нового суб'єкта господарювання перед власником постає питання щодо вибору найприйнятнішої з погляду оптимізації фінансової та інвестиційної діяльності організаційно-правової форми ведення бізнесу.

На території Польщі іноземні громадяни можуть відкривати бізнес у вигляді товариства з обмеженою відповідальністю, або закритого акціонерного товариства. Якщо частка іноземного капіталу становить більше 50% в компанії, вона вважається іноземною, і щоб вести такий бізнес потрібно спеціальний дозвіл. Це стосується наступних категорій: авіа і морські перевезення; юридичні послуги; військова справа; оптовий продаж товарів, які мають іноземне походження; нерухомість (продаж, покупка, оренда).

Документи, які потрібні для відкриття компанії: список акціонерів; сфера діяльності; місце, де буде знаходитися компанія; статут фірми; проєктний договір.

Для того, щоб відкрити бізнес в Польщі, зареєструвати компанію, потрібно призначити відповідальну особу з числа польських громадян, які будуть представляти ваші інтереси. В середньому реєстрація фірми займає близько 30 днів після подачі документів, вам потрібно буде заплатити мито близько 150 доларів. Найголовніше – будь-який співзасновник фірми має право отримати дозвіл на тимчасове проживання [13].

Для того, щоб зареєструвати компанію в Норвегії, її засновник повинен бути старше 18 років і мати так званий ідентифікаційний номер (D – Nummer). Іноземці повинні мати дозвіл на проживання в Норвегії. Однак для реєстрації компанії необхідно, щоб у неї була норвезька юридична адреса. В іншому випадку, доведеться обзавестися представником в Норвегії, який буде сплачувати податки та інші обов'язкові збори.

Найбільш поширеними в Норвегії формами суспільства являються товариство з солідарною відповідальністю і товариство з обмеженою відповідальністю. Для реєстрації підприємства в Норвегії необхідно представити цілий пакет документів: статут підприємства; дані про офісі або агента; відомості про керівництво, акціонерів,

секретаря та бухгалтера. Пізніше подається виписка з Реєстру компаній Норвегії.

У Норвегії необхідно отримати схвалення з боку влади на наступні види діяльності: сільське і лісове господарство; гірничо-промисловість; будівництво; ремонт і продаж автомобілів; готельно-ресторанні послуги; інформаційно-комунікаційні послуги; фінансові послуги та послуги в галузі страхування; управління нерухомістю; послуги в області охорони здоров'я, культури і викладацької діяльності; перукарські послуги; послуги пралень і інші побутові послуги [14].

В Україні підприємницька діяльність може здійснюватись фізичною особою – підприємцем або юридичною особою (у формах приватного підприємства, повного товариства, командитного товариства, товариства з обмеженою або додатковою відповідальністю, акціонерного товариства, тощо).

Підприємство потрапляє на облік в контролюючих структурах, а саме: в органах податкової служби, в пенсійному фонді, в фондах соціального страхування. У цих органах відтепер зберігатиметься інформація про підприємство, що дозволяє їм забезпечувати своєчасну сплату підприємством податків і зборів.

Документи, що подаються для державної реєстрації: копії паспортів, довідок про присвоєння ідентифікаційного номера засновника, директора, бухгалтера (у тому числі засновників-нерезидентів (фізичних осіб); документи, що підтверджують місцезнаходження («юридична адреса») підприємства (якщо такі є); при формуванні статутного фонду майном – перелік цього майна з вказівкою його вартості і вказівкою який засновник яке майно вносить.

Для заняття деякими видами господарської діяльності необхідно отримання спеціальних дозвільних документів – ліцензій (перевезення вантажів і пасажирів, діяльність брокерів, освітні послуги та багато іншого) або патентів (оптова та роздрібна торгівля, здійснення операцій з валютними цінностями, будівництво і ремонт житла, технічне обслуговування автомобілів, прокат транспортних засобів і т.д.) [12].

Розглянувши порядок реєстрації підприємства, необхідно звернути увагу на те, що для організації бізнесу необхідно достойне приміщення, у якому буде відбуватись вся діяльність підприємства. Згідно з законом, підписаним 19 листопада 1999 року, «Про господарську діяльність» в Польщі необхідно отримати дозвіл від Міністерства Приватизації на придбання чи оренду нерухомості. Можна дозволити у місцевого уряду на покупку нерухомості не питати, якщо (виняток –

Таблиця 2

Аналіз макроекономічних показників за 2016 рік

Показник	Значення		
	Польща	Норвегія	Україна
Експорт	15953 млн. EUR	72520 млн. NOK	3621 млн. USD
Імпорт	15802 млн. EUR	49175 млн. NOK	3857 млн. USD
Рівень інфляції	0,8%	2,8%	12,6%
Рівень безробіття	8,6%	4,7%	9,3%
Державний борг до ВВП	50,5%	27,3%	70,0%
Структура ВВП	477 млрд. USD	387 млрд. USD	90.62 млрд. USD

Джерело: <http://ru.tradingeconomics.com/>



покупка об'єкта, який розташований в прикордонних зонах і сільськогосподарських угіддях з площею більше одного га):

1) Зарубіжний підданий має право купувати об'єкти нерухомості, які стоять окремо (це не відноситься до гаражів і інших приміщень, що не є складовими частинами житлового приміщення, а також інших нежитлових приміщень);

2) Іноземний громадянин прожив в цій країні більше п'яти років з того дня, як отримав ВНЖ в Польщі, він має право купувати нерухомість.

У цій країні, як і в інших європейських країнах, діє система обов'язкового страхування вашого житла (квартири або будинку), а також оплати послуг нотаріуса в період оформлення даної угоди [19].

Що стосується Норвегії, то в цій країні для укладення договору на придбання нерухомості зовсім не потрібно дотримуватися ніяких формальностей. Потрібно тільки підписати сам договір або ж укласти усну угоду. Як правило, подібна угода відбувається за участі не тільки агентства, але й адвоката: один – з боку покупця, інший – з боку продавця.

Вся норвезька нерухомість підлягає реєстрації в центральному реєстрі (велика база даних про власників об'єктів). Реєстрація відбувається не пізніше, ніж на наступний день після укладення угоди [18].

В Україні процедура отримання дозвільних документів значно змінилася з прийняттям 17 лютого 2011 року нового Закону «Про регулювання містобудівної діяльності». З одного боку, була спрощена сама процедура отримання дозволу, а з іншого – більш жорсткою стала процедура реалізації будівельних об'єктів. Законодавство України містить два поняття дозволу на будівництво:

1) Дозвіл на будівництво – як комплексне поняття етапів будівництва об'єкта в Україні. В даному випадку мається на увазі три окремі процедури, які підпадають під категорії складності об'єкта: оформлення повідомлення про початок робіт, подача декларації про початок будівельних робіт, отримання дозволу на будівельні роботи.

2) Отримати дозвіл на проведення будівельних робіт на конкретному об'єкті – як окремий документ. Дозвіл на будівництво видається тільки в тому випадку, коли проектна документація відповідає існуючим вимогам та затверджена. Органом, який відповідає за дозвіл на будівництво є інспекція державного архітектурно-будівельного контролю (ДАБК) [6].

Наступним кроком на шляху до створення власного бізнесу є реєстрація власності.

У Польщі після реєстрації підприємства його власник отримує індивідуальний номер і підприємство реєструють в Головному управлінні Соціального страхування. Останнім кроком буде занесення фірми в Торговий Реєстр [13].

В Норвегії всі підприємства повинні бути зареєстровані в Центральній реєстраційній палаті Норвегії. Виняток становлять фірми, чия діяльність носить характер захоплення або хобі. Так як чітких меж, які б відділяли підприємство від хобі немає, то зазвичай керуються Законом про податок на додану вартість. Згідно з ним, фірми, чий оборот за останні 12 місяців не перевищує

30 000 норвезьких крон, звільняються від сплати податку (і, отже, обов'язковій реєстрації) [21].

В Україні оформлення права власності на новобудову має на увазі крім процедури державної реєстрації ще й видачу свідоцтва. Реєстрація права власності на будинок проводиться за заявою підрядника, на додаток до якого додаються:

- документ, який підтверджує, що заявник має право будувати задуманий об'єкт на цій земельній ділянці;
- документ, в якому йдеться про те, що об'єкт був зданий в експлуатацію;
- технічний паспорт об'єкта;
- документ, в якому йдеться про те, що об'єкту було присвоєно поштову адресу;

Держреєстратор, отримавши заяву і документи, приступає до їх перевірки. Якщо до пакету документів та інформації, що міститься в ньому, у реєстратора немає претензій, він проводить реєстрацію. Для новозбудованих об'єктів реєстрація має на увазі відкриття нового розділу в Державному реєстрі, куди вноситься відповідна інформація. Потім з реєстру робиться витяг і разом зі Свідоцтвом віддається заявнику. Отримавши на руки Свідоцтво, заявник стає повноправним власником збудованого майна і на цьому будівництво вважається завершеним [2].

Придбання власності – одна з найважливіших та найбільших інвестицій не тільки у відкритті власного бізнесу, а й у житті людей взагалі. Але відкриваючи бізнес з нуля не кожен підприємець володіє достатньою сумою грошей, щоб придбати власність. В такому разі є можливість звернутися в банк для отримання іпотечного кредиту. Порівняємо які реальні ставки по іпотечі діють в теперішній час в розглянутих нами країнах: ставка по іпотечним кредитам в Польщі складає від 2,5% до 6%; іпотечні кредити в Норвегії знаходяться на рівні 3,4-3,8%; в Україні ставки по іпотечі коливаються від 23,1% до 30,59% річних. Дивлячись на такий високий рівень відсоткових ставок по іпотечним кредитам в Україні, такі програми ще занадто дорогі для більшості українців [22].

Сьогодні з розвитком світової економіки і національних економік країн, а також посиленням глобалізаційних та інтеграційних процесів питання інвестицій, інвестиційної діяльності та, зокрема, їх захисту набувають все більшого значення. І важливим аспектом в цьому питанні є надання державних гарантій.

В Польщі регулювання питань інвестицій регулює «Закон про Іноземні Інвестиції» 1991 року, який гарантує виплату компенсації іноземним інвесторам в розмірі фінансової участі у разі націоналізації або експропріації їхніх активів. До того ж, Польща уклала договори про захист інвестицій з цілою низкою країн, включаючи Францію, Німеччину, Нідерланди, Швецію, Великобританію і США, що може служити додатковою гарантією для іноземних інвесторів. Страхування інвестицій можливо в Багатосторонньому Агентстві Гарантій Інвестицій (БАГІ) при Світовому Банку. Інвестори деяких країн можуть забезпечити страховку у себе в країні у відповідних організаціях [15].

Державне регулювання інвестиційної діяльності в Норвегії здійснюється через участь держави в капіталі великих національних компаній



і через програми підтримки інвестицій, що реалізуються спеціально створеними державними організаціями. Держава є найбільшим власником активів норвезьких компаній і організацій. Його метою є досягнення комерційних цілей і здійснення реалізації державної політики в різних секторах економіки, а також з метою надання медичних послуг [11].

Правове регулювання іноземних інвестицій в Україні здійснюється в основному через спеціальні нормативно-правові акти у цій сфері, а також норми валютного, корпоративного, податкового, антимонопольного законодавства. Основними нормативно-правовими актами України в цій сфері є закони України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 р. [5], «Про захист іноземних інвестицій на Україні» від 10.09.1991 р. [4] та «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав інвесторів» від 07.04.2015 р. [1].

Згідно ст. 1 Першого додаткового протоколу до Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод Україна взяла на себе зобов'язання поважати приватну власність фізичних та юридичних осіб. Стаття 1 встановлює стандарти захисту від ризику відчуження власності інвесторів, а саме, «Ніхто не може бути позбавлений своєї власності інакше як в інтересах суспільства і на умовах, передбачених законом і загальними принципами міжнародного права» [8].

Положення закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав інвесторів» спрямовані на дерегуляцію господарської діяльності акціонерних товариств та впровадження високих вимог для публічних акціонерних товариств, акції яких включені до біржового реєстру. Документ підвищує рівень захисту прав інвесторів, зокрема через запровадження похідного позову – права міноритарного акціонера подати позов в інтересах суспільства про відшкодування шкоди, введення відповідальності посадових осіб господарських товариств в разі нанесення шкоди суспільству їх неправомірними діями [1].

Всі громадяни повинні сплачувати податки відповідно до своїх можливостей і доходів. Не є виключенням і підприємницька діяльність. З організації (підприємства, банку, страхової компанії) стягується прямий податок, який називається податок на прибуток.

В Польщі прозора система оподаткування, тобто податки платяться тільки з реального доходу. Ставка податку на прибуток складає 19%, а ставка ПДВ може складати від 5% до 23% (в залежності від сфери діяльності компанії, базова ставка – 23%) [10].

В Норвегії податок на прибуток складає 28%. Загальна ставка податку на дивіденди, які виплачуються іноземним акціонерам, складають 25%, якщо інше не передбачено договором про уникнення подвійного оподаткування. В останньому випадку ставка податку може становити від 0% до 15% [21].

В Україні базова ставка податку на прибуток підприємств дорівнює 18%. Однак з 01 січня 2015 року введені спеціальні ставки, які застосовуються при здійсненні букмекерської діяльності, діяльності по випуску та проведенню лотерей,

азартних ігор (у тому числі казино) – 10% і 18%, згідно пп. 136.4 ст. 136 [7].

Міжнародна торгівля – невід'ємна складова сучасної світової економіки. На міжнародному рівні вона дає можливість підприємцям отримувати необхідні ресурси, поставляючи готові товари або надаючи послуги.

Підписання угод про вільну торгівлю з Європейським Союзом і країнами ЕФТА поліпшило ситуацію в зовнішній торгівлі Польщі. З 1 лютого 1994 року Європейським Союзом офіційно визнається прагнення Польщі стати повноправним членом ЄС, що заклало основи для більш тісної співпраці в політичній і економічній галузі, а також в галузі культури і технічної взаємодопомоги. Основний упор робиться на розширення торгівлі, в чому підписані сторони зобов'язуються докладати зусиль до встановлення єдиної торгової зони. Угода з ЕФТА набула чинності 1 березня 1993 року. Умови цієї угоди більш сприятливі для Польщі, ніж угода з ЄС, звільняючи більше 80% польського промислового експорту від експортних мит. До 2001 року вся торгівля промисловою продукцією буде звільнена від квотування і митних зборів [17].

Для розуміння норвезької політики, відповідно до якої формується і вдосконалюється нормативно-правова база регулювання зовнішньоекономічної діяльності, принципово важливо враховувати значення для економіки країни зовнішньої торгівлі: на її частку припадає близько 40% ВВП. Необхідно мати на увазі й те, що державне регулювання господарства грає в Норвегії дуже важливу роль. Держава не тільки встановлює «правила гри» в економіці, включаючи і зовнішню торгівлю, а й бере активну участь у діяльності цілого ряду найбільших компаній країни [11].

Для України 2016 рік ознаменувався найважливішою подією для економіки – вступом в силу зони вільної торгівлі з Європейським Союзом. І результати не змусили себе довго чекати – українським експортерам вдалося наростити поставки в країни ЄС на 5%. Однак відбулося загальне падіння експорту, викликане в першу чергу несприятливими світовими цінами і торговельною війною РФ. Європарламент незабаром планує розглянути питання виділення Україні додаткових квот на безмитну поставку окремих видів продукції, включаючи товари харчової промисловості та промтовари. У 2016 році Україна також активізувала переговори про створення зон вільної торгівлі з традиційно важливим партнером сусідній Туреччиною, про лібералізацію торгівлі в Ізраїль, про торгівлю відносини з Китаєм та Канадою [24].

В умовах ринкового господарювання фактор зайнятості населення є визначальним у формуванні соціально-економічного становища країни в цілому і кожної людини зокрема. Тому однією з найважливіших функцій державного управління є вивчення і відповідне регулювання процесів зайнятості населення.

В Польщі однією з умов найму робочої сили є прийняття на нове місце працівника з числа громадян Польщі, які стоять на обліку в центрі зайнятості.

Робочі відносини в Норвегії регламентуються трудовим кодексом (Arbeidsmiljøloven) і трудовим договором між роботодавцем і співробітником.

Відносини зайнятості в Україні регулюються Законом від 1 березня 1991 р. «Про зайнятість населення» та іншими законодавчими актами України, прийнятими відповідно до цього Закону. Цей Закон визначає правові, економічні та організаційні засади зайнятості населення України і його захист від безробіття, а також соціальні гарантії з боку держави в реалізації громадянами права на працю [3].

Слід зазначити, що у деяких ситуаціях найкращим, а іноді і єдиним рішенням, виходячи з результатів господарської діяльності підприємства, є його ліквідація. Під ліквідацією підприємства розуміється припинення його діяльності, зняття з обліку у фондах соцстраху та органах ДПІ.

Процес ліквідації підприємства в Польщі відбувається наступним чином: якщо Ви ведете податковий облік доходів і витрат, в першу чергу необхідно повідомити податкове управління про намір здійснити інвентаризацію і подальше закриття компанії. Якщо бізнес ліквідується, інформація про обсяг виручки повинна бути передана компетентному органу з питань оподаткування іноземних осіб. Разом з цією інформацією Ви повинні подати річну декларацію про сплачені прибуткові податки PIT-4R. Зняття з Центрального реєстра і інформації про господарську діяльність (CEIDG) і Національного реєстру господарюючих суб'єктів (REGON) [23].

У Норвегії витрати часу і коштів при ліквідації підприємства у зв'язку з неспроможністю мінімальні – відповідна процедура займає в середньому 11 місяців, витрати не перевищують 1% від вартості майна боржника. Права кредиторів забезпечені добре – в разі банкрутства з боржника вдається стягнути близько 89% суми заборгованості [20].

Чинним законодавством України передбачено, що ліквідація підприємств здійснюється ліквідаційною комісією, утвореною власником майна підприємства, його представниками (органами), або іншим органом, визначеним законом. Ліквідаційна комісія оцінює майно підприємства і розраховується з кредиторами, складає ліквідаційний баланс та подає його власнику або органу, який призначив цю комісію. Достовірність та повнота ліквідаційного балансу повинні бути перевірені у встановленому законодавством порядку з обов'язковою перевіркою органом державної податкової служби, в якому перебуває на обліку суб'єкт господарювання. Тривалість процедури залежить від характеру діяльності підприємства, наявності у нього боргів, а також тривалості проведення планових перевірок [16].

**Висновки.** Таким чином, розглянувши особливості організації ведення бізнесу, на прикладі трьох країн: країни-члену Євросоюзу, країни, яка не входить до Євросоюзу та в Україні, з'ясували, що підприємцю необхідно пройти непрості етапи по створенню власного бізнесу. У кожній з трьох країн є свої особливості організації бізнесу, але всі процедури схожі між собою. Перш за все власнику необхідно обрати організаційно-правову форму ведення бізнесу та зібрати ряд документів, необхідних для подальшої роботи; визначитись з місцем знаходження нового підприємства та обрати достойне приміщення для роботи. Також важливо ознайомитись з діючою системою кредитування, оподаткування та економічною ситуацією в країні. Підприємець має налагодити відносини з питання зайнятості та можливостями міжнародної торгівлі. Останнім етапом в діяльності кожного підприємства є ліквідація, але вона може бути необхідна лише виходячи з результатів господарської діяльності підприємства.

## Список літератури:

1. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав інвесторів» № 289-VIII від 07.04.2015 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України, 1994 – 2017. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/289-19>
2. Закон України «Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень» № 1127 від 25.12.2015 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України, 1994 – 2017. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1127-2015-%D0%BF>
3. Закон України «Про зайнятість населення» № 5067-VI від 05.07.2012 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України, 1994 – 2017. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>
4. Закон України «Про захист іноземних інвестицій на Україні» № 1540a-XII від 10.09.1991 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України, 1994 – 2017. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1540%D0%B0-12>
5. Закон України «Про інвестиційну діяльність» № 1560-XII від 18.09.1991 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України, 1994 – 2017. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
6. Закон України «Про регулювання містобудівної діяльності» № 3038-VI від 17.02.2011 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України, 1994 – 2017. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3038-17>
7. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України, 1994 – 2017. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
8. Протокол до Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод. Міжнародний документ від 20.03.1952 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України, 1994 – 2017. – Режим доступу: [http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/994\\_535](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/994_535)
9. Беззуб І. Сучасний стан і перспективи української євроінтеграції // Громадська думка про правотворення. – Київ: Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського, 2015 рік. – № 9(91) 2015. – 79 с.
10. Єфімова О.Г. Економіка для юристів: Підручник. – М.: Флінта: Московський психолого-соціальний інститут, 1999 рік. – 472 с.
11. Норвегія // Внешнеторговый путеводитель для российских участников внешнеэкономической деятельности. – М.: Министерство экономического развития Российской Федерации, Департамент координации, развития и регулирования внешнеэкономической деятельности, 2016. – 47 с.
12. Ведення бізнесу в Україні [Електронний ресурс] // LAW.EEPRO.INFO: правовий портал, 2017. – Режим доступу: <http://law.eepro.info/business>
13. Відкриття бізнесу в Польщі. [Електронний ресурс] // Український бізнес портал, 2015 рік. – Режим доступу: <http://delo.org.ua/biznes-v-polshi/>

14. Иванова Алиса. Бизнес за рубежом: Как открыть компанию в Норвегии [Электронный ресурс] // UBR: Украинский бизнес ресурс, 2007 – 2017. – Режим доступа: <http://ubr.ua/business-practice/own-business/biznes-za-rubejom-kak-otkryt-kompaniu-v-norvegii-316169>
15. Инвестиции в Польше [Электронный ресурс] // Polska.ru, 2017. – Режим доступа: <http://www.polska.ru/biznes/ekonomika/investicji.html>
16. Ліквідація підприємств в Україні – складний процес, який повинен бути забезпечений професійним підходом [Електронний ресурс] // Ліквідатор: юридична компанія, 2017. – Режим доступу: <http://likvidator.co.ua/ua/likvidatsiya-predpriyatij/>
17. Международная торговля [Электронный ресурс] // Polska.ru, 2017. – Режим доступа: [http://www.polska.ru/biznes/ekonomika/miedzynar\\_handel.html](http://www.polska.ru/biznes/ekonomika/miedzynar_handel.html)
18. Нерухомість в Норвегії [Електронний ресурс] // People and Countries, 2016. – Режим доступу: <http://uk.peopleandcountries.com/portal.php?mod=view&aid=976>
19. Нерухомість в Польщі [Електронний ресурс] // People and Countries, 2016. – Режим доступу: <http://uk.peopleandcountries.com/article-868-1.html>
20. Норвегия [Электронный ресурс] // Консульский информационный портал, 2009 – 2016. – Режим доступа: [http://www.kdmid.ru/docs.aspx?lst=country\\_wiki&it=/%D0%9D%D0%BE%D1%80%D0%B2%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F.aspx](http://www.kdmid.ru/docs.aspx?lst=country_wiki&it=/%D0%9D%D0%BE%D1%80%D0%B2%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F.aspx)
21. Сысоева Лилия. Открытие собственного бизнеса в Норвегии [Электронный ресурс] // Openbusiness, 2005 – 2017. – Режим доступа: [http://www.openbusiness.ru/html\\_euro/Norway-open1.htm](http://www.openbusiness.ru/html_euro/Norway-open1.htm)
22. Филонич Виталина. Все нюансы ипотеки в Украине: что предлагают под ее видом [Электронный ресурс] // UBR: Украинский бизнес ресурс, 2007 – 2017. – Режим доступа: <http://ubr.ua/market/real-estate/vse-nuansy-ipoteki-v-ukraine-cto-predlagaut-pod-ee-vidom-418931>
23. Шевцова Татьяна. Ликвидация фирмы в Польше – особенности процедуры [Электронный ресурс] // Тюменская жизнь: ежедневная интернет газета, 2010-2016. – Режим доступа: <http://life72.org/6086-likvidaciya-firmy-v-polshe-osobennosti-procedure.html>
24. Шевченко Максим. Внешняя торговля Украины: в поисках новых рынков и партнеров [Электронный ресурс] // УНІАН: інформаційне агенство, 2017. – Режим доступу: <https://economics.unian.net/finance/1718592-vneshnyaya-torgovlya-ukrainyi-v-poiskah-novyih-ryinkov-i-partnerov.html>

**Налобина Т.А.**

Луганский национальный аграрный университет

## **СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В УКРАИНЕ, ПОЛЬШЕ И НОРВЕГИИ**

### **Аннотация**

В статье была рассмотрена общая характеристика страны-члена ЕС (Польша), страны, которая не входит в ЕС (Норвегия) и Украины. Определены и проанализированы основные макроэкономические показатели этих стран за 2016 год. Раскрыты условия и подходы к организации ведения бизнеса. Рассмотрены важные аспекты регистрации предприятий, получения разрешения на строительство и регистрации собственности. Выяснен вопрос правил пользования кредитованием и особенности защиты инвесторов. Проанализирована система налогообложения, политика международной торговли, найма рабочей силы, обозначена информация об условиях ликвидации предприятия.

**Ключевые слова:** бизнес, ведение бизнеса, предпринимательская деятельность, макроэкономические показатели, экспорт, импорт, ВВП, безработица, занятость, Евросоюз.

**Nalobina T.A.**

Lugansk National Agrarian University

## **COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF DOING BUSINESS IN UKRAINE, POLAND AND NORWAY**

### **Summary**

The article examines general description the EU Member States (Poland), countries outside the EU (Norway) and Ukraine. Identified and analyzed key macroeconomic indicators in these countries by 2016. Conditions and approaches to doing business is described. The important aspects of business registration, obtaining construction permit and registering property is described. It is found issues rules for using credit and features investor protection. The system of taxation, international trade policy, labor recruitment, outlines information on the conditions of liquidation are analyzed.

**Keywords:** business, doing business, entrepreneurship, macroeconomic indicators, export, imports, gross domestic product, unemployment, employment, European Union.



## ДО ПИТАННЯ ПОЛІПШЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Олійник Н.Ю.

Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка

В науковій статті схарактеризовано особливості впливу конфлікту на соціально-трудова відносини в організації. Проаналізовано головні типи конфліктів між суб'єктами соціально-трудова відносин, а також причини їх виникнення. Виявлено вплив соціально-трудова конфлікту на громадське життя, що простежується у всіх сферах життєдіяльності суспільства. Узагальнено підходи до типологізації суперечностей, які зумовлюють конфлікти. При цьому конфлікт сприяє перегрупуванню соціальних сил, загальному прогресу соціально-економічної сфери, формуванню нових соціально-трудова відносин.

**Ключові слова:** конфлікти в організації, суб'єкти соціально-трудова конфліктів, типи та причини конфліктів.

**Постановка проблеми.** Взаємодія усередині трудового колективу є важливою сферою соціальних відношень організації. Значну частину життя людина присвячує навчальній та професійній діяльності, упродовж якої їй доводиться взаємодіяти і спілкуватися з колективом таких самих, як і сама – колега, однодумців, співробітників. Загальний фон спілкування з ними може бути сприятливим або негативним залежно від модальності комунікативного процесу, і характеризується через поняття соціально-психологічного клімату в колективі.

Формування та підтримка оптимального соціально-психологічного клімату в колективі є досить важливим завданням для якісного його функціонування та задоволеності працівників своєю діяльністю та стосунками з колегами. Від соціально-психологічного клімату залежить ефективність роботи та результативність підприємства. Сприятливий соціально-психологічний клімат є умовою підвищення продуктивності праці, задоволеності працівників працею і колективом. Його несформованість, навпаки, призводить до конфліктів та агресивної поведінки членів колективу, до зниження якості виконання працівниками поставлених завдань, до зростання незадоволення співробітників щодо діяльності керівництва та зниження загальної задоволеності професійною діяльністю та колом обов'язків у конкретній організації.

**Аналіз останніх джерел і публікацій.** Аналізуючи вплив соціально-психологічного клімату на ефективність діяльності та поведінку членів колективу в організації, варто зауважити, що всі дослідники, які вивчали цю проблему (Д.І. Дзвінчук, Л.С. Дорошенко, Л.М. Карамушка, Л.П. Мельник, Р.С. Немов, Л.Е. Орбан-Лембрик, І.П. Чередніченко, Н.В. Тельних), відзначають важливу роль такого клімату в забезпеченні ефективної діяльності організації, в процесі управління нею, а також в життєдіяльності кожної особистості.

Як свідчить Л. Е. Орбан-Лембрик, психологічний клімат в організації може підсилювати чи знижувати предметну діяльність людей так само, як і професійні завдання організації істотно впливають на психологічний клімат. Саме тому одним із чинників успішності діяльності групи (організації) є стан міжособистісних відносин, на одному полюсі якого є позитивний (сприятливий)

психологічний клімат, на іншому – конфліктна ситуація, яка дезорієнтує групу, погіршує діяльність організації [5, с. 487].

Методологічною основою дослідження особливостей психологічного клімату виробничого колективу є праці Г. М. Андреевої, І. Г. Велкова, Д. І. Дзвінчук, Л. С. Дорошенко, Л. М. Карамушки, Л. П. Мельник, В. І. Михеєва, Л. Е. Орбан-Лембрик, О. І. Палінічак, І. П. Чередніченко, Н. В. Тельних, В. В. Черкасова, В. І. Третьяк, Г. В. Щокіна та інших науковців.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Колектив як особливий вид контактних груп виділяється серед інших груп низкою притаманних тільки йому специфічних характеристик, які достатньо повно описані в науковій літературі – це взаємодопомога й взаємо-виручка, доброзичлива критика, прагнення до співпереживання явищ і подій, наполегливість при досягненні мети тощо. Проте не всі зазначені ознаки колективу можна вивчити в психологічному контексті. Тому висунуто припущення про те, що соціально-психологічний клімат визначається певними соціально-психологічними параметрами колективу та індивідуально-психологічними особливостями членів колективу. Організація та цілеспрямована корекція зазначених передумов сприяє оптимізації соціально-психологічного клімату.

**Метою статті** є обґрунтування структури соціально-психологічного клімату в організації, під впливом чинників та умов життєдіяльності членів колективу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Основою вчення про групи і колективи з погляду соціально-економічних та психологічних закономірностей є розуміння суспільної сутності людини, згідно з якою індивід – суспільна істота, яка в процесі свого розвитку й діяльності вступає у відносини з іншими індивідами й утворює ту чи іншу спільність, яка завжди має іншу внутрішню організацію чи неофіційну внутрішню структуру. Поняття «колектив» застосовують у соціальній психології тільки до груп високого рівня розвитку, в яких сформувались певні якості міжособистісних відносин [1; 6].

Уперше поняття «колектив» запровадив у соціологічну літературу російський учений В. М. Бехтерев у роботі «Колективна рефлексоло-



гія» [3]. Колективами автор називав будь-які людські спільності, аж до суспільства загалом. Український учений О. С. Залужний розширив обсяг поняття «колектив» (хоч і в іншому аспекті) [4]. Він уживав означення «організовані колективи» (мається на увазі «спеціально організовані дорослими»). Останні діляться на три підтипи: недовгочасні, довгочасні прості, довгочасні складні.

У сучасній літературі термін «колектив» вживається дуже широко, вже не з кількісного, а з якісного боку. Колективами називають будь-які формальні групи. Наприклад, щойно утворений заклад відразу іменують колективом, тоді як по суті, формальне утворення є лише великою групою й колективом ще має тільки стати. Колективи як певні соціальні системи можуть існувати в умовах різних суспільних формацій. Так, рід, який становив основу первісного суспільства, був, по суті, своєрідним колективом людей, зв'язаних між собою узами кровної спорідненості.

Науковець А. В. Петровський пропонує стратометричну концепцію колективу, згідно з якою процеси колективоутворення мають ієрархічну будову і складають багаторівневу (стратометричну) структуру. Її ядром виступає спільна діяльність членів групи, зумовлена соціально-значущими цілями [7].

Перший рівень у структурі колективу становлять ставлення його членів до змісту й цінностей колективної діяльності. Ці ставлення забезпечують його згуртованість, ціннісно-орієнтаційну єдність. Другий рівень – це міжособистісні взаємини, які в справжньому сформованому колективі опосередковуються спільною діяльністю. Третій рівень – міжособистісні взаємини, що опосередковуються ціннісними орієнтаціями, не пов'язаними спільною діяльністю.

Важливо зауважити, що у соціальній психології існує два поняття – «психологічний клімат» і «соціально-психологічний клімат». Для визначення психологічного стану членів колективу більше підходить поняття «психологічний клімат». Коли характеризують відносини членів колективу як психологічну умову життєдіяльності, послуговуються поняттям «соціально-психологічний клімат».

Змістовна характеристика психологічного клімату пов'язана, зазвичай із самопочуттям людини в колективі (настрій, задоволеність психологічним комфортом); коли ж самопочуття людей переноситься на відношення до праці та інших членів колективу, на міжособистісні відносини, саме тоді складається соціально-психологічний клімат. Поняття «психологічний клімат», зазви-

чай, використовується при відображенні матеріальних і організаційно-управлінських умов, індивідуально-психологічних особливостей членів колективу, їх відносин. У цьому разі поняття з погляду обсягу слугує родовим щодо поняття «соціально-психологічний клімат».

Психологічне відображення у формі психологічного клімату є механізмом регулювання поведінки кожного індивіда. Але якщо психічне відображення не обмежується сферою психічної діяльності, а набуває в поведінці людей соціального змісту через включення його в широкий спектр суспільно-трудової діяльності, то поняття «соціально-психологічний клімат» виявляється значно ширшим, ніж поняття «психологічний клімат» [2; 6].

Поняттям «соціально-психологічний клімат» позначають систему відносин членів колективу один з одним, яка включає не тільки психічні реакції, але й суспільні відносини людей. Разом вони є складниками сфери міжособистісних відносин у колективі. Міжособистісні відносини в колективі не є дзеркальним відображенням суспільних відносин, хоча останні визначають розвиток і формування перших, в той же час можлива відносна незалежність тих і других відносин.

Отже, змістовна характеристика соціально-психологічного клімату колективу визначається станом взаємовідносин між членами даного колективу.

Соціально-психологічний клімат утворює переважуюча і відносно стійка духовна атмосфера або психологічний настрій колективу, що виявляється в ставленні людей один до одного та до спільної справи. Основне, що обумовлює соціально-психологічний клімат – це емоційний стан чи настрої колективу. Настрій виступає своєрідним підсумком подій у долі людини. Соціально-психологічний клімат має дві основні характеристики: предметність та емоційність.

*Предметність* у соціально-психологічному кліматі колективу розкривається як спрямованість уваги особистості на діяльність групи і особливості сприймання людиною цієї діяльності.

*Емоційність* як компонент соціально-психологічного клімату, відображає задоволеність (захоплення, радість, ентузіазм), або незадоволеність (обурення, агресивність, депресія), переважуючі у групі.

Соціально-психологічний клімат обумовлює ставлення особистості й через неї впливає не тільки на взаємовідносини, але й на світосприйняття, світорозуміння, самопочуття кожного члена групи (див. рисунок 1).

Структурою соціально-психологічного клімату визначається його важлива роль у життєді-

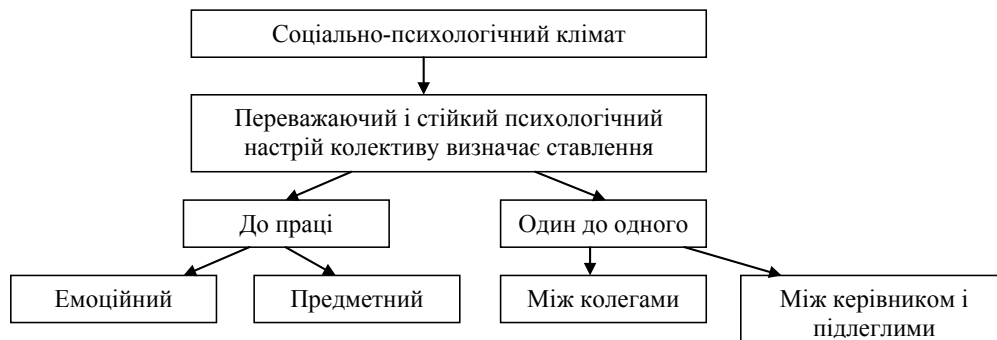


Рис. 1. Структура соціально-психологічного клімату

яльності особистості та колективу, яка розкривається у таких функціях:

1) створює безпосередні умови життєдіяльності особистості у групі;

2) забезпечує зворотній зв'язок інформації про взаємодію особистості із соціальним оточенням;

3) виступає чинником спільної виробничої діяльності, дія якого має суперечливий характер: або стимулювальний, який виникає при здоровому і сприятливому соціально-психологічному кліматі, або гальмувальний, породжений негативним, шкідливим соціально-психологічним кліматом. Водночас саме вплив на діяльність є критерієм оцінки соціально-психологічного клімату;

4) впливає на розвиток особистості залежно від свого характеру, сприяючи формуванню або відповідальності, дисциплінованості, організованості, комунікативних якостей; або виникненню агресивності, недовіри, підозрливості, заздрості тощо;

5) зумовлює психічний стан і здоров'я особистості. При позитивному соціально-психологічному кліматі психічний стан характеризується бадьорістю, піднесеністю, активністю. Він сприятливий для фізичного здоров'я. При негативному соціально-психологічному кліматі виникають напруга, відчуженість, образа, депресія, які несприятливі для здоров'я.

Також важливого значення набувають чинники, що впливають на забезпечення оптимального соціально-психологічного клімату в колективі, надзвичайно різнопланові, мають своїм джерелом як широкі соціальні умови, так і індивідуальні особливості кожного працівника.

Психологічний клімат – це явище, що існує об'єктивно, він формується під впливом двох груп чинників. Зокрема, перший чинник визначається глобальним макросередовищем, що включає суспільні цінності, пріоритети, ідеологію, а також науково-технічний прогрес. Другий чинник – це мікросоціальні умови й специфіка функцій даного колективу відносно розподілу праці у суспільстві, географічні кліматичні умови, ступінь ізоляції колективу від широкого соціального середовища, віковий і статевий склад і т.д. Обидві групи чинників зумовлюють стан колективу, який називають психологічним кліматом. Соціально-психологічний клімат є вагомим чинником життєдіяльності людини і впливає на всю систему соціальних відносин, на самопочуття, працездатність і рівень творчої й особистісної саморегуляції. Вплив цей може бути дуже різним, його характер залежить від багатьох чинників.

Оскільки соціально-психологічний клімат – відносно стійке явище, яке не надто піддається примхам випадкових настроїв, то основну увагу сконцентруємо на розгляді чинників мікросередовища, які в основному зумовлюють психологічний клімат, зокрема ступеню єдності офіційної й неофіційної структури колективу; групові явища й процеси, що відбуваються у колективі; індивідуальні психологічні особливості кожного з членів; рівень психологічної сумісності членів колективу.

Великий інтерес викликають чинники, які впливають на певний розвиток колективу, а саме: авторитет і особистісні характеристики керівника; стиль керівництва; підбір членів колек-

тиву за знаннями, професійною майстерністю, психічними особливостями.

Чинниками соціально-психологічного клімату є ті дії членів колективу, які прямо або приховано спрямовані на зміну їх взаємовідносин один з одним.

Умови оптимального соціально-психологічного клімату спрямовані на задоволення потреб працівників, які необхідно враховувати і сприяти їх задоволенню. З-поміж таких потреб вирізняють такі групи:

1) *внутрішні потреби у:*

– можливості вибору способів діяльності (їх задоволення забезпечує особистісну активність, відповідальність, захопленість роботою);

– оновленні процесу своєї діяльності – задоволеність змінами та їх темпами;

2) *особистісні потреби у:*

– визнанні (заохочення, стимулювання повинні враховувати індивідуальні потреби в них);

– самовираженні;

3) *зовнішні потреби у:*

– сприятливому рівні психічної напруги (боротьба із дистрессами шляхом тренінгу, аутогенного тренування);

– чіткому розподілі функцій, вимог, прав і обов'язків, у визначенні перспективи виробництва, підприємства. Невизначеність у цих питаннях шкодить настрою як окремого працівника, так і всього колективу.

Вивчення різноманітних форм прояву соціально-психологічного клімату в колективі дає змогу виявити перспективи колективістських видів взаємовідносин – згуртованості, сумісності, згоди, дружби та інших. У процесі їх дослідження виявляються нові групові явища, які дозволяють значно глибше проникнути в суть соціально-психологічного клімату колективу. Згуртованість характеризує ступінь внутрішньої єдності колективу, здатність протистояти (якщо необхідно) зовнішнім впливам. Вона виражає прагнення кожного індивіда слідувати меті діяльності всього колективу. Згуртованість колективу збільшується відповідно до досягнення сумісності його членів.

Сумісність членів колективу передбачає таке оптимальне сполучення якостей, при якому забезпечується найбільша ефективність їх діяльності у певному колективі. При цьому мають на увазі всі якості особистості, що характеризують її структуру. В цьому разі мова йде про сумісність світоглядних установок і поглядів, мотивів, потреб, інтересів, здібностей, знань, досвіду, характерів, почуттів, відносин і т. ін. Усі вище перераховані форми прояву соціально-психологічного клімату інтегруються в особистих взаємовідносинах у товариськість і дружбу як вищу форму розвитку психологічного сприйняття людей.

**Висновки і пропозиції.** Отже, кожна з форм прояву соціально-психологічного клімату відображає різноманітність відносин членів колективу. Всі вищезазначені характеристики колективу, що є в основі міжособистісних відносин і опосередковані спільною діяльністю, не є ізолюваними і відірваними одна від одної, а знаходяться в постійному тісному зв'язку, що має вплив як на загальний розвиток колективу та особистості, так і на психологічний клімат у колективі.

**Список літератури:**

1. Андрушків Б. М. Основи менеджменту / Б. М. Андрушків, О. Е. Кузьмін. – Львів: Світ, 2007. – 296 с.
2. Бандурка А. М. Психологія управління / А. М. Бандурка, С. П. Бочарова, Е. В. Землянська. – Харків: ТОВ «Фортуна-прес», 2002. – 464 с.
3. Бехтерев В. М. Коллективная рефлексология / В. М. Бехтерев // Избранные работы по социальной психологии. – М.: Наука, 1994. – С. 18-353.
4. Залужний О. С. Вчення про колектив: методологія / О. С. Залужний. – Харків: Держ. вид-во Укр., 1929. – 223 с.
5. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління: розвиток та сучасні напрями досліджень / Л. Е. Орбан-Лембрик // Вісник Прикарпатського університету. Економіка. – Івано-Франківськ: Плай, 2005. – С. 14-23.
6. Організаційна поведінка / [Дон Гелрігел, Джон В. Слокум-молодший, Ричард В. Вудмен, Н. Сью Бренінг]; пер. з англ. І. Тарасюк, М. Зарицька, Н. Гайдукевич. – К.: «Основи», 2001. – 726 с.
7. Петровский А. В. Социальная психология коллектива / А. В. Петровский, В. В. Шпалинский. – М.: Просвещение, 1978. – 223 с.

**Олейник Н.Ю.**

Каменец-Подольский национальный университет  
имени Ивана Огиенко

## **К ВОПРОСУ УЛУЧШЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА В ОРГАНИЗАЦИИ**

**Аннотация**

В научной статье охарактеризованы особенности влияния конфликта на социально-трудовые отношения в организации. Проанализированы главные типы конфликтов между субъектами социально-трудовых отношений, а также причины их возникновения. Выявлено влияние социально-трудового конфликта на общественную жизнь, что прослеживается во всех сферах жизнедеятельности общества. Обобщены подходы к типологизации противоречий, которые обуславливают конфликты. При этом конфликт способствует перегруппировке социальных сил, общему прогрессу социально-экономической сферы, формированию новых социально-трудовых отношений.

**Ключевые слова:** конфликты в организации, субъекты социально-трудовых конфликтов, типы и причины конфликтов.

**Oliynuk N.Y.**

Kamenets Ohienko National University

## **THE ISSUE WHICH IMPROVING THE SOCIO-PSYCHOLOGICAL CLIMATE IN ORGANIZATION**

**Summary**

Peculiarities of the conflict on the social and labor relations in the organization are characterized in the scientific article. The main types of conflicts between individuals of industrial relations and their causes are analyzed. The influence of social and labor conflict in public life, which can be traced in all spheres of society. The approaches to the typology of contradictions which cause conflicts are generalized. This conflict facilitates realignment of social forces, the general progress of the socio-economic sphere, development of new industrial relations.

**Keywords:** conflicts in the organization, the subjects of social and labor conflicts, types and causes of conflict.

УДК 330.34

## СТРУКТУРНІ ЗРУШЕННЯ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ: ГАЛУЗЕВИЙ РОЗРІЗ

Пирог О.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

У статті представлено результати дослідження щодо сучасних тенденцій економічного розвитку національного господарства України та оцінювання структурних зрушень за видами економічної діяльності. Проведене дослідження дозволило встановити галузеві особливості розвитку, визначити відмінності від узагальнені тенденції країни та виявити структурні зрушення в національному господарстві країни. У період 2001-2014 відбулись певні структурні зміни в національній економіці країни: (1) збільшилась частка видів економічної діяльності сфери нематеріального виробництва (12,4), при одночасному зниженні частки видів економічної діяльності, що відносяться до сфери матеріального виробництва; (2) реальна економіка в цілому знизилася майже в 1,3 рази. Досвід останніх років свідчить, що основною проблемою економіки України залишаються як її енергоємність, так й загалом відсутність у підприємств інноваційної стратегії розвитку. Встановлено, що управління структурними зрушеннями в національному господарстві України, що є одним із напрямків стратегії економічного розвитку країни, повинно враховувати реальні зрушення глобального масштабу і максимально корелювати з потребами суспільства, задоволення яких здійснюється в межах певних видів економічної діяльності.

**Ключові слова:** національне господарство, економічний розвиток, економічне зростання, структурні зрушення, види економічної діяльності, Україна.

**Постановка проблеми.** Сьогодення вимагає від України вирішення актуального завдання – забезпечення інноваційного характеру економічного розвитку національного господарства, підвищення його конкурентоспроможності на зовнішньому ринку при одночасному розширенні внутрішнього ринку. Реалізація даного довгострокового завдання передбачає перехід від традиційного, «наздоганяючого» типу економічного розвитку [1, с. 53] до «випереджаючого» – постіндустріального типу економічного розвитку, який дозволить Україні оптимально та швидко інтегруватись у світове господарство як високо-технологічній державі та змінити імідж «сировинного придатку» Європи країни.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Економічний розвиток макро- та мезорівнів у контексті сучасних умов економічного розвитку досліджено у працях вітчизняних та зарубіжних вчених: В. Гейця, О. Амоші, З. Герасимчук, Б. Данилишина, М. Кизима, І. Манцура, А. Ревенко, А. Чухно, А. Гранберга, Ю. Зайцева, С. Меньшикова, Е. Орехової, А. Плякіна та інших.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Разом з цим потребують дослідження та вирішення проблеми щодо забезпечення структурних змін у національному господарстві відповідно до вимог постіндустріального суспільства в умовах глобалізації, встановлення сучасних тенденцій економічного розвитку національної економіки України, виявлення особливостей у галузевому розрізі та удосконалення механізму забезпечення оптимальних структурних зрушень в національному господарстві України. Тому склалася об'єктивна необхідність дослідження траєкторії, особливостей економічного розвитку та структурних зрушень в національному господарстві на мезорівні – за видами економічної діяльності (ВЕД). Аналізування на цих рівнях обумовлено тим, що макрорівень – Україна, в цілому, відображає узагальнені тенденції розвитку країни, тоді як мезорівень – за ВЕД, дозволяє встановити галузеві особливості

розвитку, визначити відмінності від узагальнені тенденції країни та виявити структурні зрушення в національному господарстві країни.

**Мета статті.** Метою дослідження є встановлення сучасних тенденцій економічного розвитку національного господарства України, виявлення особливостей у галузевому розрізі та удосконалення механізму забезпечення оптимальних структурних зрушень в національному господарстві України.

**Виклад основного матеріалу.** Аналізування економічного розвитку національного господарства України було проведено в межах дослідження динаміки розвитку та структурних зрушень за ВЕД у період 2001-2014 рр. Економічний розвиток національного господарства країни забезпечується внеском всіх видів економічної діяльності (табл. 1).

Дослідження темпів зростання валової доданої вартості (ВДВ) за ВЕД України свідчать, що динаміка зростання є стабільною для більшості ВЕД країни, але темпи їх зростання та динаміка різна. Так, ВДВ національного господарства України за період 2001-2014 рр. збільшилась у 7,54 рази. Максимально ВДВ серед видів економічної діяльності зросла у фінансовій та страховій діяльності (у 13,4 рази), мінімально – у водопостачанні, каналізації, поводження з відходами (у 0,88 рази).

Межі зростання не є постійними та значно коливаються від року в рік. Траєкторія темпів зростання валової доданої вартості України внаслідок диференціації галузевих темпів формує широкий потік, який змінює свій напрям з невідомірюною щільністю (табл. 2).

Спостерігається велика ширина потоку темпів приросту між видами економічної діяльності України: від 70,2 відсоткових пунктів у 2001 р. до 35,7 відсоткових пунктів у 2014 р. Якщо порівняти ширину потоку 2014 р. з 2001 р., можна стверджувати, що за період дослідження відбулось скорочення потоку в 2 рази (на 34,5 відсоткові пункти), що є позитивною тенденцією та свідчи-



Таблиця 1  
Темпи зростання валової доданої вартості за видами економічної діяльності України за 2001-2014 рр., % до попереднього року

Види економічної діяльності	Роки														Рази змін, 2014 до 2001
	2001	2002	2003	2005	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2014		
Україна	113,6	105,8	110,7	107,7	107,4	102,3	85,2	104,2	104,6	108,1	105,9	103,5	7,54		
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	110,2	101,2	89,3	99,9	102,5	116,5	98,0	98,8	108,1	107,8	108,7	121,8	5,48		
Рибальство, рибництво	72,8	93,9	89,8	119,1	88,7	102,4	105,1	85,1	96,7	—	—	—	2,12		
Промисловість	109,5	104,1	109,3	103,4	106,3	97,3	83,9	107,2	117,3	106,6	96,7	107,3	5,88		
- добувна промисловість	110,8	102,3	105,6	104,4	105,8	97,6	89,4	105,7	133,7	96,3	99,7	96,2	9,29		
- переробна промисловість	114,0	108,9	117,6	103,0	106,3	96,8	73,5	113,0	108,2	112,4	95,1	114,4	5,45		
- постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	103,8	101,1	104,7	102,9	106,7	97,5	88,9	102,8	132,1	108,6	97,0	101,4	3,99		
- водопостачання; каналізація, поводження з відходами	—	—	—	—	—	—	—	100,7	93,8	91,4	98,8	104,2	0,88		
Будівництво	107,8	97,0	128,3	93,4	109,9	84,2	51,8	103,3	103,0	98,6	94,9	95,9	5,06		
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	143,0	108,0	121,6	92,2	116,9	100,4	81,4	114,5	114,9	114,4	114,6	104,9	10,43		
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	105,1	109,2	111,0	114,4	108,1	108,1	87,3	107,8	108,0	107,1	107,2	91,6	4,10		
Тимчасове розміщування й організація харчування	119,0	104,1	107,8	100,0	157,1	116,4	78,5	100,9	100,9	100,8	100,8	86,0	8,49		
Інформація та телекомунікації	—	—	—	—	—	—	—	103,0	103,0	103,0	103,2	107,1	1,57		
Фінансова та страхова діяльність	129,7	98,4	146,1	109,7	111,8	92,5	80,9	105,6	104,4	104,3	104,4	104,5	13,40		
Операції з нерухомим майном	124,4	112,4	111,1	119,9	109,9	109,1	90,6	105,3	105,3	106,0	106,5	100,0	7,82		
Професійна, наукова та технічна діяльність	—	—	—	—	—	—	—	102,5	102,3	102,9	103,2	96,8	1,70		
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	—	—	—	—	—	—	—	101,1	101,1	101,2	101,2	97,2	1,48		
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	102,3	106,8	100,8	100,1	91,6	102,3	93,8	104,8	104,3	104,4	104,8	107,6	10,59		
Освіта	105,1	96,6	110,5	103,6	102,8	103,6	98,3	105,0	104,6	105,1	105,4	93,1	8,54		
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	103,4	103,1	108,9	101,3	104,4	98,1	101,5	103,7	103,4	103,6	103,4	88,6	7,69		
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	103,7	113,5	111,0	121,6	110,2	102,4	81,0	100,6	100,6	100,7	100,9	92,5	4,64		
Надання інших видів послуг	—	—	—	—	—	—	—	100,8	100,8	100,9	101,0	96,2	1,55		

Примітка: складено та розраховано автором за даними [2-6]

ти про перехід від різноспрямованість, хаотичність та асиметричність економічного зростання видів економічної діяльності України у 2001 р. до стабільного та збалансованого економічного зростання видів економічної діяльності України у 2014 р. Середній темп приросту валової доданої вартості протягом 2001-2014 рр. не є однорідним та щороку змінюється: від 10,9% у 2001 р. та -13,5% у 2009 р. до 0,4% у 2014 р.

Економічне зростання національного господарства України протягом періоду дослідження забезпечується переважною кількістю видів економічної діяльності зі зростаючими темпами валової доданої вартості (рис. 1).

У 2001-2007 рр. та 2010-2013 рр. економічне зростання забезпечилось майже всіма видами економічної діяльності. До виду економічної діяльності, яке протягом 2001-2010 рр. постійно характеризувалось спадаючими темпами розвитку, відноситься рибальство та рибництво. У 2008 р. світова фінансово-економічна криза негативно вплинула вже, коли 7 з 16 видів економічної діяльності країни мали спадаючі темпи валової доданої вартості. У повній мірі наслідки кризи національне господарство України відчуло у 2009 р., коли всі види економічної діяльності України, за виключенням охорони здоров'я та надання

соціальної допомоги, знаходились в рецесії. Однак, вже у 2010-2013 рр. відновили економічне зростання 19, 17 та 14, відповідно, із 21 видів економічної діяльності України. У зв'язку із загостренням політичної та економічної ситуації в Україні з 2014 р. відбувається спад виробництва у пріоритетних для країни ВЕД: добувній та переробній промисловостях; постачанні електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря; водопостачанні, каналізації, поводженні з відходами та будівництві.

До групи лідерів – ВЕД за темпами зростання/зменшення ВДВ протягом 2001-2012 рр. входять фінансова та страхова діяльність; операції з нерухомим майном; оптова та роздрібна торгівля,

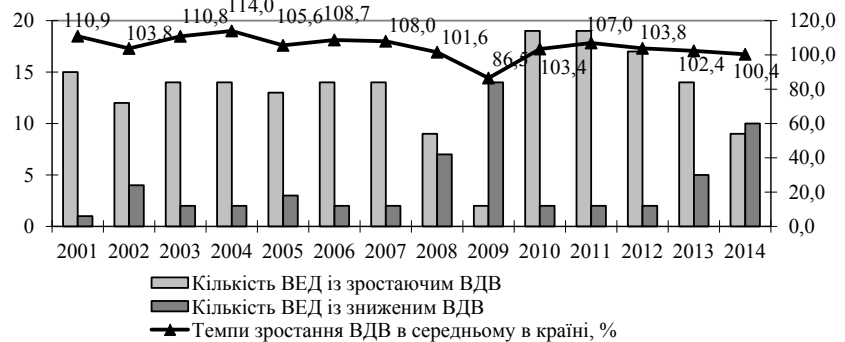


Рис. 1. Співвідношення видів економічної діяльності України зі зростаючим і спадаючим темпом зростання валової доданої вартості за 2001-2014 рр.

Примітка: складено та розраховано автором за даними [2-6]

Таблиця 2

**Характеристика приросту валової доданої вартості в Україні за 2001-2014 рр.**

Показник	Роки											
	2001	2002	2003	2005	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Верхній темп, %	43,0	13,5	46,1	21,6	57,1	16,5	5,1	14,5	33,7	14,4	14,6	21,8
Нижній темп, %	-27,2	-6,1	-10,7	-7,8	-11,3	-15,8	-48,2	-14,9	-6,2	-8,6	-5,1	-14,0
Ширина потоку, відсоткові пункти	70,2	19,6	56,8	29,4	68,4	32,3	53,3	29,4	39,9	23,0	19,7	35,7
Середній темп, %	10,9	3,8	10,8	5,6	8,7	1,6	-13,5	3,4	7,0	3,8	2,4	0,4
Відстань між верхнім та середнім темпами, відсоткові пункти	32,1	9,7	35,3	16,0	48,4	14,9	18,6	11,1	26,8	10,6	12,2	21,4
Відстань між нижнім та середнім темпами, відсоткові пункти	38,1	9,9	21,5	13,4	20,0	17,4	34,7	18,3	13,1	12,4	7,4	14,3

Примітка: складено та розраховано автором за даними [2-6]

Таблиця 3

**Варіаційно-динамічна таблиця зміни темпів зростання валової доданої вартості України за видами економічної діяльності у 2001-2014 рр.**

Діапазони темпів зростання валової доданої вартості, %	Роки												Кількість видів економічної діяльності у діапазоні, од.	Питома вага видів економічної діяльності у діапазоні, %
	2001	2002	2003	2005	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014		
< 79,9	1	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	4	1,65
80,0 – 89,9	-	-	2	-	1	1	7	1	-	-	-	2	14	5,76
90,0 – 99,9	-	4	-	3	1	6	4	1	2	2	5	8	40	16,46
100,0 – 104,9	2	6	2	8	3	5	1	11	11	9	9	5	79	32,51
105,0 – 109,9	6	4	4	1	7	2	1	6	4	7	4	2	53	21,81
110,0 – 114,9	3	2	4	1	2	-	-	2	2	1	1	1	24	9,88
115,0 – 119,9	1	-	1	2	1	2	-	-	-	-	-	-	12	4,94
> 120,0	3	-	3	1	1	-	-	-	2	-	-	1	17	7,00
Всього	16	16	16	16	16	16	16	21	21	19	19	19	243	100,00

Примітка: складено та розраховано автором за даними [2-6]

Таблиця 4

## Структура національного господарства України за видами економічної діяльності у 2001-2014 рр., % до ВДВ

Види економічної діяльності	2001	2002	2003	2005	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Зміни 2014 до 2001, в.п.
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	16,05	14,62	11,89	10,24	8,42	7,57	7,76	8,33	9,47	8,97	9,90	11,65	-4,40
Рибальство, рибництво	0,07	0,06	0,05	0,04	0,03	0,02	0,03	0,03	0,02	-	-	-	-0,05
Промисловість	30,19	30,73	29,79	30,30	30,81	28,80	25,30	25,28	25,18	24,84	22,68	23,52	-6,67
- добувна промисловість	4,64	4,98	4,44	4,53	4,53	6,31	4,80	6,46	7,34	6,54	6,16	5,72	1,08
- переробна промисловість	19,42	20,07	20,33	21,93	22,46	19,14	16,74	14,79	13,59	14,14	12,69	14,03	-5,38
- постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	6,13	5,68	5,02	3,83	3,82	3,35	3,75	3,20	3,59	3,61	3,31	3,24	-2,89
- водопостачання; каналізація, поводження з відходами	-	-	-	-	-	-	-	0,83	0,66	0,56	0,52	0,52	-0,30
Будівництво	3,98	3,80	4,20	4,13	4,35	3,39	2,54	3,69	3,52	3,21	2,88	2,67	-1,31
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	12,23	12,22	12,93	14,15	14,08	15,25	15,34	16,35	17,28	16,66	16,67	16,90	4,68
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	13,41	13,68	14,35	11,98	11,51	10,12	11,45	8,80	9,26	8,23	8,24	7,30	-6,12
Тимчасове розміщування й організація харчування	0,64	0,65	0,66	0,60	1,11	1,13	0,95	1,02	1,00	0,91	0,86	0,72	0,08
Інформація та телекомунікації	-	-	-	-	-	-	-	3,39	3,35	3,50	3,69	3,81	0,42
Фінансова та страхова діяльність	2,87	3,08	3,83	4,99	5,21	8,01	7,87	6,31	5,09	4,94	5,05	5,11	2,23
Операції з нерухомим майном	6,92	7,44	6,91	7,71	7,98	9,92	11,28	6,05	6,15	6,89	7,42	7,17	0,26
Професійна, наукова та технічна діяльність	-	-	-	-	-	-	-	2,80	2,67	3,41	3,64	3,41	0,61
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-	-	-	-	-	-	-	1,23	1,28	1,34	1,39	1,31	0,07
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	4,06	4,37	4,17	5,17	5,38	5,23	5,54	5,39	4,93	5,10	5,48	5,69	1,64
Освіта	4,86	5,38	5,64	5,27	5,39	5,06	5,81	5,62	5,33	5,95	6,12	5,50	0,64
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	3,28	3,66	3,74	3,53	3,64	3,39	4,08	4,18	3,89	4,22	3,91	3,34	0,07
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	1,45	1,86	1,85	1,88	2,11	2,12	2,04	0,64	0,65	0,82	1,00	0,89	-0,56
Надання інших видів послуг	-	-	-	-	-	-	-	0,90	0,95	1,02	1,08	1,00	0,10

Примітка: складено та розраховано автором за даними [2-6]

ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів, які належать до сфери послуг. А от до переліку ВЕД з найменшим зростанням або зменшенням ВДВ у цей період відносяться рибальство та рибництво й сільське господарство. Однак, з 2013 р. ситуація кардинально змінилась під впливом політичної та економічної ситуації в Україні: групу лідерів – ВЕД за темпами зростання/зменшенням ВДВ складають оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; сільське господарство, мисливство, лісове господарство та транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність; тоді як групу ВЕД із найменшим зростанням або зменшенням ВДВ – будівництво, тимчасове розміщення й організація харчування та охорона здоров'я та надання соціальної допомоги.

Також, спостерігаються тенденції щорічної зміни лідерів, що характеризується нестабільністю економічного зростання та відображає структурні зрушення в національному господарстві України. У період 2001-2013 рр. до групи лідерів, переважно, входили переробна промисловість, оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів й транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, сукупна питома вага яких становила від 45,06% до 37,6%; також у 2001-2005 рр. – сільське господарство, мисливство, лісове господарство із постійно зменшувальною питомою вагою (з 16,05% у 2001 р. до 10,24% у 2005 р.), а у 2009 рр. – операції з нерухомим майном із питомою вагою 11,28%. У 2014 р. економічне зростання (зростання ВДВ) у 3,5% забезпечували сільське господарство, мисливство, лісове господарство, переробна промисловість та оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів із сукупною питомою вагою 42,6%.

Для визначення темпів зростання валової доданої вартості, які були характерні для більшості видів економічної діяльності України протягом періоду дослідження, необхідно сформувати варіаційно-динамічну таблицю (табл. 3).

Для більшості ВЕД (132 із 243 спостережень з питомою вагою 54,3%) характерне економічне зростання з темпами в межах 100,0-109,9% протягом всього періоду дослідження. Окрім, зазначених темпів, для ВЕД України також були характерні темпи зниження в межах 90,0-99,9% (40 із 243 спостережень з питомою вагою 16,46%) та 110,0-114,9% (24 із 243 спостережень з питомою вагою 9,88%).

Отже, за результатами проведеного дослідження можна сформулювати наступні висновки щодо структурних зрушень у національному господарстві України за видами економічної діяльності у період 2001-2014 рр.:

- валова додана вартість національного господарства країни за період 2001-2014 рр. збільшилась у 7,54 рази, при цьому, максимальне зростання ВДВ відбулось у фінансовій та страховій діяльності (у 13,4 рази), мінімально – у водопостачанні, каналізації, поводження з відходами (у 0,88 рази);

- для більшості видів економічної діяльності України характерне економічне зростання з темпами в межах 100,0-109,9% протягом всього періоду дослідження;

- діапазон зміни темпів зростання валової доданої вартості був значним: від 51,8% у 2009 р. (будівництво) до 157,1% у 2006 р. (тимчасове розміщення й організація харчування). Під кінець періоду дослідження економічне зростання за видами економічної діяльності України не характеризується усталеністю та однорідністю;

- високі темпи економічного зростання ВЕД не забезпечують вагомий внесок у економічний розвиток країни. Дану тенденцію було виявлено співставленням темпів зростання валової доданої вартості та галузевої структури ВДВ. Так, види економічної діяльності зі питомою вагою більше 10% у загальному обсязі ВДВ (переробна промисловість, оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів й транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність) не мали високі темпи зростання ВДВ (не входили до першої четвірки видів економічної діяльності). Слід зазначити, діапазон коливань темпів зростання є незначним для цих видів економічної діяльності, порівняно з іншими ВЕД України. Отже, коливання економічного зростання в однакових межах протягом тривалого періоду забезпечує стабільний економічний розвиток.

Стабільний економічний розвиток національного господарства передбачає не лише досягнення якомога стійких темпів зростання ВВП, а й наявність якісних структурних зрушень в національному господарстві країни (табл. 4).

За період 2001-2014 рр. відбулись певні структурні зміни в національному господарстві країни:

- нарощення питомої ваги видів економічної діяльності, що належать до сфери нематеріального виробництва (на 12,4 в.п.), при скороченні питомої ваги видів економічної діяльності, що належать до сфери матеріального виробництва;

- за період дослідження реальний сектор економіки в цілому скоротився майже у 1,3 рази, переважно за рахунок сільського господарства, питома вага якого зменшилась на 4,4 в.п. (з 16,05% до 11,65%), промисловості – на 6,67 в.п. (з 30,19% до 23,52%) та будівництва (з 3,98% до 2,67%). Серед видів економічної діяльності, які належать до сфери нематеріального виробництва, знизилась питома вага транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності (з 13,41% до 7,3%), тоді як наростили питому вагу: оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (з 12,23% до 16,9%), фінансова та страхова діяльність (з 2,87% до 5,11%) та державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування (з 4,06% до 5,69%).

Протягом цілого ряду років за позитивної цінової кон'юнктури суттєвих структурних змін і заходів із модернізації у ВЕД не проводилось. Національне господарство України розвивалось за інерційним сценарієм. Досвід останніх років (2000-2014 рр.) свідчить, що основною проблемою економіки України залишаються як її енергоємність (через високу вартість енергоносіїв), так й загалом відсутність у підприємств інноваційної стратегії розвитку, яка б забезпечувала необхідний рівень оновлення й диверсифікації виробництва, підвищення його конкурентоспроможності.

На думку фахівців [7, 8, 9], Україна повторює шлях країн Центральної та Східної Європи зі



структурними змінами, що передбачають поступове щорічне нарощування сфери послуг (включаючи розвиток фінансових і високотехнологічних інформаційних послуг), із щоразу більшою залежністю інвестиційних процесів від фінансової сфери, насамперед потоків кредитних ресурсів (2008-2009 рр. та 2014-2015 рр. кредити Міжнародного валютного фонду), які стають вагомим фактором для економічного розвитку України.

**Висновки і пропозиції.** Протягом тривалого періоду (2001-2014 рр.) національне господарство України характеризується такими рисами: нестабільність економічного розвитку, відсутність якісних структурних зрушень, високий рівень тінізації, технічна та технологічна відсталість, значний фізичний та моральний знос основних фондів, низький рівень використання виробничих потужностей, висока матеріало-, енерго- та

ресурсоємність, відсутність або низький рівень інноваційної діяльності. Відсутність прогресу в освоєнні та впровадженні новітніх технологій заважали підвищенню конкурентоспроможності промисловості, що певною мірою спричинило глибоку структурну кризу та падіння виробництва. За часи незалежності України деградували великі високотехнологічні комплекси (авіабудування, електронна промисловість, радіоелектроніка, верстатобудування, приладобудування тощо), потенціал яких мав би стати підґрунтям економічного розвитку країни. Отже, вважаємо, що для забезпечення якісних структурних зрушень у національному господарстві України повинно враховувати реальні зрушення глобального масштабу і максимально корелювати з потребами суспільства, задоволення яких здійснюється в межах певних видів економічної діяльності.

### Список літератури:

1. Геец В.М. Трансформационные преобразования в Украине: переосмысливая пройденное и думая о будущем / Геец В.М. // Общество и экономика. – 2006. – № 3. – С. 23-53.
2. Статистичний щорічник України за 2001 рік / Державний комітет статистики України; відп. за вип. В.А. Головкин. – К.: Техніка, 2002. – 509 с.
3. Статистичний щорічник України за 2005 рік / Державний комітет статистики України; за ред. О.Г. Осауленка. – К.: Видавництво «Консультант», 2006. – 570 с.
4. Статистичний щорічник України за 2010 рік / Державна служба статистики України; за ред. О.Г. Осауленка. – К.: ТОВ «Август Трейд», 2011. – 560 с.
5. Національні рахунки України за 2012 рік: статистичний збірник – Київ: Державна служба статистики України, 2013. – 142 с. – С. 37-42.
6. Національні рахунки України за 2014 рік: статистичний збірник – Київ: Державна служба статистики України, 2016. – 172 с. – С. 45-47.
7. Згуровський М. Болісне одужання через кризу / М. Згуровський // Дзеркало тижня. – 2008. – № 47. – С. 8.
8. Кораблін С. Україна постіндустріальна / С. Кораблін // Дзеркало тижня. – 2010. – № 4(874). – С. 7.
9. Уманців Ю.М. Глобальні фінансові виклики: світовий досвід та українські реалії / Ю.М. Уманців // Фінанси України. – 2009. – № 1. – С. 73-85.

**Пирог О.В.**

Національний університет «Львівська політехніка»

## СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА УКРАИНЫ: ОТРАСЛЕВОЙ РАЗРЕЗ

### Аннотация

В статье представлены результаты исследования современных тенденций экономического развития национального хозяйства Украины и оценки структурных сдвигов за видами экономической деятельности. Проведенное исследование позволило выявить отраслевые особенности развития, определить отличия от тенденции страны и выявить структурные сдвиги в национальном хозяйстве страны. В период 2001-2014 произошли определенные структурные изменения в национальной экономике страны: (1) увеличилась доля видов экономической деятельности сферы нематериального производства (12,4), при одновременном снижении доли видов экономической деятельности, относящихся к сфере материального производства; (2) реальная экономика в целом снизилась почти в 1,3 раза. Опыт последних лет показывает, что основной проблемой экономики Украины остаются как ее энергоёмкость, так и в целом отсутствие у предприятий инновационной стратегии развития. Установлено, что управление структурными сдвигами в национальном хозяйстве Украины, является одним из направлений стратегии экономического развития страны, должно учитывать реальные сдвиги глобального масштаба и максимально коррелировать с потребностями общества, удовлетворение которых осуществляется в рамках определенных видов экономической деятельности.

**Ключевые слова:** национальное хозяйство, экономическое развитие, экономический рост, структурные сдвиги, виды экономической деятельности, Украина.

**Pyroh O.V.**

Lviv Polytechnic National University

## STRUCTURAL CHANGES IN ECONOMIC DEVELOPMENT OF NATIONAL ECONOMY OF UKRAINE: BY SECTORS

### Summary

The article presents the results of the current trends of economic development of the national economy of Ukraine and evaluating structural changes of economic activities. The study revealed features of the development industry, to determine the differences from country generalized trends and identify structural changes in the national economy of the country. During the period of 2001-2014 certain structural changes in the national economy of the country are: (1) increasing the share of economic activities within the sphere of non-material production (12.4), while reducing the share of economic activities belonging to the sphere of material production; (2) the real economy as a whole fell by almost 1.3 times. The experience of recent years shows that the main problem of Ukraine's economy remains as it is energy, so in general lack of enterprise innovation development strategy. Found that management of structural changes in the national economy of Ukraine that is one of the main strategies of economic development must take into account real changes on a global scale and most correlated with the needs of society, the satisfaction of which is within certain economic activities.

**Keywords:** national economy, economic development, economic growth, structural changes, economic activities, Ukraine.

УДК 332.01

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ В СИСТЕМІ КОНЦЕПЦІЙ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

**Писар Н.Б.**

Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника

У статті систематизовано та проаналізовано теорії та парадигми регіонального розвитку. Дослідження спрямовано на узагальнення та систематизацію існуючих теоретичних підходів до економічного регіонального розвитку з метою визначення можливості їх використання у процесі оптимізації розвитку регіональної економіки в Україні. При проведенні дослідження використані такі методи, як аналізу та синтезу, теоретичного узагальнення. Зроблено акцент на найбільш впливових напрямках в теорії розвитку економіки регіону. Обґрунтовано концептуалізацію об'єктної моделі розвитку економіки регіону.

**Ключові слова:** регіон, теорія, концепція, економічний процес, економічний простір, ресурсний потенціал.

**Постановка проблеми.** Починаючи з другої половини ХХ ст. розвиток національної економіки залежить від процесів інтеграції та регіоналізації. Зростання ролі регіонів в еволюції міжнародного співтовариства і в життєдіяльності багатьох сучасних держав робить важливими процеси регіонального розвитку. Ці процеси виявляються у вигляді подальшого розвитку регіональної інтеграції, розширення транскордонних регіональних зв'язків, у виникненні регіональних зон високого розвитку, у яких зосереджуються великі фінансові, технологічні й інтелектуальні ресурси. На сьогодні очевидним і вельми важливим видається зв'язок між процесами глобалізації та регіоналізації. Такі динамічні перетворення у сфері регіонального розвитку викликають підвищений інтерес науковців. Вони також постійно перебувають у полі зору значної частини національних і місцевих органів влади, котрі вирішують питання, що стосуються перспектив економічного регіонального розвитку, регіональних трансформацій, які відбуваються в суспільстві, і

їх наслідків у процесі розвитку транскордонних стосунків принципово нового типу. Результатом трансформаційних перетворень у національній економіці стало домінування «точкового» розвитку». Незважаючи на позитивний ефект від присутності на окремій території полюсів зростання, ця ситуація підсилює асиметричність в економічному розвитку порівняно з іншими територіями. Наслідком цього стає диференціація основних економічних і соціальних показників економічного регіонального розвитку. У зв'язку із цим вивчення регіональних концепцій і теорій економічного регіонального розвитку становить актуальне теоретичне і практичне завдання.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Великий внесок у теорію економічного простору внесли Ф. Перрокс і Ж. Будвіль, яким належить регіональне тлумачення полюса росту й виділення видів економічних просторів – гомогенне, поляризоване, планове. У. Айзардом, що узагальнив всі приватні теорії розміщення, був розроблений метод аналізу промислового комплексу, і прове-

дений аналіз регіональних виробничих систем і міжрайонних зв'язків. Значний внесок у теорію економічного простору внесли: Н.Н. Баранский, Н.Н. Некрасов, А.Е. Прост, Ю.Г. Саушкин та ін. Особлива заслуга в теоретичному обґрунтуванні економічного районування й формуванні територіальних виробничих комплексів належить Н.Н. Колосовському. Вагомий внесок у розвиток науки про регіони належить академікам А.Г. Аганбегяну та А.Г. Гранбергу. Широко відомі наукові праці С.С. Артоболевського, О.В. Грицай, В.Н. Лексина, А.І. Трейвиша, А.Н. Швецова й ін. Проблемами регіональної економіки займалися такі вчені економісти, як О.І. Амоша, Є.Дж. Блейклі, З.С. Варналії, М.І. Долішній, Я.А. Жаліло, В.І. Захарченко, І.І. Лукінов, В.І. Мунтіян, В.В. Третяк, Л.А. Яремко та інші. У дослідженнях цих учених увага приділяється реанімації та розвитку потенціалу регіонів. Також питанням формування стратегії економічного розвитку регіонів присвячували свої праці такі вчені, як С.І. Бандур, Л.В. Головка, Б.М. Данилишин, Т.А. Заяць, В.Т. Зінич, В.І. Куценко, Г.І. Онищук, М.І. Фащевський, М.А. Хвестик. Проте дані дослідження не враховують ринкових аспектів розвитку регіонального економічного простору. Тому в умовах економічних трансформацій виникає необхідність уточнення деяких теоретичних положень регіоналізації економіки і напрямів формування ефективної моделі розвитку економіки регіону, а наукові розробки зазначених проблем потребують узагальнення, систематизації та подальшого розвитку.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Відсутність єдиного підходу до основ теорії економічного простору, і особливо її регіональної складової, не дозволяє приступити до розв'язку цілого ряду практичних проблем системного формування єдиного економічного простору країни. Дані проблеми ставлять безліч питань прикладного характеру, на які економічна теорія не завжди може дати однозначну відповідь. Подібні питання мають безумовно теоретичний інтерес, але головне – відповіді на них можуть сприяти формуванню ефективної конкурентоспроможної економіки регіону.

**Цілі статті.** Головною ціллю даної праці є систематизація та обґрунтування основних концепцій і теорій економічного регіонального розвитку та розробка теоретичних засад дослідження економічного простору й практичне їх використання для вирішення питань просторового підходу в процесах регіонального розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Для опису сучасного розвитку регіонів останніми роками склалися декілька теорій, що дають змогу в динаміці розглядати проблеми, які виділяються. Серед таких теорій можна виділити еволюційну теорію, теорію стабілізації економіки та теорію поляризованого розвитку. Кожна з названих теорій описує різні динаміки регіонального розвитку й можливі способи вирішення виявлених проблем. Так, наприклад, еволюційна теорія регіонального розвитку [9] передбачає вирішення таких основоположних проблем: зміни суті регіонального розвитку та концептуальних моделей розуміння регіонів в умовах глобальної обцини і кризової економіки; обґрунтованості переходу від соціально до глобально орієнтованої регіо-

нальної політики; адекватності теорії зменшення міжрегіональних відмінностей при існуючій міжрегіональній диспропорції; пошуку нових парадигм регіональної інтеграції і співпраці [9, с. 37]. У своїй основі ця теорія базується на позитивістських основах, оскільки передбачає постановку питань про те, що треба робити.

У свою чергу, теорія стабілізації економіки пропонує нормативні методи контролю коливань рівня економічної активності, згідно з якими потрібно мінімізувати відхилення найважливіших економічних параметрів від встановлених нормативів, використовуючи при цьому відповідний політико-економічний інструментарій. Звертаючись до засновників сучасної теорії економічної політики – Я. Тінбергена і Г. Тейла, – можна стверджувати про те, що метою політики є функція добробуту або соціальних втрат, а виходячи з параметрів цих функцій, можуть бути точно визначені стратегія й тактика управління на макrorівні господарської системи, тобто вказані конкретні рішення, які дають змогу оптимізувати названі функції. При цьому кількість інструментів економічної політики не має бути меншою за кількість цілей цієї політики – лише в цьому випадку можливе ефективне управління на макrorівні. Під цілями розуміються певні кількісні показники, на досягнення яких має бути спрямована економічна політика, причому інструменти політики потрібно включити у функцію, що підлягає оптимізації, інакше не будуть враховані витрати використання самих інструментів, що різко ускладнить визначення доцільності їх вживання на різних етапах розвитку економіки [10, с. 28]. Водночас теорія поляризованого розвитку обґрунтовує закономірності територіальної концентрації населення і господарств у певних вузлових елементах, здатних впливати на навколишні райони і стимулювати їх розвиток. Прихильники теорії поляризованого розвитку доводили переваги концентрації виробництва, особливо «динамічних», пропульсивних галузей, у декількох центрах, що, за їх оцінками, дає чималий економічний ефект. Проте, як показала сучасна практика регіонального розвитку, поляризація економічного розвитку підсилює нерівномірність економічного зростання різних за своїми можливостями регіонів [5, с. 68].

З позицій економічної теорії регіонального розвитку виділяють наступні підходи до забезпечення ефективного розвитку економіки регіону:

- неокейнсіанський підхід до регіонального розвитку, згідно якого передбачається через кредитні механізми, зміни в податковому законодавстві, субсидії уряду та інвестицій регулювати міжрегіональні диспропорції, стимулюючи розвиток слаборозвинених регіонів;

- неокласичний підхід стверджує, що регіони, перебуваючи у вільній взаємодії, торгуючи, обмінюючись ресурсами, зможуть усунути існуючі відмінності за допомогою нерегульованого ринку;

- теорія регіоналізму, що концентрує свою увагу на аналізі розподілу ресурсів між регіонами спільно з політичною владою;

- теорія незбалансованого зростання, яка постулює, що ринкові взаємодії збільшують регіональні відмінності, закріплюють багатство одних регіонів і бідність інших;



– теорії життєвого циклу. Згідно йому розглядається життєвий цикл створюваних у регіоні нових продуктів, який поєднується з циклічними закономірностями розвитку самого регіону. Результатом заходів регіональної політики, які розробляються на основі теорії життєвого циклу, є стимулювання створення нових продуктів і технологій в регіоні та планомірна відмова від застарілих продуктів, що, безсумнівно, впливає на оздоровлення економічної структури регіону;

– інвестиційно-програмований підхід до розвитку регіональної економіки, що направлений на виявлення точки зростання конкурентоспроможності економіки регіону та розробку інвестиційної програми, яка включає певний комплекс дій щодо забезпечення стабільності у реалізації інвестиційної програми;

– еволюційна теорія регіонального розвитку (Й. Шумпетер) передбачає вирішення таких основоположних проблем: зміни суті регіонального розвитку та концептуальних моделей розуміння регіонів в умовах глобальної общини й кризової економіки; обґрунтованості переходу від соціально до глобально орієнтованої регіональної політики; адекватності теорії зменшення міжрегіональних відмінностей;

– теорія стабілізації економіки (Г. Дейлі) пропонує нормативні методи контролю коливань рівня економічної активності, згідно з якими потрібно мінімізувати відхилення найважливіших економічних параметрів від встановлених нормативів, використовуючи при цьому відповідний політико-економічний інструментарій;

– теорія поляризованого розвитку Ф. Перру [11] обґрунтовує закономірності територіальної концентрації населення і господарств. Ті центри й ареали економічного простору, де розміщуються підприємства пропульсивних галузей, формують полярність простору, стають полюсами концентрації факторів виробництва, оскільки забезпечують найбільш ефективно їхнє використання. Значний внесок у розвиток теорії полюсів зростання вніс Ж. Будвіль [12]. Згідно його концепції розвиток виробництва не відбувається рівномірно у всіх галузях господарства і завжди можна виділити динамічні галузі, які є стимулом розвитку всієї економіки і являють собою «полюси розвитку». Ж. Будвіль запропонував їх ієрархію, засновану на теорії центральних місць Ст. Кристаллера. Промисловість має важливий вплив на розвиток інших галузей економіки, маючи з ними тісні виробничі зв'язки і сприяє до економічно ефективної концентрації. Таким чином, будучи безпосередньо пов'язаною з теоріями зростання, концепція полюсів зростання підкреслює не причини, а лише форми прояву економічних і соціальних процесів. Дана теорія і використовувані нею концепції служать не тільки для пояснення нерівномірності економічного розвитку, але і вказують шляхи вирішення регіональних проблем – за допомогою створення в менш розвинених районах штучних «полюсів», або «точок зростання». Ж. Будвіль переніс цю теорію в конкретне економічне виробництво, конкретний регіон, дав регіональне тлумачення полюсу зростання. Він об'єднав простір і функцію в одне поняття – «полярність простору». Територіально-просторовий підхід по-новому розглядає проблему розвитку регіону в умовах

глобалізації, не відмовляючись при цьому від принципу суверенітету. Теорія полюсів зростання, висунута французьким економістом Ф. Перру, використовує уявлення про провідну роль галузевої структури економіки і в першу чергу лідируючих галузей, створюють нові товари і послуги. Суть даної теорії полягає в тому, що «зростання не відбувається скрізь і відразу, а виникає в точках або полюсах зростання, з неоднаковою інтенсивністю поширюється по різних каналах, викликаючи різноманітні кінцеві результати» [11]. При обмеженості ресурсів це дозволяє сконцентрувати їх там, де вони можуть принести найбільшу економічну віддачу. Ті центри і ареали економічного простору, де розміщуються підприємства лідируючих галузей, стають полюсами тяжіння факторів виробництва, оскільки забезпечують найбільш ефективно їх використання. Це призводить до концентрації підприємств і формування полюсів економічного зростання.

Так як на формування стратегії економічного розвитку регіону впливають процеси глобалізації, які супроводжують трансформацію регіональних економік в зв'язку з необхідністю структурних зрушень пошуком нових форм організації економічних взаємозв'язків, організації поляризованого простору в економіці регіону з метою підвищення та забезпечення конкурентоспроможності регіонів, то важливим чинником забезпечення ефективного розвитку економіки регіону має бути підвищення якості економічного простору регіону. Дослідження якості промислового розвитку регіону вимагає аналізу параметрів щільності природних ресурсів, розміщення, диференціації, концентрації економічної діяльності, існування господарсько-освоєних і неосвоєних територій, зв'язаність економічних зв'язків між частинами і елементами простору, умови мобільності товарів, послуг, капіталу, що визначаються розвитком транспортних і комунікаційних мереж.

Серед сучасних теорій регіональної економіки можна охарактеризувати:

– теорії розміщення діяльності. Сучасною тенденцією розвитку цих теорій є зміщення акцентів на нові нематеріальні сфери діяльності і фактори розміщення (різноманітність і якість сфери культури і рекреаційних послуг; творчий клімат, екологія). Закономірності розміщення пояснюються на основі аналізу суперечливих індивідуальних, регіональних, корпоративних і державних інтересів. В рамках цього наукового напрямку слід відзначити теорію дифузії інновацій (Т. Хегерстедт). Згідно цієї теорії, дифузія інновацій може бути трьох видів: дифузія розширення, коли інновації рівномірно поширюються по всіх напрямках від точки виникнення; дифузія переміщення (поширення в певному напрямку); змішаний тип, коли одне покоління інновацій має чотири стадії: виникнення, дифузії, накопичення, насичення; теорія відображає хвилеподібний характер дифузії інновацій;

– теорія регіонального життєвого циклу. В рамках цієї теорії процес виробництва товарів розглядається як процес з кількома стадіями: поява нового продукту, зростання його виробництва, зрілість (насичення), скорочення. На стадії інновацій потрібні активні персональні контакти, тому розміщення йде у великих містах. На стадії



зростання виробництво переміщується в периферійні регіони, але це створює ризик для невеликих міст, так як за стадією насичення починається зниження або припинення виробництва, поки не з'являться інші інновації у великих містах. Таким чином, регіональна економічна політика повинна будуватися на створенні сприятливих умов для інноваційної стадії у менш розвинених регіонах, наприклад, у вигляді створення освітніх і наукових центрів, технополісів в. ін.

– Просторова організація економіки. В рамках цього напрямку істотний інтерес викликає теорія полюсів зростання, центри економічного простору, де розміщуються підприємства лідируючих галузей, стають полюсами тяжіння факторів виробництва, оскільки забезпечують їх найбільш ефективне використання. В якості полюсів зростання можна розглядати не лише сукупність підприємств, але і конкретні населені пункти, що виконують в економіці країни функції джерела інновацій. Регіональний полюс зростання являє собою набір галузей, що розвиваються і розширюються, розміщених в урбанізованій зоні і здатних викликати подальший розвиток економічної діяльності в районі свого впливу. Таким чином, полюс зростання необхідно трактувати як географічну агломерацію економічної активності або як сукупність міст, які володіють комплексом швидко розвиваючих виробництв, які мають експортну орієнтацію. Полюси зростають за рахунок імпульсів, створюються зростанням загальнонаціонального попиту, імпульс зростання потім передається другорядним галузям. Між полюсами зростання формуються осі розвитку. Території, розташовані між полюсами росту і забезпечують транспортний зв'язок, отримують додаткові імпульси розвитку завдяки зростанню вантажо-потоків. Ці осі розвитку разом з полюсами росту формують просторовий каркас економічного зростання великого регіону чи країни. Даний підхід знаходить застосування на практиці; в господарсько-освоєних регіонах поляризація відбувається за рахунок модернізації і реструктуризації

промислових і аграрних регіонів, створення в них передових інноваційних виробництв разом з об'єктами сучасної інфраструктури. Такий підхід застосовується у Франції, Нідерландах, Великобританії, Німеччині та ін. країнах з досить високою щільністю господарської діяльності. У регіонах нового освоєння найбільш характерними полюсами зростання стають промислові вузли, які дозволяють комплексно освоювати природні ресурси, створюючи технологічний ланцюжок виробництв, разом з об'єктами інфраструктури.

Аналіз вітчизняних і зарубіжних досліджень в сфері регіональних досліджень дозволяє зробити висновок про те, що необхідною умовою формування поляризованого простору на регіональному рівні є достатній рівень якості економічного простору регіону, при цьому підвищення ефективності регіонального розвитку зумовлено зростаючим розвитком просторових полюсів економічного зростання, інноваційна активність яких сприяє дифузії нововведень у зони їх впливу і забезпечує згладжування диспропорцій у рівні соціально-економічного розвитку територій регіону,

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Запропонована концептуалізація сучасного регіонального розвитку дає змогу реально забезпечити системний характер проведення досліджень регіональних проблем і можливого вибору методів їх вирішення. Розгляд теоретичних основ, що описує особливості регіонального розвитку, дає змогу досить глибоко проникати в суть економічних явищ та процесів на рівні регіону. Це дозволить налагодити процеси регіональної економіки у відповідності до провідних суспільно-економічних тенденцій, побудувати консоль механізмів розвитку регіонів на макрота мікроекономічному рівні, регулювати розвиток продуктивних сил під впливом факторів інформаційної економіки, привнести у процес планування розвитку елемент поведінки економічних суб'єктів. Подальші дослідження будуть спрямовані на розробку об'єктної моделі інноваційного розвитку економіки регіонів України.

## Список літератури:

1. Ватченко О.Б. Теоретичне обґрунтування регіональної політики / О.Б. Ватченко // Регіональна економіка. – 2011. – № 3. – С. 27-34.
2. Возняк Г.В. Сучасні теорії та парадигми регіонального розвитку: практичний вимір для України / Г.В. Возняк // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 5. – С. 671-677.
3. Данилишин Б.М., Чернюк Л.Г., Фащевський М.І. Просторова організація продуктивних сил України: мезо- та мікрорегіональний рівень. – Вінниця: Книга-Вега, 2007. – 572 с.
4. Дегтярьова І. Теорії регіонального розвитку та їх еволюція як основа сучасного регіонального управління / І. Дегтярьова // Вісн. НАДУ. – 2010. – № 4. – С. 141-148.
5. Медвідь В.Ю. Сучасні концепції та теорії економічного регіонального розвитку / В.Ю. Медвідь // Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 2(71) – С. 66-70.
6. Приходченко Т.А. Теорії та концепції регіонального розвитку / Т.А. Приходченко // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2016. – № 9.
7. Пельтек Л.В. Развитие региональной промышленной политики держави: теорія, методологія, механізми: [монографія] / Л.В. Пельтек. – Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – 268 с.
8. Регіональна політика в країнах Європи: Уроки для України / за ред. С. Максименка / Київ. центр Ін-ту Схід-Захід. – К.: Логос, 2000. – 171 с.
9. Сухарев О. Государственное регулирование экономики: инвестиционные аспекты промышленной и региональной политики / О. Сухарев // Инвестиции в России. – 2006. – № 2. – С. 37-40.
10. Сухарев О. Функциональность и дисфункциональность хозяйственных систем: инновации, инноваторы и экономическая политика / О. Сухарев, И. Татаринцева // Инвестиции в России. – 2004. – № 3. – С. 28-37.
11. Perru F. Les techniques quantitatives de la piar Economic et societe / F. Perm. – Paris: Economic, 1969.
12. Boudeville J. Problems of regional economic planning / J. Boudeville. – Edinbyrgh, 1992. – 192 p.

**Писарь Н.Б.**

Прикарпатский национальный университет  
имени Василия Стефаника

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ В СИСТЕМЕ КОНЦЕПЦИЙ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

### Аннотация

В статье систематизированы и проанализированы теории и парадигмы регионального развития. Исследование направлено на обобщение и систематизацию существующих теоретических подходов к экономическому региональному развитию с целью определения возможности их использования в процессе оптимизации развития региональной экономики в Украине. При проведении исследования использованы такие методы, как анализа и синтеза, теоретического обобщения. Сделан акцент на наиболее влиятельных направлениях в теории развития экономики региона. Обоснована концептуализация объектной модели развития экономики региона.

**Ключевые слова:** регион, теория, концепция, экономический процесс, экономическое пространство, ресурсный потенциал.

**Pysar N.B.**

Precarpathian National University named after Vasyl Stefanyk

## THEORETICAL BASES OF SPATIAL DEVELOPMENT IN THE SYSTEM OF CONCEPTS OF REGIONAL STUDIES

### Summary

The article analyzed and systematized the theory and the paradigm of regional development. The study is aimed at generalization and systematization of the existing theoretical approaches to regional economic development to determine the possibility of their use in the optimization process of regional economic development in Ukraine. The study used such methods as analysis and synthesis, theoretical generalizations. Focus on the most influential directions in the theory of economic development of the region. Grounded conceptualization of the object model of the development of the regional economy.

**Keywords:** region, theory, concept, economic process, economic space, resource potential.

УДК 311.42:338.1:640.41

## РОЗВИТОК СУЧАСНИХ ЕКО-ТЕНДЕНЦІЙ У ГОТЕЛЬНИХ ГОСПОДАРСТВАХ МІСТА КИЄВА

**Пушка О.С., Тіхонова Д.Ю.**

Національний університет харчових технологій

В статті проаналізовано стан розвитку еко-готелів у світі. Розглянуто основні засоби розміщення з екологічним спрямуванням в Україні. Встановлено, що найбільша кількість подібних готельних підприємств зосереджена в м. Києві. Екологічний менеджмент – це сучасна галузь науки. Наведено основні переваги України щодо інвестування в будівництво нових еко-готелів.

**Ключові слова:** готельне господарство, екологія, еко-готель, сертифікація, інвестування.

**Постановка проблеми.** Життя нерозривно пов'язане з природним середовищем. На ранніх етапах свого становлення людина, користуючись продуктами природи, не завдавала помітної шкоди природним ресурсам. Але з посиленням практичної діяльності, пов'язаної з винаходом знарядь праці, вплив її на природу неухильно зростає. В останні десятиліття ХХ століття у зв'язку із високими темпами науково-технічного прогресу, небувалим розширенням сфер матеріального виробництва він став особливо значним і великомасштабним.

Неухильно зростає населення нашої планети, що потребує відповідного збільшення видобутку й виготовлення життєвих ресурсів для забезпечення його проживання. Наслідки впливу людини на навколишнє середовище сумні й тривожні: порушуються природні угруповання й ландшафти, забруднюється атмосфера, морські акваторії і прісні водойми, руйнується ґрунтовий покрив, зменшуються лісові ресурси та чисельність видів рослин і тварин, хімічні сполуки, які циркулюють у біосфері, шкодять здоров'ю людини та всьому живому.

Виходячи з вищенаведеного, збереження екологічної рівноваги навколишнього середовища є досить актуальною темою сьогодення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Частка екоотелів в країнах Західної Європи та США відносно невелика і рідко перевищує 20% від загальної кількості готелів. В Україні їх набагато менше. Можна було б скористатися ситуацією і відкрити великий екоготель на 250-300 номерів, адже таких готелів в Україні немає.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Україна – одна з найурбанізованіших країн Європи – у містах мешкає майже 70% населення. Висока концентрація техногенних об'єктів сприяє забрудненню довкілля, знижує комфортність життя. Основними джерелами забруднення атмосфери міста є транспорт, енергетичні системи та промисловість. В результаті формується шумове, вібраційне та електромагнітне забруднення міст.

Сприяють захворюванням не тільки хімічні (хімічні, металургійні комплекси), а й фізичні (міський шум), фізико-хімічні забруднення (підвищений штучний електромагнітний та природний радіоактивний фон).

Темпи росту загальної захворюваності за останнє десятиріччя зросли на 35-40%, переважно за рахунок злоякісних пухлин, серцево-судинних хвороб, бронхіальної астми, цукрового діабету, алергій. В багатьох містах України – Запоріжжя, Маріуполь, Кривий Ріг, Макіївка, Лисичанськ, Дніпродзержинськ, Донецьк, Дніпропетровськ концентрації шкідливих речовин перевищують їх ГДК у 25-100 разів.

Це результат антропогенного забруднення природного середовища. Цьому могли б певною мірою зарадити зелені насадження, раціональне проектування та забудова міст.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є визначення перспектив інвестування в готельне господарство України.

**Виклад основного матеріалу.** Покращення екологічного становища у світі завжди було і залишається актуальною темою, яка змушує змінювати старі стереотипи та методи роботи на нові. Недбале ставлення людства до природи призвело до катастрофічного та критичного стану середовища проживання.

За даними екологів, один житель України створює в середньому 0,5 кг сміття в день, тобто 182,5 кг за рік, а 46 мільйонів українців залишають щорічно після себе 8 млн. тонн сміття. Ці показники вражають своїм масштабом та швидкістю зростання. Великі іноземні та вітчизняні підприємства стали підтримувати ідеї скорочення небезпечних викидів у навколишнє середовище. Готельні підприємства почали активно долучатися до порятунку довкілля, вводячи в свою діяльність поняття «екологічного менеджменту» [1].

Екологічний менеджмент – це сучасна галузь науки, яка являє собою сукупність принципів, форм, методів, прийомів і засобів управління виробництвом та виробничим персоналом підприємства з метою досягнення економічної ефективності виробництва, екологічної цілісності та соціальної справедливості у контексті вимог сталого розвитку. Відповідно до наведеного механізму екологічний менеджмент можна визначити як

комплекс заходів, які охоплюють управління ресурсами, виробничими процесами та продукцією і спрямовані на зменшення негативних впливів виробничої діяльності на довкілля й підвищення ефективності роботи підприємства.

Перший екологічний готель відкрився у Мілані. Це чотиризірковий готель «Hotel Scala», що розташований у семиповерховій споруді замку, що був побудований у кінці XIX століття, недалеко від театру «Ла Скала». Для контролю за температурою повітря і подачею гарячої води у готелі застосовується спеціальна система відновлення енергії з використанням відновлювальних джерел. Так, готель не використовує паливо і тому не викидає до атмосфери таку забруднюючу речовину, як вуглець.

В Нью-Йорку на розі 44-ї вулиці і 8-ї авеню, поряд з Таймс-Сквер відкрився готель «InterContinental». Це перший готель в Манхеттені, який побудовано з нуля за остані 8 років. «InterContinental» став найкрупнішим готелем на східному узбережжі, до того ж створеним з використанням самих сучасних екологічних розробок. Наприклад, при його будівництві використовувалися переробні матеріали, у номерах споруджені туалети з низькою витратою води, а на 2-му і 7-му поверхах споруджені зелені тераси.

Новий готель у Стокгольмі обігривається теплом людських тіл. «Kungsbrohuset», який вже назвали самою екологічною офісною будівлею у світі. Вона разом з готелем використовує для опалення тепло, що виділяється 25 тисячами пасажирів, які щоденно проходять в переходах під розташованим поруч Центральним вокзалом.

Велика кількість іноземних готельних мереж та готелів запроваджують екологічну концепцію діяльності, розробляючи різноманітні інноваційні проекти економії ресурсів та збереження довкілля.

Аналіз стану готельного господарства України свідчить про серйозну проблему невідповідності більшості українських готелів сучасному світовому рівню комфорту і сервісу. Застаріла матеріально-технічна база готельного господарства, нестабільність політичної ситуації, недоліки законодавства у сфері інвестування та підприємництва, невідповідність податкової та бухгалтерської систем міжнародним стандартам породжує великі перепони на шляху розвитку готельної індустрії.

Готелі в різних містах України стикаються з однаковими проблемами: жалюгідний стан матеріально-технічної бази, падіння рентабельності, коефіцієнт завантаження на рівні близько 25%, вимушено високі ціни, щоб покрити експлуатаційні витрати. У зв'язку з цим вони стають неконкурентноспроможними та не можуть втриматися на вітчизняному ринку.

Екологічний напрям розвитку для України є новим і лише набирає обертів. Протягом останнього року відкрилося близько десяти нових екоготелів. Найбільше їх у Західній Україні, Черкаській і Полтавській областях [2].

Найбільшою перепорою для збільшення готельних закладів екологічного спрямування є фінансова сторона, яка потребує значних інвестицій. Деякі експерти попереджають: кошторис будівництва екоготелю може відрізнятись від стандартного мінімум удвічі. В країнах Західної Європи створені спеціальні фонди, які або надають



кредит під дуже низькі відсотки для будівництва екоготелю, або дарують частину обладнання для її роботи. В Україні такої практики немає. Тому всі ці витрати неминуче позначаються на вартості проживання: прайси в еко-готелях як мінімум на 30% вищі, порівняно з іншими готелями.

У зв'язку з прийнятим у 2011 році Законом України «Про основні засади державної екологічної політики України на період до 2020 року», який визначає політичний курс України на екологізацію усіх сфер економіки, таким інноваційним напрямом розвитку може стати створення та введення екологічного менеджменту в готельні господарства [3].

Сертифікація готельних послуг в Україні є добровільною процедурою (з 05.09.2012 р.), велика кількість підприємств зацікавлені в проведенні екологічної сертифікації з метою отримання статусу «екологічний готель».

Обов'язковою умовою для присвоєння готелю статусу «екологічний» є сертифікація незалежною третьою стороною або державою, на території якої він знаходиться.

Екологічна сертифікація – це система еко-маркування для закладів готельного господарства, основною метою якої є сприяння зменшенню тиску на природне середовище від експлуатації туристичних об'єктів шляхом відзначення, популяризації та стимулювання розвитку корисних ініціатив і екологічних методів управління туристичною індустрією.

Україна поступово крокує на шляху адаптації системи технічного регулювання до вимог ЄС, де державні обов'язкові вимоги поєднуються з добровільними сертифікаційними системами, що відповідають єдиним уніфікованим вимогам міжнародних та європейських стандартів.

В Україні питання застосування екологічних маркувань та декларацій регулюється на державному рівні Технічним регламентом з екологічного маркування, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 18 травня 2011 року № 529.

Таблиця 1

## Існуючі класифікації екологічної сертифікації

За територією охоплення:		
Міжнародні (ISO14001, EMAS)	національні («ANAB» у ЄС)	регіональні («Blue Angel» в Німеччині)
За об'єктами сертифікації:		
Сертифікація товарів («ANAB» у ЄС)	сертифікація послуг («Green Globe», «Blue Flag»)	змішані (товарів і послуг) (ISO14001).

В останні роки відбулися серйозні зрушення в сфері екологічної сертифікації підприємств готельного господарства України. На готельний ринок вийшла міжнародна програма екологічної сертифікації готелів та курортів Green Key («Зелений Ключ»), яка є одним із 5 проектів міжнародної недержавної незалежної організації Foundation for Environmental Education (Міжнародної Організації з екологічної освіти), головний офіс якої розміщений в Данії, м. Копенгаген.

В Україні діяльність «Зеленого Ключа» представлена громадською організацією «Екологічна

ініціатива». Першим в Україні еко-сертифікованим готелем є Radisson Blu, який знаходиться у м. Києві.

На діаграмі вказані кількість сертифікованих готелів «Green key» у світі (рис. 1).

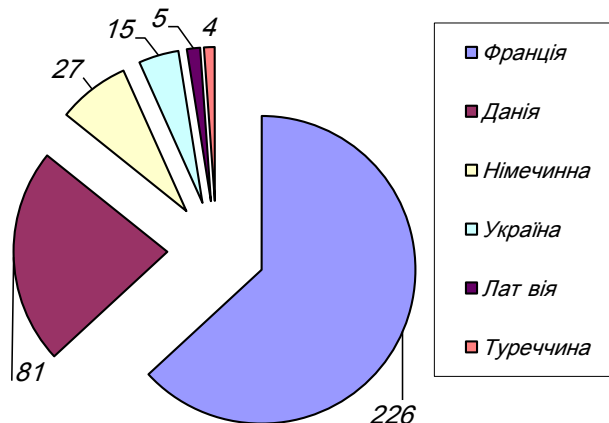


Рис. 1. Кількість сертифікованих готелів «Green key» у світі

З діаграми слід відмітити, що Україна рухається у вірному напрямку та знаходиться на четвертому місці за кількістю «зелених» готелів у світі. Найбільша кількість таких засобів розміщена в столиці України (табл. 2).

Таблиця 2

## Засоби розміщення України, які отримали еко-сертифікат Green Key

Місто	Підприємство готельного господарства
Київ	Radisson Blu Hotel; Maison Blanche; Maison Blanche (Mytnitsa); Rus Accord Hotel; Баккара Арт-готель
Львів	Reikartz Dworzec Lviv; Reikartz Medievale Lviv; Дністер Прем'єр Готель
Миколаїв	Reikartz Рівер Миколаїв
Запоріжжя	Reikartz Запоріжжя
Дніпропетровськ	Reikartz Дніпропетровськ
Харків	Reikartz Харків
АРК	Ореанда, Красотель-Левант

Україна є досить перспективною з точки зору інвестування в еко-готельно-ресторанний бізнес, оскільки має ряд переваг, у порівнянні з сусідніми державами:

- наявність рекреаційних ресурсів та територій, придатних для розташування еко-готелів;
- становлення та розвиток виробництва екологічно сертифікованої будівельної продукції;
- наявність значної кількості навчальних закладів з підготовки фахівців у сфері гостинності;
- наявність наукових, науково-дослідних центрів, що спеціалізуються на розробці енерго-, водозберігаючих технологій, підготовці фахівців відповідної спеціалізації;
- становлення виробництва екологічно чистих продуктів харчування;
- наявність широкого спектру додаткових послуг;
- послаблення податкового тиску у сфері гостинності.

Значний відсоток готельних підприємств зосереджені саме в Києві. Існуючі столичні готелі



в більшості своїй побудовані ще в часи СРСР і лише небагато з них реконструювалися в останні роки, але це великий туристичний центр країни, в якому зосереджені історико-культурні пам'ятки не лише всеукраїнського, а й світового значення. У місті – 3850 пам'яток, дві з яких – Софійський і Києво-Печерський заповідники – занесені в реєстр пам'яток ЮНЕСКО [4].

Серед столичних готелів підприємств з екологічним напрямом тут можна виділити лише незначну кількість, які змінюють застарілі принципи та методи роботи. Зазвичай до змін вдаються великі міжнародні готельні підприємства, які визнали екологічність пріоритетним напрямом для споживача. Вітчизняні готелі значно відстають у своєму розвитку та скласти конкуренцію іноземним просто не в змозі. Застаріла матеріально-технічна база, відсталі методи роботи, відсут-

ність сприятливої бази для розвитку готельної індустрії стають неймовірним тягарем, який не дає можливості прогресувати та рухатися в напрямку нових тенденцій.

**Висновки і пропозиції.** На основі проведеного аналізу встановлено, що в усьому світі спостерігається тенденція до збереження природних ресурсів. Готельне господарство розпочало активний розвиток, запроваджуючи альтернативні засоби збереження природних ресурсів. Аналогічна тенденція спостерігається і в Україні, проте має слабкий розвиток, що пов'язано, в більшій мірі з економічними проблемами та нестачею фінансування.

Тому, для подальшого розвитку готельне господарство України потребує проектування нових або реставрацію вже існуючих готелів із впровадженням еко-систем та новітніх технологій збереження навколишнього середовища.

### Список літератури:

1. Гостиничний бізнес. – Режим доступу: <http://prohotelia.com.ua/2013/01/12-events-and-trends-of-2012/>
2. Державна служба статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Green Key. – Режим доступу: <http://www.greenkey.org/Menu/Criteria/Hotels>
4. Асоціація малих готелів та апартаментів України. – Режим доступу: <http://www.smallhotels.com.ua/>

**Пушка О.С., Тихонова Д.Ю.**

Национальный университет пищевых технологий

## РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННЫХ ЭКО-ТЕНДЕНЦИЙ В ГОСТИНИЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ ГОРОДА КИЕВА

### Аннотация

В статье проанализировано состояние развития эко-отелей в мире. Рассмотрены основные средства размещения с экологическим направлением в Украине. Установлено, что наибольшее количество подобных гостиничных предприятий сосредоточена в г. Киеве. Экологический менеджмент – это современная отрасль науки. Приведены основные преимущества Украины по инвестированию в строительство новых эко-отелей.

**Ключевые слова:** гостиничное хозяйство, экология, эко-отель, сертификация, инвестирование.

**Pushka O.S., Tihonova D.U.**

National University of Food Technologies

## DEVELOPMENT OF CONTEMPORARY ECO-TENDENCIES IN THE HOTEL FACILITY OF KIEV

### Summary

The article analyzes the state of development of eco-hotels in the world. The main means of accommodation with an environmental direction in Ukraine are considered. It is established that the largest number of such hotel enterprises is concentrated in Kiev. Environmental management is a modern branch of science. The main advantages of Ukraine in investing in the construction of new eco-hotels.

**Keywords:** hotel economy, ecology, eco-hotel, certification, investment.

УДК 331.1:338.43

## ЯКІСНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ОДИН ІЗ ФАКТОРІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Речка К.М.

Таврійський державний агротехнологічний університет

У статті обґрунтовано необхідність врахування соціально-економічних та освітньо-кваліфікаційних факторів підвищення продуктивності праці з метою ефективного використання персоналу на підприємствах аграрної галузі. Проаналізовано термін «управління персоналом». Розглянуто функції, задачі системи управління персоналом підприємства, запропоновано напрями підвищення її ефективності. Визначено принципи, яких мають дотримуватися керівники аграрних підприємств, аби управління було максимально ефективним.

**Ключові слова:** персонал, управління персоналом, аграрне підприємство, система управління персоналом.

**Постановка проблеми.** Активний розвиток продуктивних сил і виробничих відносин у контексті поширення глобалізаційних процесів стимулює зміни в організації праці на сільсько-господарських підприємствах. Останні проявляються в зміні відношення працівників до роботи та удосконаленні системи управління ними. Від ефективності праці та управління персоналом залежить результативність функціонування суб'єктів господарювання.

Для сільськогосподарських підприємств характерна відсталість у питаннях впровадження прогресивних систем управління персоналом, які вже активно використовують в інших галузях. Недооцінювання важливості застосування інноваційних підходів у цій сфері призводить до втрати можливостей нарощування фінансового зростання господарств.

Таким чином, для підвищення ефективності функціонування, забезпечення кількісного і якісного розвитку, налагодження зовнішньоекономічної діяльності сучасним сільськогосподарським підприємствам необхідно впроваджувати інноваційні підходи до організаційно-економічного удосконалення системи управління персоналом. Проте, незважаючи на важливість організації заходів, спрямованих на підвищення ефективності управлінського процесу на сільськогосподарських підприємствах, у теоретико-методологічному та прикладному забезпеченні вирішення відповідних питань залишається чимало проблем.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Кризові явища в аграрному секторі економіки України обумовили посилення вимог до управлінської діяльності в сільському господарстві, зокрема набувають актуальності питання антикризового управління та управління персоналом. У сучасних соціально-економічних умовах людина є основною рушійною силою інноваційних процесів розвитку суспільства, своєрідним «пусковим механізмом» для приведення в дію продуктивних сил, а управління персоналом набуває значення системоутворюючого чинника виробництва. Трансформація виробничих відносин вимагає зосередження уваги на якісному аспекті управління персоналом підприємства, без чого неможливо забезпечити економічний розвиток суспільства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Велика кількість науковців та управлінців шукає шляхи ефективнішої організації праці та

управління нею, задля досягнення найкращих результатів. Отже, управління персоналом є однією із найважливіших сфер діяльності організації, що може набагато підвищити ефективність будь-якого виробництва. Дослідженню окресленої проблематики присвячено чимало наукових праць вітчизняних і зарубіжних авторів. Теоретико-методологічні та методикоприкладні аспекти удосконалення системи менеджменту персоналу висвітлюються у працях вітчизняних вчених – В.Г. Андрійчука, І.Ф. Баланюка, О.А. Біттера, О.М. Бородіної, Н.І. Василенко, О.А. Грішньої, М.І. Долішнього, В.Ю. Лисака, М.Й. Маліка, Л.С. Сас, К.І. Якуби, М.А. Лендела, Г.В. Черевка, О.В. Шебаніної, Л.О. Шепотько, О.Г. Шпикуляка, В.В. Юрчишина та ін. Проблеми і перспективи розвитку HR-менеджменту активно досліджуються такими зарубіжними вченими, як R. Bennett, R. Gareth, M. George, L. Mullins. Водночас, незважаючи на чималу кількість науково-теоретичних та прикладних розробок у цій сфері, проблема організації ефективного управління персоналом сільськогосподарських підприємств залишається невирішеною і потребує продовження системних поглиблених досліджень.

**Мета статті.** Метою даної статті є обґрунтування функцій і ролі процесу управління персоналом та виявлення високої ефективності даного процесу на організаційно-економічний механізм на сільськогосподарських підприємствах.

**Виклад основного матеріалу.** Зважаючи на утвердження поглядів щодо діяльності підприємства як багатофункціональної економічної системи, слід зауважити, що людина в цій системі відіграє роль рушійного механізму. Практична реалізація принципів менеджменту полягає в залученні працівників які професійно виконують свої обов'язки і спроможні досягати мети організації до управління підприємством, оскільки працівник повинен відчувати свою участь у реалізації стратегії розвитку підприємства, усвідомлювати залежність рівня свого добробуту від його успіху.

У сучасному аграрному середовищі проблеми організації і функціонування управлінської системи недооцінюються з точки зору їх важливості і можливості досягнення очікуваних результатів. Сучасні агровиробники вважають, що мають актуальні фінансові, технічні та інші виробничо-господарські проблеми, а питання удосконалення управлінських аспектів не є актуальними. Саме з цього починаються усі проблеми функціонування

сільськогосподарських підприємств, тому що організація усієї діяльності підприємства залежить від раціональності прийнятих управлінських рішень. Особливо недостатньо приділяється уваги управлінню персоналом. Проте, враховуючи, що основними складовими виробничого потенціалу є земля, матеріально-технічні ресурси та персонал, то досягти підвищення ефективності його використання можна лише через управління трудовими ресурсами.

Тому у загальній системі менеджменту на сільськогосподарському підприємстві визначальним елементом слід відокремити управління персоналом. Через організацію менеджменту трудовими ресурсами можна досягти підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва загалом, оскільки з усіма матеріально-технічними та земельними ресурсами працює людина і саме вона може забезпечити організацію виробничого процесу та впливати на його результативність.

Впровадженню на сільськогосподарських підприємствах ефективної системи менеджменту персоналу повинна передувати розробка організаційно-економічного забезпечення цього процесу.

Під організаційно-економічним забезпеченням управління персоналом ми розуміємо систему синергійно взаємопов'язаних організаційних та економічних забезпечуючих факторів для налагодження високорезультативного HR-менеджменту на підприємстві. Досліджуване явище є специфічним в прикладному значенні, оскільки об'єктом і суб'єктом управління виступає людина. Тому для досягнення поставленої мети необхідно є розробка і реалізація цілісного організаційно-економічного забезпечення системи управління персоналом.

Реформування аграрного сектора економіки України зумовило потребу активізації зусиль сільськогосподарських підприємств у напрямку пошуку й застосування адекватних сучасним реаліям способів підвищення ефективності господарювання з метою досягнення конкурентних переваг на ринку. Важливого значення в таких умовах набуває управління персоналом, як один із провідних чинників функціонування сільськогосподарських підприємств.

Скорочення чисельності працівників сільськогосподарських підприємств, низька оплата праці, відсутність заходів з розвитку персоналу, значна його плінність – тільки окремі факти, що свідчать про недостатню увагу до управління персоналом.

Заходи з управління персоналом мають підпорядковуватись меті та цілям діяльності підприємств у поєднанні з потребами й інтересами працівників. Їх налагодження з урахуванням наукових засад, методів, підходів, принципів, зовнішніх і внутрішніх чинників впливу підвищать віддачу всіх наявних виробничих ресурсів та поліпшать соціально-економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств.

На даному етапі розвитку сільське господарство України характеризується трансформаційними процесами, пов'язаними зі змінами форм господарювання, збільшенням частки підприємств, створення принципово нових сільськогосподарських формувань. Переважна більшість підприємств аграрної галузі значно зменшила обсяги виробництва, змінила спеціалізацію, що

зумовило потребу у сумісництві посад окремих спеціалістів та фахівців і загострило проблему ефективного використання наявного робочого персоналу. Загальновідомим є той факт, що побудова ефективної системи управління персоналом, достатня забезпеченість підприємства працівниками, справляє позитивний вплив на основні економічні показники їх діяльності, такі як: продуктивність праці, прибуток, рентабельність тощо [3, с. 123].

Вивчення проблем ефективного управління персоналу аграрних підприємств, обумовлено об'єктивними якісними змінами, що характеризують сучасну діяльність і трансформації в аграрному секторі, активну й визначальну роль людських ресурсів в управлінні підприємством [7, с. 9].

Управління персоналом здійснюється в межах організаційних структур, через які реалізується планомірний і систематичний вплив на поведінку членів колективу організації та відносини між ними. Ці структури мають сприяти цілеспрямованому й ефективному управлінню персоналом і всією організацією через механізм взаємодії принципів і засоби управління. Щодо сказаного вище, влучно висловився Бенджамін Франклін «Добре виконане завжди краще, ніж добре сказане» [5].

Кожне підприємство характеризується особливостями діяльності, ставить перед собою специфічні цілі, а кожен працівник має свої цінності й установки. Крім того, зовнішнє середовище, в якому функціонують підприємства, постійно змінюється, як і показники, що характеризують його персонал. Отже, доцільним є формування такої системи управління персоналом, яка враховувала б особливості діяльності саме аграрного підприємства.

Головна мета управління персоналом полягає в забезпеченні підприємства працівниками, які відповідають вимогам даного підприємства, а також їхньої професійної та соціальної адаптації.

Важливою складовою особливості управління персоналом є створення умов для підвищення продуктивності праці. Як вбачають окремі науковці, зокрема К.Р. Макконнелл та С.Д. Брю, під продуктивністю праці розуміють середній її продукт праці чи виробіток одного працівника за одну годину [4, с. 780]. Іншими словами, це поняття характеризує відношення результату до витрат праці [4, с. 636]. Продуктивність праці – важливий трудовий показник: від її рівня і динаміки залежить чисельність працівників, рівень і фонд оплати праці, обсяг виробництва продукції тощо.

Значна увага має приділятися управлінню кар'єрним ростом працівника. У працях В. Храмова рекомендується розробити ланцюжок кадрових переміщень у вигляді планування кадрового резерву та схеми заміщення посад.

Невід'ємною складовою ефективного управління персоналу була й залишається система оцінювання працівників. Головне її завдання полягає у «визначенні його трудового потенціалу, рівня використання цього потенціалу, відповідності працівника наявним вимогам до посади (професії), міри ефективності його трудової діяльності, а отже, у визначенні цінності працівника для підприємства» [2, с. 303].

Поняття «управління персоналом підприємства» охоплює всю сукупність організаційних заходів, спрямованих на оптимальне, кількісне



й якісне формування персоналу та повне використання його можливостей у процесі діяльності підприємства. Проте єдиного правильного формування категорій «управління персоналом» не існує, оскільки кожен науковець по-своєму трактує даний процес.

Отже, управління персоналом – це функція в рамках підприємства, що полягає в наборі, управлінні та забезпеченні керівництвом людей, які працюють в самому підприємстві, займаються питаннями, пов'язаними з компенсацією, наймом, управлінням, організаційним розвитком, безпекою, благополуччям, мотивацією, управлінням та підготовкою кадрів.

Управління персоналом здебільшого повинно мати соціальну спрямованість, орієнтуватися на інтереси працівника. При цьому рішення, що приймаються, мають відповідати не тільки інтересам виробництва, а і його соціальній складовій – колективу підприємства. Тобто управління має передбачати створення умов для поглиблення знань, підвищення кваліфікації; поліпшення мотивації з одночасним розширенням повноважень працівників у прийнятті рішень; гнучке та адаптоване використання «людських ресурсів», підвищення активності персоналу, формування організаційної культури [12].

Мета управління персоналом включає поєднання ефективного навчання персоналу, підвищення кваліфікації та стимулювання його до високоефективної праці. Управління персоналом передбачає виконання певних функцій, а саме: визначення цілей і основних напрямів роботи з кадрами; удосконалення системи кадрової роботи на підприємстві; визначення заходів, форм і методів здійснення поставлених цілей; організація роботи з виконання прийнятих рішень стосовно управління персоналом; координація і контроль виконання намічених заходів.

Завданням управління персоналу є удосконалення кадрової політики; використання і розвиток персоналу; вибір і реалізація стилю управління людьми; організація горизонтальної координації кооперації; покращення організації робочих місць і умов праці; визнання особистих досягнень у праці; вибір системи оплати й стимулювання [6].

Управління персоналом в аграрних підприємствах відбувається за допомогою системи управління персоналом. Під системою управління персоналом О.В. Крушельницька розуміє сукупність взаємопов'язаних елементів, які відрізняються функціонально, діють автономно, але спрямовані на досягнення загальної мети [6].

Отже, система управління персоналом – це підсистема управління підприємством, спрямована на залучення та ефективно використання наявної на підприємстві робочої сили, заснована на виконанні специфічних функцій, розподілених серед управлінців підприємства.

Систему управління персоналом на підприємстві неможливо відокремити від системи управління організацією в цілому, бо перша включає в себе не тільки функціональні підрозділи, які займаються роботою з персоналом, а й усіх лінійних керівників – від директора до бригадира, а також керівників структурних підрозділів, що виконують функції технічного, виробничого, еко-

номічного керівництва, керівництва зовнішніми господарськими зв'язками і т.п.

Функції системи управління персоналом:

- Визначення потреб у персоналі;
- Забезпечення персоналом;
- Розвиток персоналу;
- Використання персоналу;
- Мотивація праці та управління поведінкою персоналу;
- Правове та інформаційне забезпечення процесу управління [9].

До основних завдань системи управління персоналом можна віднести:

- Допомогу підприємству в досягненні її цілей;
- Ефективне використання майстерності і можливостей кожного працівника;
- Забезпечення організації висококваліфікованими і зацікавленими службовцями;
- Прагнення до найбільш повного задоволення службовців своєю роботою, до їх найбільш повного самовираження;
- Розвиток і підтримку на високому рівні якості життя, що робить бажаною роботу в цьому підприємстві;
- зв'язок управління персоналом з усіма службовцями;
- допомогу в збереженні доброго морального клімату;
- управління рухом до взаємної вигоди індивідів, груп підприємств, суспільства [1].

Задля максимально ефективного управління персоналом керівники підприємства мають дотримуватися наступних принципів:

1. **Людина – основа корпоративної культури.** Успішні підприємства приділяють велику увагу персоналу; коли людей ставлять на вершину змін, вони стають рушійною силою цих змін.

2. **Менеджмент для всіх.** Управління має здійснюватися на трьох рівнях: вище керівництво, середнє керівництво («команда») і нижня ланка («співробітники»).

3. **Ефективність як критерій успіху підприємства,** що полягає в досягненні мети з мінімальним використанням ресурсів і максимальним отриманням прибутку.

4. **Взаємини як критерій успіху підприємства.**

5. **Якість як критерій ефективності.** Необхідно працювати з п'ятьма взаємозалежними підсистемами якості: особиста якість, якість команди, якість продукції, якість сервісу і якість організації.

6. **Команда як критерій успіху підприємства.** Усі команди й окремі співробітники, які входять до єдиної команди, роблять внесок як в успіх, так і в провали організації.

7. **Навчання – ключ до розвитку та змін** і невід'ємна частина життєво важливого процесу просування підприємства [11].

Серед напрямів підвищення ефективності системи управління персоналом аграрного підприємства виділяють такі:

1. Удосконалення структури управління, максимальне її спрощення, децентралізація більшості функцій, визначення повноважень керівництва з урахування кваліфікацій та особистих якостей.

2. Автоматизація та організація робочих місць. Створення умов для високоефективної праці вимагає відповідної організації та обладнання ро-



бочих місць працівників, їх планування, забезпечення оптимальних умов праці.

3. Вироблення стратегії розвитку підприємства на основі аналізу її сильних і слабких сторін, розробка філософії і політики, що охоплює деякі зі сфер функціонування підприємства.

4. Розробка інформаційної системи підприємства, що забезпечує ефективний комунікаційний зв'язок між співробітниками і підрозділами.

5. Розробка системи прийняття рішень, правил і процедур управління, системи стимулювання.

6. Розробка системи підбору, навчання, оцінки і переміщення керівних кадрів, планування кар'єри керівників, застосування стилю керівництва, адекватного внутрішнім і зовнішнім чинникам, що впливають на підприємство [11].

7. Перехід від системи планування за принципом «зверху вниз» до «зустрічного» чи змішаного планування, за якого цільові завдання спускаються «зверху вниз», а способи їхнього вирішення формуються за принципом «знизу нагору». Широке запровадження ініціативних форм координації діяльності усіх суб'єктів, причетних до управління персоналом підприємством.

8. Поновлення практики проведення семінарів молодих спеціалістів з метою ефективної їх адаптації. Запровадження безперервно-дискретної моделі професійного зростання працівників на виробництві та модульної системи підвищення кваліфікації. Розширення творчих, інженерних функцій в комплексі посадових обов'язків майстрів, керівників дільниць з переміщенням акценту зі суто виконавських на творчо-пошукові та педагогічні. Запровадження комплексу заходів щодо вдосконалення системи ділової оцінки працівників на основі методики Assessment.

9. Матеріальне стимулювання персоналу та здійснення моніторингу заробітної плати й інших заохочувальних чинників, що дозволить оцінювати сучасний стан проблеми, виявляти причини її виникнення, обґрунтовувати в статистичній динаміці шляхи адаптації системи матеріального стимулювання. Запровадження багаторівневої ступенево-безперервної системи соціально-статусних винагород, що складається з окремих елементів морального стимулювання пов'язаних між собою. Запровадження нових прогресивних форм нематеріального стимулювання працівників розумової праці: підтримання атмосфери

творчості, змагальності ідей, розробок; залучення працівників до процесу розробки та прийняття управлінських рішень; створення творчих робочих груп працівників; широке використання системи позитивних стимулів і обережний підхід до застосування «негативних стимулів».

10. Надання соціального захисту та гарантій. Соціально-економічні заходи зі соціального захисту, крім матеріального забезпечення та обслуговування, передбачають компенсаційні виплати, відшкодування, поновлення прав та інші соціальні гарантії.

11. Робота зі створення культури на підприємстві, вироблення спільних цінностей, визнаних і схвалених співробітниками.

Особливість управління персоналом в аграрному підприємстві, повинна розкривати приховані знання персоналу, розширювати межі цих знань, змінювати відносини між людьми і тим самим збільшувати людський капітал, який сьогодні є найціннішим ресурсом аграрних організацій.

Загальновідомо, що вихід сільськогосподарського підприємства на позиції лідера в конкурентній боротьбі, можливий лише за умови становлення на інноваційний шлях розвитку. Водночас із практичним застосуванням соціально-економічних резервів ефективного використання робочої сили, це матиме позитивний вплив не лише на формування та використання трудових процесів, а й підвищить рівень прибутковості підприємств аграрного сектора.

**Висновки і пропозиції.** Для підвищення ефективності системи управління персоналом, слід більше уваги приділяти економічним та соціально-психологічним методам управління, поліпшити економічний аналіз господарства, використовувати моральне та матеріальне стимулювання праці, створити приємний соціально-психологічний клімат. Слід також особливу увагу звернути на підвищення освіти та кваліфікації працівників.

Отже, ефективне управління персоналом – це не тільки найважливіший чинник економічного успіху сучасного підприємства, інструмент підвищення ефективності та продуктивності персоналу, але й соціально-орієнтоване управління, спрямоване на кожного конкретного працівника з метою підвищення його трудової мотивації та задоволення потреб через систему матеріальних стимулів.

## Список літератури:

1. Базаров Т.Ю. Управление персоналом: учебник / Т.Ю. Базаров, Б.Л. Еремін. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 560 с.
2. Басаков М.И. Управление персоналом: конспект лекцій / М.И. Басаков. – [4-е изд.]. – Ростов н/Д.: Феникс, 2006. – 384 с.
3. Дієсперов В.С. Сільськогосподарська праця в нових умовах / Дієсперов В.С. – К.: Інститут аграрної економіки УААН, 2009. – 184 с.
4. Завіновська Г.Т. Економіка праці: навч. посіб. / Г.Т. Завіновська. – К.: Вид-во КНЕУ, 2003. – 298 с.
5. Колот А.М. Мотивація персоналу: підручник [Текст] / А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2002. – 345 с.
6. Крушельницька О.В. Управління персоналом: навч. посіб. / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. – [2-е вид., перероб. й доп.]. – К.: Кондор, 2005. – 304 с.
7. Лукашевич В.М. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Навч. пос. / В.М. Лукашевич. – Львів: Новий світ – 2000, 2004. – 248 с.
8. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономика: принципы, проблемы и политика / Пер. с англ. – 11-е изд. – К.: Хагар-Демос, 1993. – 785 с.
9. Менеджмент персоналу в органах ДПС України: навч.-метод. посіб. / [М.М. Недашківський, Г.І. Євтушенко, Л.П. Гацька, Н.І. Барабанова]. – Ірпінь: Академія ДПС України, 2001. – 252 с.

10. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М.: Дело, 1994. – 464 с.
11. Пащенко О.І. Шляхи підвищення ефективності управління керівників та спеціалістів на підприємстві / О.І. Пащенко // Управління розвитком. – 2012. – № 11. – С. 67-68.
12. Храмов В.О., Бовтрук А.П. Основы управления персоналом: навч.-метод. пос. – К.: МАУП, 2001. – 112 с.

**Речка Е.Н.**

Таврический государственный агротехнологический университет

## **КАЧЕСТВО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ, КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

### **Аннотация**

В статье обоснована необходимость социально-экономических и образовательно-квалификационных факторов повышения производительности труда с целью эффективного использования персонала на предприятиях аграрной отрасли. Проанализирован термин «управление персоналом». Рассмотрены функции, задачи системы управления персоналом предприятия, предложены направления повышения ее эффективности. Определены принципы, которых должны придерживаться руководители аграрных предприятий, для более эффективного управления персоналом.

**Ключевые слова:** персонал, управление персоналом, аграрное предприятие, система управления персоналом.

**Rechka K.M.**

Tavria State Agrotechnical University

## **MANAGEMENT QUALITY BY A PERSONNEL, AS ONE OF FACTORS OF STEADY DEVELOPMENT OF AGRARIAN ENTERPRISE**

### **Summary**

In the article the necessity of socio-economic and educationally-qualifying factors of increase of the labour productivity is reasonable with the purpose of the effective use of personnel on the enterprises of agrarian industry. A term is analysed «management by a personnel». Functions are considered, tasks of control system by the personnel of enterprise, directions of increase of her efficiency are offered. Principles that the leaders of agrarian enterprises must adhere to are certain, for more than effectively management by a personnel.

**Keywords:** personnel, management by a personnel, agrarian enterprise, control system by a personnel.

## ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ БЕЗРАБОТИЦЫ В УКРАИНЕ

Романькова О.Н., Горголюк К.В.

Донбасская государственная машиностроительная академия

В статье рассмотрены проблемы занятости экономически активного населения в Украине. Представлены структура, а также динамика безработицы за период 2010-2016 гг. Показана взаимосвязь безработицы с общей численностью населения. А также приведены основные причины и предложены возможные пути её снижения.

**Ключевые слова:** безработица, причины, структура, динамика, анализ.

**Анализ последних исследований и постановка проблемы.** Безработица представляет собой социально-экономическое явление, тесно взаимосвязанное с рынком труда и является одной из наиболее изучаемых проблем социально-трудовой сферы в современном мире, начало изучения которой было положено в работах Дж. Кейнса, А. Оукена и О. Филлипса еще в начале XX века. На современном этапе этой теме посвятили научные работы такие экономические деятели, как О. Дехтяренко [1], Т.М. Пахомова [2], И.И. Погорелая [3], Н.В. Янченко и Л.В. Юрченко [4], С.Ю. Гончарова, Ю.В. Сотникова [5] и другие.

Изучение, как причин, так и последствий изменения уровня безработицы для национальной экономики продолжает представлять интерес для ученых различных направлений – экономистов, социологов и других.

**Целью статьи** является проведение анализа уровня безработицы в Украине, в результате изучения структуры, а также динамики безработицы за период 2010-2016 гг., выявление основных её причин и предложение возможных путей её снижения.

**Раскрытие основного материала исследования.** Исследуя экономический состав населения, демографическая статистика характеризует его, как по участию человека в производстве материальных и духовных благ, так и по его роли в их распределении и потреблении.

В производстве благ принимает участие только занятое население, а в распределении и потреблении – все население без исключения.

Исторически первым, еще в середине XIX ст., возникает деление населения на самостоятельное и несамодеятельное. Основная цель такого деления состоит в том, чтобы дать характеристику населения в зависимости от средств его существования. Под самостоятельным населением понимают ту его часть, которая имеет собственные источники доходов, такие как, трудовые дохо-

ды, доходы от права собственности, стипендии и пенсии. К несамодеятельному населению относят лиц, живущих на содержании семьи.

Однако, в развитых странах, уже в XX ст., доля пенсионеров, стипендиатов и других лиц, находящихся на содержании общества, стала быстро и неуклонно возрастать. С одной стороны такая тенденция стала следствием прогресса в гуманистическом развитии общества, а с другой, обусловила необходимость его новой группировки – деления населения на экономически активное и экономически пассивное.

Главной составляющей экономически активного населения является, так называемое, занятое население, к которому относят только лиц, непосредственно занимающихся общественным трудом.

Определение социального состава населения предоставляет возможность изучения экономической структуры населения, основных производственных отношений, уровень и перспективы экономического, политического и культурного развития страны.

По мнению Стеценко С.Г. [6] социальное построение общества в значительной степени зависит от природного движения населения, а закономерности его воспроизводства обусловлены прежде всего уровнем социальной защиты и справедливости. Рождаемость и смертность, постоянство браков, продолжительность жизни непосредственно зависят от социального благоустройства общества.

Впервые отрицательное значение показателя природного прироста населения в Украине было зафиксировано в 1991 году. После отрицательного экстремума в 2001 и 2002 годах значение данного показателя несколько стабилизировалось.

Показатели динамики численности наличного населения в Украине [7], т.е. населения, находящегося на данной территории независимо от места их прописки и проживания, за период 2012-2016 гг., представлены в таблице 1 и рисунке 1.

Таблица 1

Динамика численности населения в Украине в 2012-2016 гг.

Год	Показатель, тыс. чел.	Абсолютный прирост, тыс. чел.		Темп роста, %		Темп прироста, %	
		базисный	цепной	базисный	цепной	базисный	цепной
2012	45553,0	–	–	–	–	–	–
2013	45426,2	-126,8	-126,8	99,72	99,72	-0,28	-0,28
2014	42928,9	-2624,1	-2497,3	94,23	94,50	-5,77	-5,50
2015	42760,5	-2792,5	-168,4	93,86	99,60	-6,14	-0,40
2016	42584,5	-2968,5	-176,0	93,48	99,58	-6,52	-0,42

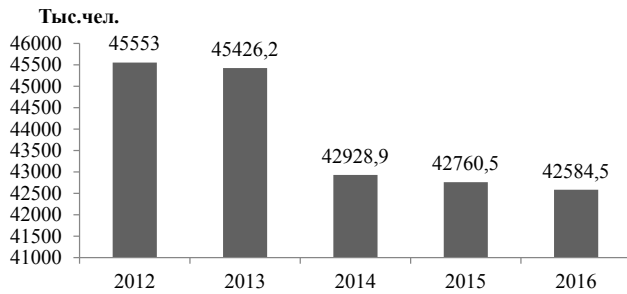


Рис. 1. Динамика численности населения в Украине за период 2012-2016 гг.

Анализ данных таблицы 1 свидетельствует о резком, начиная с 2014 г., увеличении отрицательного значения темпа прироста численности населения Украины.

Однако, к группе экономически активного населения, как украинская, так и международная статистика, относят и категорию безработных.

Безработными считаются трудоспособные граждане, которые ищут работу, зарегистрированные на бирже труда и не имеющие реальной возможности получить работу в соответствии со своим образованием, профилем и трудовыми навыками [8].

К основным видам безработицы относятся:

1. Фрикционная – это вид безработицы, который охватывает ту часть населения, которое уволилось по собственному желанию, и предполагает устройство на работу в кратчайшие сроки. К безработным данного вида относят, например, молодых специалистов, недавно окончивших высшие учебные заведения, наемных рабочих сезонных отраслей (сельское хозяйство, строительство, курортная отрасль) и т.д.

2. Структурная – этот вид безработицы предполагает предварительную подготовку и перекалфикацию безработного для того, чтобы работник определенной отрасли, потеряв работу, мог получить знания в специализированном учебном заведении или на курсах перекалфикации и найти работу в другой отрасли. Данный вид безработицы наиболее характерен для населения, проживающего в областях с узкоспециализированными отраслями промышленности.

3. Циклическая – это вид безработицы, вызванный периодическим экономическим спадом производства и недостатком спроса на рынке труда.

С одной стороны включать группу безработных в состав экономически активного населения неправомерно, как минимум по двум причинам. Во-первых, эта часть населения не принимает участия в общественном труде, а, во-вторых, на протяжении определенного периода времени, безработные получают от государства определенную помощь, т.е. находится в обществе на содержании. Однако, по мнению международной статистики, безработные – это, в большинстве своем, люди, которые активно ищут работу, но по причине несовершенства социального устройства общества не находят ее в соответствии с полученным образованием и профессией там, где они постоянно проживают или хотели бы жить. Другими словами, безработные не могут реализовать свои способности не по своей вине.

В зарубежных странах основным источником информации о количестве безработных являются биржи труда, но, как показывает многолетний опыт изучения безработицы, статистика этого явления практически всегда является неполной.

Таблица 2

Динамика зарегистрированной безработицы в 2010-2016 гг.

Год	Показатель, тыс. чел.	Абсолютный прирост, тыс. чел.		Темп роста, %		Темп прироста, %	
		базисный	цепной	базисный	цепной	базисный	цепной
2010	5431,9	–	–	–	–	–	–
2011	5978,3	546,4	546,4	110,05	110,05	10,05	10,05
2012	5624,9	193	-353,4	103,55	94,08	3,55	-5,92
2013	5841,3	409,4	216,4	107,53	103,84	7,53	3,84
2014	5524,4	92,5	-316,9	101,70	94,56	1,70	-5,44
2015	5522	90,1	-2,4	101,65	99,95	1,65	-0,05
2016	4836,8	-595,1	-685,2	89,04	87,59	-10,96	-12,41

Таблица 3

Динамика зарегистрированной безработицы в 2016 г.

Месяц	Показатель, тыс. чел.	Абсолютный прирост, тыс. чел.		Темп роста, %		Темп прироста, %	
		базисный	цепной	базисный	цепной	базисный	цепной
январь	508,6	–	–	–	–	–	–
февраль	508,2	-0,4	-0,4	99,92	99,92	-0,08	-0,08
март	467,5	-41,1	-40,7	91,91	91,99	-8,09	-8,01
апрель	434,7	-73,9	-32,8	85,46	92,98	-14,54	-7,02
май	416,4	-92,2	-18,3	81,87	95,79	-18,13	-4,21
июнь	388,9	-119,7	-27,5	76,46	93,39	-23,54	-6,61
июль	369,7	-138,9	-19,2	72,68	95,06	-27,32	-4,94
август	355,7	-152,9	-14	69,93	96,21	-30,07	-3,76
сентябрь	341,5	-167,1	-14,2	67,14	96	-32,86	-4
октябрь	316,2	-192,4	-25,3	62,17	92,59	-37,83	-7,41
ноябрь	337,9	-170,7	21,7	66,43	106,86	-33,57	6,86
декабрь	390,8	-117,8	52,9	76,83	115,65	-23,17	15,65



В Украине для трудоустройства безработных также функционируют различные учреждения, ведущие учет обращений граждан. Однако, его нельзя считать ни полным, ни достаточным, поскольку не все безработные регистрируются в таких учреждениях, многие ищут работу самостоятельно.

Для оценки состояния рынка труда в Украине применяют такой показатель как доля безработных в группе экономически активного населения. Согласно опыту экономически развитых стран критическим является значение, составляющее 9-10%.

В нашей стране статистика безработицы находится в стадии становления. Все публикуемые данные приблизительны и имеют ориентировочный характер.

Наиболее важные показатели динамики официально зарегистрированного количества безработных в Украине, за период 2010-2016 гг., представлены в таблице 2 и рисунке 2.

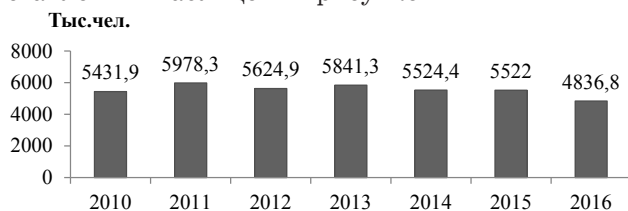


Рис. 2. Динамика зарегистрированной безработицы в Украине за период 2010-2016 гг.

Из приведенных данных следует, что за период с 2010 по 2015 г. общая численность безработных изменяется не значительно, она колеблется в интервале от 5500 до 5900 тыс. чел., а уже в следующем 2016 г. происходит резкое (12,41%) снижение числа безработных на 685,2 тыс. чел. по сравнению с 2015 г.

Чтобы проанализировать в каких, именно, месяцах был зарегистрирован наибольший спад безработицы рассмотрим статистические данные за 2016 г. (табл. 3, рис. 3) [9].

Анализ динамики зарегистрированного уровня безработицы показал, устойчивое его снижение в течение первых десяти месяцев 2016 г., что может быть следствием начала экономического роста в стране, пришедшегося на этот период.

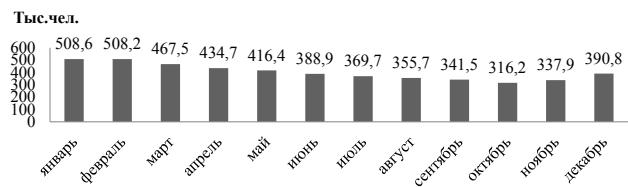


Рис. 3. Динамика зарегистрированной безработицы в Украине в 2016 г.

Также для более детального анализа безработицы в 2016 г. рассмотрим, какая категория незанятого населения приводит к безработице (табл. 4, рис. 4).

Так как категория «незанятое население до года» включает в себя различные составляющие, то рассмотрим более подробно структуру данной категории населения (рис. 5). В результате анализа этой категории видно, что наибольший удельный вес занимают лица незанятые до

1 года – 89,25%, а именно уволенные по согласию сторон 44,90% (это соответствует фрикционному виду безработицы), а наименьший уволенные в связи с изменениями в организации производства, что составляет 7,37%.

Таблица 4  
Структура основных категорий незанятого населения в 2016 г.

Категории	Показатель, тыс. чел.
1. Лица, незанятые до 1 года, в т.ч.:	348,8
- уволенные по согласию сторон	156,6
- уволенные в связи с истечением срока договора	72,3
- незанятые по другим причинам	60,5
- уволенные по собственному желанию	33,7
- уволенные в связи с изменениями в организации производства и военнослужащие, уволенные по сокращению численности штаба без права на пенсию	25,7
2. Лица, незанятые более 1 года	42,0
Итого:	390,8

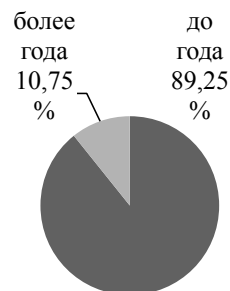


Рис. 4. Структура основных категорий незанятого населения в Украине в 2016 г.

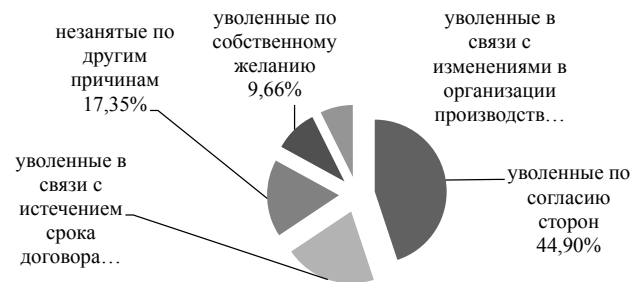


Рис. 5. Структура незанятого населения до года в Украине за 2016 г.

По нашему мнению многочисленные причины безработицы в нашей стране можно разделить на две группы: традиционные и ситуативные.

К традиционным следует отнести следующие:

- структурные изменения в экономике, приводящие к снижению числа занятых в отдельных ее отраслях;
- внутриотраслевая реструктуризация предприятий, приводящая к уменьшению численности рабочего персонала (в результате слияния предприятий, в большинстве случаев, происходит увольнение некоторой части наемных рабочих, выполнявших одинаковые функции);
- сезонный характер производства, характерный для отдельных отраслей, например строительства и сельского хозяйства, предопреде-

ляющий снижение спроса на рабочую силу в определенные периоды года;

– развитие научно-технического прогресса, приводящее к все более широкой автоматизации производства, а, следовательно, сокращению ручного труда;

– «глобализация» профессий (простейшим примером может служить потеря актуальности на предприятиях машиностроения профессий крановщика и стропальщика, поскольку, функции последних могут выполняться рабочими любых других специальностей после соответствующего обучения и наладки переносного пульта управления краном).

К ситуативным причинам безработицы следует относить события, напрямую взаимосвязанные с временным фактором, как например, повышение с определенной даты уровня минимальной заработной платы, введение или отмена налоговых льгот.

К сожалению, в условиях рыночной экономики безработица является явлением постоянным. Однако, общество должно разрабатывать и осу-

ществлять мероприятия, касающиеся защиты уровня жизни безработных. Как следствие актуальность приобретают вопросы организации мониторинга и работы служб по трудоустройству и переобучению безработных.

Для наиболее эффективного снижения уровня безработицы в Украине, кроме «обязательных» предложений в виде формирования благоприятного экономического климата и привлечения иностранных инвестиций, по всей видимости, требуется принятие целого ряда государственных программ, охватывающих самые разные государственные сферы, такие как, национальная безопасность, демографические проблемы, инфраструктура страны и другие.

**Выводы.** В статье рассмотрен такой важный экономический фактор в развитии страны, как безработица. Проведен анализ, показана динамика за период 2010-2016 гг., а также изучена структура основных категорий незанятого населения в 2016 г. Проанализированы основные причины и состояние безработицы, а также предложены пути решения данной проблемы.

## Список литературы:

1. Дехтяренко О. Проблема безработицы в Украине / О. Дехтяренко // Научный вестник Одесского национального экономического университета. – 2016. – № 10. – С. 44-54. – Режим доступа: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv\\_2016\\_10\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2016_10_6)
2. Пахомова Т.М. Современное состояние занятости и безработицы / Т.М. Пахомова // Вестник Киевского института бизнеса та технологий. – 2016. – Вып. 1. – С. 86-91. – Режим доступа: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkib\\_2016\\_1\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkib_2016_1_18)
3. Погорелая И.И. Современное состояние и проблемы безработицы в Украине / И.И. Погорелая // Научный вестник Международного гуманитарного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2016. – Вып. 16. – С. 118-121.
4. Янченко Н.В. Проблема безработицы в Украине и пути ее преодоления / Н.В. Янченко, Л.В. Юрченко // Вестник экономики транспорта и промышленности. – 2014. – Вып. 47. – С. 168-172.
5. Гончарова С.Ю. Естественный и фактический уровень безработицы в регионах Украины: динамика и особенности распределения / С.Ю. Гончарова, Ю.В. Сотникова // Научный вестник ДГМА. – 2012. – № 1(9е). – С. 250-254.
6. Стеценко С.Г. Демографическая статистика. – К.: Высшая школа, 2005. – 415 с.
7. Численность населения. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
8. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2003. – 895 с.
9. Занятость и безработица. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

**Романькова О.М., Горголюк К.В.**

Донбаська державна машинобудівна академія

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСНОВНІ ПРИЧИНИ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

### Анотація

У статті розглянуто проблеми зайнятості економічно активного населення в Україні. Представлені структура, а також динаміка безробіття за період 2010-2016 рр. Показано взаємозв'язок безробіття із загальною чисельністю населення. А також наведено основні причини та запропоновано можливі шляхи його зниження.

**Ключові слова:** безробіття, причини, динаміка, аналіз, структура.

**Romankova O.N., Gorgoliuk K.V.**

Donbass State Machine-Building Academy

## MODERN CONDITION AND MAIN CAUSES OF UNEMPLOYMENT IN UKRAINE

### Summary

The article considers problems of employment of the economically active population in Ukraine. The structure and dynamics of unemployment over the period 2010-2016 are. Shows the relationship of unemployment with the total population. And the main reasons and possible ways of its reduction.

**Keywords:** unemployment, causes, dynamics, analysis, structure.

## ДЕТЕРМІНАНТИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В МІЖНАРОДНОМУ КОНТЕКСТІ

Скавронська І.В., Синківський І.І.

Тернопільський національний економічний університет

Стаття присвячена дослідженню основних детермінант успішної кластеризації креативних індустрій. Виявлено, що кластеризація креативних індустрій привертає увагу великої кількості науковців, державотворців та підприємців, оскільки несе в собі потенціал вирішення важливих соціально-економічних проблем регіонів та країн світу. Розкрито ознаки, притаманні креативним кластерам. Визначено та здійснено оцінювання детермінант кластеризації креативних індустрій. Проаналізовано міжнародний досвід формування креативних кластерів, який виступає в ролі дороговказу для подальшого соціально-економічного розвитку.

**Ключові слова:** креативність, кластеризація, креативні індустрії, креативний кластер, детермінанти кластеризації.

**Постановка проблеми.** В кінці ХХ століття світова економіка зазнала суттєвих потрясінь – фінансові кризи, зростання безробіття, нестача ресурсів, в зв'язку з чим традиційні галузі перестають бути елементами національного благополуччя. Саме тому на зламі останніх століть в світовій економіці виокремилися нові динамічно зростаючі галузі, які покликані подолати соціально-економічні проблеми регіонів та країн світу – креативні індустрії.

Креативні індустрії в міру своїх експлуатаційних та організаційних особливостей мають схильність до кластеризації, тобто просторового об'єднання. Кластеризація креативних індустрій представляє собою середовище широкої взаємодії креативних професіоналів, що побудоване на комплементарній та опортуністичній поведінці його учасників. Чимало країн світу демонструють як успішні, так і невдалі приклади формування кластерів креативних індустрій. Міжнародний досвід дає можливість визначити основні детермінанти прогресуючих креативних кластерів, на основі яких можна подолати локальні, і, як наслідок, глобальні негаразди світової економіки. Відтак, середовище функціонування та ключові фактори кластеризаційних процесів в креативному секторі сьогодні є актуальним питанням для дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання кластеризації креативних індустрій є маловивченим. Визнаним фахівцем в області вивчення кластерів і засновником однойменної теорії є американський економіст М. Портер. Важливий внесок у цьому напрямі зробив і А. Маршалл. Цінні теоретичні напрацювання у сфері креативних кластерів представлені в роботах таких науковців як Дж. Еванса, Й. Хоукінса, Д. Пауера, А. Прета, Р. Флоріди, Л. Де Пропріс, Л. Гіппонена, С. Ткаленко, Т. Галахова, О. Чуль та інших.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Посилений інтерес зарубіжних і вітчизняних учених до теми бізнес-кластеризації ще не відповів на питання стосовно формування креативних кластерів і чинників впливу на просторову концентрацію креативної діяльності.

**Метою статті** є виявлення й обґрунтування детермінантів просторової концентрації креативних індустрій.

**Виклад основного матеріалу.** Початок ХХІ століття характеризується трансформацій-

ними змінами світового господарства в результаті розвитку цифрових технологій, нормативно-правових змін економічної діяльності, а також внаслідок економічних криз та нестачі ресурсів. За цих умов формується нове глобальне економічне середовище, де на перше місце виходить економіка, яка базується на продукуванні та розповсюдженні знань, замість виробництва та продажу матеріальних товарів.

Інноваційні технології та ідеї стають чи не головним продуктом нових економічних систем, де особливе місце відіграє креативна складова, яка переносить на задній план такі фактори виробництва, як земля і капітал, долаючи тим самим проблему нестачі ресурсів. Серед динамічних галузей світової економіки з'явилися творчі і наукомісткі галузі, які базуються на креативності – необмеженому ресурсі, що покликаний забезпечити динамічний соціально-економічний розвиток окремих суспільних систем світу – креативні індустрії. Як зазначено в звіті Конференції Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) «Creative Economy Report 2010», креативність може бути визначена як процес, за допомогою котрого генеруються ідеї і перетворюються в речі, що мають визначену цінність. Іншими словами, це є використання ідей для створення нових ідей [1, с. 33]. Успіх креативних індустрій великою мірою залежить від локального розвитку творчого потенціалу, адже глобалізація і конвергенція мультимедійних та телекомунікаційних технологій перетворили споживачів з пасивних отримувачів культурних повідомлень в активних творців креативного контенту.

Концепція креативних індустрій була розроблена у Великобританії у 1998 р., згідно якої креативні індустрії – це види діяльності, котрі мають своє походження в індивідуальній творчості, майстерності і таланті, та котрі є джерелом багатства і створення нових робочих місць шляхом генерування і використання інтелектуальної власності [5, с. 7]. Креативні індустрії включають такі підсектори: рекламну діяльність, архітектуру, ремесла, дизайн та моду, кіноіндустрію, телебачення, відео, радіо та фотографію, ІТ, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги, видавничу справу, музеї, галереї і бібліотеки, музичну індустрію, театральне та образотворче мистецтво [2, с. 21].

Креативні сектор сьогодні є найбільш зростаючим в глобальній економіці. Міжнародна торгівля креативних товарів показує стійке зростання, що стимулювало її значне розширення в останнє десятиліття. Сукупний експорт креативних товарів зріс у вартісному вираженні майже у 2,5 рази до 509 млрд дол. США у 2015 р. порівняно з 2002 р. відповідно, що склало 3,1% від світового експорту товарів, а імпорту зростання становило 200% до 454 млрд дол. США за той же період, тобто 2,8% від сукупного імпорту товарів [12]. Ці дані свідчать про зростаючу роль креативних індустрій в національних економічних стратегіях розвитку.

Креативність часто характеризується агломеративними процесами, тому креативні індустрії концентруються в певних місцях, а не рівномірно розподілені по всій території. Організаційні та експлуатаційні особливості креативності визначають локальну характерну ознаку креативної діяльності – кластеризацію. Креативні кластери є одним з основних елементів розвитку креативних індустрій, оскільки їх основу складають малі економічні агенти.

Кластеризація цікавила багатьох науковців в різних галузях економіки. Відтак, доведено, що в креативних індустріях процес кластеризації від-

різняється від аналогічних в традиційних промислових галузях (табл. 1).

На основі проведеного аналізу ми визначили ознаки, притаманні креативним кластерам:

Локальний характер: суб'єкти кластеру зосереджуються на обмеженій території.

Ресурсозалежність: основним ресурсом креативних кластерів є знання, інформація та творчий талант, які знаходяться у постійній інтерактивній циркуляції.

Вузька спеціалізація: креативна кластеризація відбувається в межах однієї або декількох споріднених сферах діяльності, але це не впливає на культурне та творче різноманіття учасників кластеру.

Конкурентне співробітництво: широка й активна взаємодія учасників на основі множинності прямих, зворотних локальних відносин та добросовісна конкуренція.

Екстернальна взаємодія: міжособистісні контакти, співпраця між постачальником та клієнтом, взаємодія між науковими центрами та економічними одиницями, а також міжгалузева кооперація та інтеграція.

Інноваційність: кластери є носіями та творцями креативних й інтелектуальних новацій.

Органічність: вони не піддаються штучному створенню чи плануванню.

Таблиця 1

## Критична оцінка категорії «креативний кластер»

Автор	Дефініція	Критичний огляд
М. Портер	Кластер – це географічна концентрація взаємозалежних компаній, спеціалізованих постачальників, фірм у споріднених галузях, а також пов'язаних з ними установ (наприклад, університетів, агенцій з питань стандартів і торгових асоціацій), які конкурують, але водночас і взаємодіють між собою.	М. Портер є основоположником кластерної теорії економічного розвитку.
А. Маршалл	Локалізація – це об'єднані в мережу підприємства за схожим видом діяльності, так зване локалізоване виробництво, що мають певні конкурентні переваги.	Робота Маршалла «Принципи політичної економії» є однією з перших наукових праць, в якій відведено розділ окремим промисловим районам Великобританії. Автор у своїй роботі пояснює, що позитивними екстерналіями для конкурентних переваг є швидкий інформаційний обмін та передача знань, високоспеціалізована робоча сила та вузькоспеціалізовані постачальники товарів і послуг. Як результат, такі мережі стимулюють підвищення конкурентоспроможності, продуктивності та прибутковості, посилення інноваційного потенціалу регіону та створення нових бізнес-структур, робочих місць. Маршалл не застосував термін «кластер» у своїй книзі, але саме ці промислові зони за його визначенням у сучасній літературі іменуються кластерами.
Р. Флорида, Н. Кліфтон, П. Кук	Креативний кластер – це географічне скупчення творчих професіоналів, а не підприємств.	В креативному кластері основна увага приділяється не окремим компаніям/фірмам, а окремим особам – творцям.
Л. Де Пропріс, Л. Гіппонен	Креативний кластер – це місця, що об'єднують творчих людей, котрі поділяють інтерес до новинок, але не обов'язково на ту ж тему; місце-катализатор, де люди, відносини, ідеї і таланти можуть «запалити» один одного; середовище, яке пропонує різноманітність, стимули і свободу вираження думок; щільну, відкриту і постійно мінливу мережу міжособистісних обмінів, які живляться індивідуальною унікальністю та ідентичністю.	Передумовою кластеризації креативних індустрій є бажання творців поєднувати місце роботи та місце проживання.
Лондонська агенція з розвитку	Цілі креативних кластерів можуть бути як соціальні, так і підприємницькі, як культурні, так і експансивні, а незначимі фактори для інших галузей тут мають вирішальне значення.	Лондонська агенція з розвитку в звіті «Стратегія креативного простору» вирізняє креативні кластери з-поміж звичайних бізнес-кластерів.

Джерело: розроблено авторами за [4, с. 264; 6, с. 48; 8, с. 379; 10, с. 26]



Креативний клас: в креативних кластерах задіяні високоспеціалізовані креативні професіонали, чия економічна функція полягає у створенні нових ідей, нових технологій і/або творчого контенту.

Велика кількість економічних агентів: розвинута мережа численних креативних підприємств, некомерційних організацій, культурних центрів, театрів поряд з науковим парками та медіа-центрами.

Внутрішнє споживання: надлишкове виробництво можна реалізувати або ж вигідно застосувати в межах кластеру.

Високі соціальні та культурні цінності: збереження культурної спадщини, здоровий соціум та тісні відносини в середині кластеру, побудовані на відкритості та довірі.

Гнучкість: ефективно та своєчасно реагують на макроекономічні зміни.

Урбанізм: креативні кластери характерні для міських та приміських зон.

Кластеризація креативних індустрій стимулює процвітання регіональної економіки. Креативні кластери є значним джерелом бюджетних надходжень та зростання ВВП, створюють нові екологічні робочі місця, які приваблюють кваліфіковану робочу силу з інших регіонів, а на основі ребрендингу формують привабливий імідж регіону як для туристів, так й інвестицій. Кластерна форма організації креативних індустрій проявляє позитивний вплив на інші сектори економіки та на соціальне благополуччя, а циркуляція знань в кластері є основою для зростання інноваційної складової в регіоні та пришвидшує темпи НТП.

Потенціал кластерів креативних індустрій використовують сьогодні як країни Європи та Північної Америки, так і територіальні одиниці Азіатсько-Тихоокеанського регіону, Латинської Америки та Африки. Саме їх досвід дозволяє визначити детермінанти розвитку креативних кластерів.

Перші креативні кластери сформувалися більше двадцяти років тому на території Європи. Станом на 2013 р. прибуток з креативного кластеру економік європейських країн склав більше 700 млрд дол. США, а зайнятих в секторі креативних індустрій налічується близько 8 млн осіб, що видно на рис. 1.

Як демонструє рис. 1, найменша додана вартість креативних індустрій спостерігається в країнах Африки, Латинської Америки та Карибів, що доволі дивно, оскільки саме ці регіони характеризуються низкою різноманітних звичаїв і традицій,

культурними та національними особливостями, на основі яких інтенсивно можуть розвиватися креативні індустрії та їх кластери. Прикладом є азіатські країни, де креативний сектор дуже могутній. Китайські креативні кластери діють в межах соціалістичної ідеології, працюють навколо спільних проблем і загальних цілей, часто вони ініціюються державою. Останнім часом активно на креативні індустрії переорієнтовуються міста Китаю, створюючи мережу креативних кластерів. Зокрема, промисловий гігант Шанхай залучає інвестиції в креативний розвиток районів міста. Тут передбачено формування тисячі креативних парків, кластерів, особливих культурних зон, а креативні індустрії акцентують свою увагу на рекламі та продуктах мультимедійної діяльності. Основним інвестором китайського процесу кластеризації виступає місцева влада.

Втім, найпотужнішими креативними кластерами є європейські кластери, оскільки країни Європи розглядають їх як засіб зміцнення регіональної конкурентоспроможності. Важливе значення тут відіграє розробка теоретичних підвалин креативних індустрій в кінці минулого століття і рання переорієнтація економік регіону на креативний вектор розвитку. Політика кластеризації була запроваджена ще на початку 1990-х років переважно країнами Західної Європи, тоді як в Східній Європі вона почала включатися в стратегії національного розвитку аж у 2000-х роках.

Сьогодні європейські країни все ще різняться за рівнем кластеризації креативних індустрій. Так, креативний сектор розвивається нижчими темпами переважно в країнах Східної Європи. Наприклад, в Польщі більшість креативних кластерів представляє наукомісткі сектори, особливо в сфері фінансових послуг та освіти, тут ідентифіковано 14 кластерів, причому кластерні процеси в креативному секторі беруть свій початок лише з 2016 р. Відсутність взаємодовіри та страх конкуренції в інноваційних сферах, правові та адміністративні бар'єри, формування кластерних ініціатив задля отримання доступу до фондів коштів є причинами відсутності нормальних і зрілих форм кластеризації в Польщі.

З метою однакового розвитку креативного сектору і його кластеризації по всій Європі, з 2008 р. розробкою кластерної політики в Євросоюзі займається окрема інституція – Комісія з питань європейської кластерної політики. Для періоду 2014-2020 рр. ЄС запустив нову програму підтримки європейського культурного та креативного сектору – «Creative Europe», яка стосується питань культури, ЗМІ та інструментів фінансування підприємництва в креативних індустріях.

Фінансування креативних кластерів здійснюють чимало фондів та об'єднань, зокрема Європейський фонд розвитку виділяє кошти на формування кластерів креативних індустрій. Також в межах європейських країн кластерні ініціативи забезпечують себе за рахунок держав-

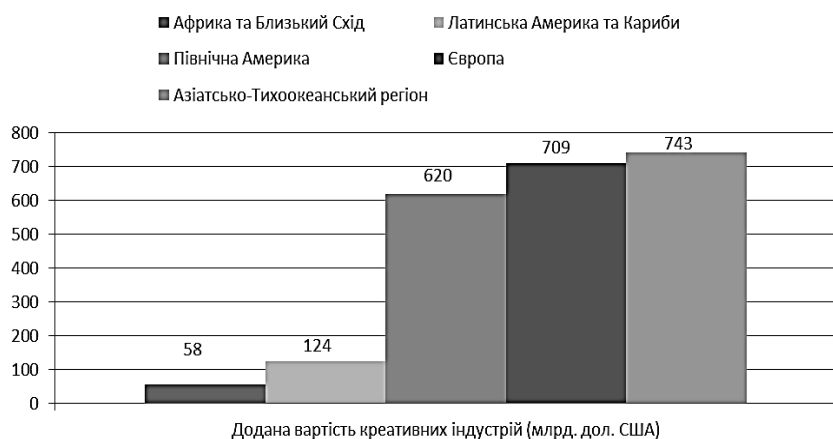


Рис. 1. Додана вартість креативних індустрій за регіонами у 2013 р.

Джерело: розроблено авторами за даними [UNESCO, 2015]

них коштів, грантів, членських внесків. Зокрема, в Берліні підтримкою зростання малих і середніх підприємств креативного сектору міста шляхом надання інвестиційного капіталу займається фонд «VC Fonds Kreativwirtschaft Berlin», банк «Investitionsbank Berlin».

Регіональні інститути розвитку в Європі також мають великий потенціал. Зокрема, у Великобританії діє мережа регіональних агентств розвитку, місцевих підприємницьких об'єднань. Наприклад, в Лондоні функціонує Лондонське агентство з розвитку, що є органом муніципальної влади. Дана установа розробляє стратегію та політику розвитку креативного сектору та надає фінансову допомогу незалежним організаціям, які працюють у різних регіонах міста. Таких організацій в Лондоні налічується близько тридцяти. Сюди відносяться такі центри, як «Hidden Art of Hackney», що кооперує з дизайнерським сектором, «Paddington Development Trust» – відповідає за розвиток креативних кластерів у окремому районі Паддінгтон, агентство «City Fringe», функціями якого є дослідження можливостей діяльності творчих індустрій в будівлях ділового центру Лондона, які вийшли з експлуатації, та інші.

Всього у Великобританії налічується 47 креативних кластерів [7, с. 17]. Їх домінуюча присутність спостерігається в Лондоні і на південному сході Англії. Внутрішній Лондон є найпотужнішим креативним кластером не лише у Великобританії, але в європейському регіоні. Тут задіяно понад 400 тис. підприємців креативних індустрій, які генерують більше 20 млрд фунтів стерлінгів. Креативний розвиток Лондону сприяв тому, що щороку місто відвідують понад 15 млн туристів. Британські креативні індустрії є одними з найбільш впливових й успішних у світі. В 2014 р. валова додана вартість креативних індустрій перейшла поділку 84 млрд фунтів стерлінгів, тобто 5,2% економіки Великобританії, та має тенденцію до зростання [2, с. 5].

Партнерство промисловості та британського уряду, мінімальне державне регулювання та податкове середовище, яке заохочує створення, інвестування та комерціалізацію креативної складової, допомогли у рості креативних кластерів і надалі стимулюють цю сферу.

Важливу роль в розвитку креативних індустрій відіграє Департамент у справах культури, ЗМІ і спорту Великобританії, який з 1998 р. сприяє креативному прогресу країни. Департамент від початку працював з іншими державними та незалежними агентствами і через них узгоджував заходи щодо сприяння креативному сектору, розробляв ключові інституційні та нормативні умови функціонування креативних індустрій та залучав в них інвестиції. Безпосередній вплив на креативну кластеризацію мають також Національний фонд з розвитку науки, техніки і мистецтва, Рада мистецтв Англії, Рада кінематографу Великобританії, Рада досліджень мистецтв та гуманітарних наук та низка інших.

Різноманіття креативного ландшафту Великобританії, культурний та духовний рівні розвитку, особлива культурна експресія британського народу відіграли важливу роль в міжгалузевій та внутрішньогалузевій взаємодії і кластеризації в

подальшому. Ці чинники сприяли росту креативного класу, який у Великобританії складає 44% серед працездатного населення станом на 2015-й рік, що дозволяє їй бути в топ-10 країн за кількістю робітників в креативних галузях [11, с. 15].

Особливу роль у розвитку кластерів креативних індустрій в європейських країнах займають науково-дослідні інституції та освітні центри. Зокрема, Кембриджські освітні установи стали каталізаторами мережі креативних кластерів у регіоні, інкубаторами знань та досвіду, розвинули формальну і неформальну взаємодію місцевої влади, бізнесу та університету, стали платформою для функціонування всесвітньовідомого високотехнологічного кластеру.

Значний розвиток зазнали креативні кластери і на території Північної Америки. Станом на 2013 р. прибуток в сфері креативних індустрій перейшов поділку 600 млрд дол. США, а зайнятих в креативних індустріях тут налічується близько 5 млн осіб (рис. 1).

В США креативні кластери підтримуються як на локальному, так і на державному рівнях. Центр мистецтв та культури, Фондація з Нової Англії з розвитку мистецтв та інші агенції полегшують доступ креативних товарів та послуг на національний і міжнародний ринки, забезпечують фінансування, налагоджують формальні та неформальні зв'язки в регіонах. Крім того, є чимало програм розвитку, які підтримуються приватними компаніями чи організаціями. В Сан-Франциско за підтримки приватних партнерів діє програма «Bridge», яка спрямована на налагодження зв'язку між досвідченими дизайнерами продукції, комунікацій або інтерфейсів в багатооб'єкційних стартапах. Підтримку проекту надають такі партнери, як Pinterest, Dropbox, Flipboard, Coursera, Khan Academy.

Державні та приватні дослідницькі інститути є ключовими факторами успішної кластеризації в креативному секторі США. Успіх Кремнієвої долини визначений впливом освітніх закладів в агломерації. Зокрема, випускники Стенфордського та Каліфорнійського університетів стали ключовими акторами креативного сектору в регіоні. Наявність фахівців та їх тісна взаємодія, підтримка підприємців науковими інститутами стали ключовими детермінантами успіху кластерної структури в Каліфорнії. У 2015 р. в кластері було зайнято більше 1,5 млн осіб, а додана вартість в розрахунку на одного працівника склала 200 тис. дол. США. Значну роль відіграло й ефективне та гнучке інвестування. Фінансове забезпечення надають державні структури та приватні організації, причому існує чималий притік ангельських інвестицій, сума яких у 2015 р. становила більше 4 млрд дол. США [9, с. 7].

На основі вивчення багатогранного міжнародного досвіду становлення креативних кластерів, ми зробили зведений аналіз детермінант кластеризації креативних індустрій (табл. 2).

До основних позитивних детермінантів кластеризації креативних індустрій належать: історико-культурна спадщина, соціальний капітал, високий рівень взаємодії з внутрішнім та зовнішнім середовищем, висока концентрація талановитих висококваліфікованих людей та наявність стійкої науково-дослідної бази, розвинені іннова-

## Зведений аналіз детермінант розвитку креативних кластерів в країнах світу

Країна / region	Особливості розвитку креативних кластерів
Європейський союз	Високий культурний розвиток; Розвиток інститутів та програм кластерного розвитку економіки та креативних індустрій; Велика кількість джерел фінансування; Високий рівень соціальної довіри; Акцент на локальний розвиток; Політика регенерації міст.
Великобританія	Теоретичні розробки розвитку креативного сектора; Розвиток культурної сфери і значна культурно-історична спадщина; Розвинена взаємопов'язана систему науково-дослідних інститутів; Тісна кооперація урядових інституцій та творців креативного контенту; Мережа інститутів розвитку, зокрема регіональних агенцій; Висока частка креативного класу.
Польща	Кластери креативних індустрій представляють наукомісткі сектори; Боязнь розвитку інноваційних сфер; Нормативно-правові перепони; Багато кластерних ініціатив з корисливими цілями.
США	Формальні та неформальні локальні мережі зв'язку; Розвиток креативного потенціалу; Масштабна мережа науково-дослідних інститутів; Велика кількість інвестиційних надходжень.
Китай	Формуються під впливом соціалізму; Значний державний контроль; Переорієнтація міського середовища з промисловості; Фінансується місцевою владою.

Джерело: розроблено авторами

ційна інфраструктура та мережа формальних і неформальних зв'язків, значні фінансові ресурси і державне сприяння (може бути у формі нормативно-правової лібералізації креативної діяльності, інвестування, надання грантів та робочого простору), ефективність якого продемонстрували на своєму прикладі Великобританія та Китай. Однак, в Китаї простежується надто посилений контроль держави за розвитком сектору, що має децю негативне забарвлення. Так само негативними детермінантами кластеризації креативних індустрій є боязнь розвитку інноваційних сфер і ініціювання креативних кластерів з корисливими цілями, як це відбувається у Польщі.

**Висновки і пропозиції.** Аналіз історичних витоків, теоретичних засад та світової практики кластеризації креативних індустрій дозволив виявити позитивний вплив креативних кластерів на локальні та національні економіки і виокремити основні детермінанти кластеризації креативного сектору, які несуть в собі потенціал успішної зміни вектору соціально-економічного розвитку.

Детермінантами кластеризації креативних індустрій є: наявність культурної, археологічної та творчої спадщини; розвинена функціональна мережа та партнерство (креативні кластери формуються на полі взаємодії креативних підприємців, науково-дослідних інститутів, постачальників, органів муніципалітету, громадських організацій та

інших учасників регіонального розвитку); високий рівень соціальної взаємодії та взаємодовіри (здоровий соціум сприяє налагодженню внутрішніх та зовнішніх тісних зв'язків й кооперації); інноваційна база (креативний сектор вимагає нових ідей, рішень та видів діяльності); велика частка висококваліфікованих талантів та інструментів їх розвитку (креативний клас є рушієм кластеризації креативних індустрій); науково-дослідна база, яка сприяє циркуляції знань, досвіду та має потенціал до інновацій; фінансові ресурси (гранти, державні та приватні інвестиції, матеріальна допомога, членські внески є основними джерелами життєздатності креативних кластерів); вільний робочий простір (який проявляється у законодавчій лібералізації формування та функціонування креативних кластерів й у наданні робочого простору під кластерну форму організації); обережне державне втручання (уряд країни може впливати на кластеризацію шляхом розвитку інфраструктури, наукової бази та людського ресурсу, фінансування, надання простору для функціонування кластерів).

Саме сукупність цих факторів забезпечує вдалу кластеризацію креативних індустрій, дозволяє уникнути проблем на шляху формування локальних одиниць взаємодії креативних підприємців та в довгостроковій перспективі проявити позитивний ефект в подальшому впливі на регіональне та національне благополуччя.

### Список літератури:

1. Creative Economy Report 2010. (2010). UNCTAD.
2. Creative Industries Economic Estimates January 2016. (2016). DCMS.
3. Cultural Times – The First Global Map of Cultural and Creative Industries. (2015). UNESCO.
4. De Propris L. and Hypponen L. (2008). Creative Clusters and Governance: The dominance of the Hollywood Film Cluster. In: Cooke, P. and Lazzaretti, L. (2008) 'Creative Cities, Cultural Clusters and Local Development'. Cheltenham: Edward Elgar. Pp. 258-286.
5. Mapping Document. (1998). Department for Culture Media and Sport, United Kingdom (DCMS).
6. Marshall A. (1919). Principles of Economics, Industry and Trade, Macmillan, London.
7. NESTA The Geography of Creativity in the UK. (2015). NESTA.

8. Porter M. E. (1998) On Competition. Boston: Harvard Business School Press.
9. Silicon Valley Index 2016. (2016). Joint Venture.
10. Strategies for Creative Places. (2005). LDA.
11. The Global Creativity Index 2015. (2015). Martin Prosperity Institute.
12. Unctadstat.unctad.org. (2016). UNCTADstat. [online] Available at: <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx> [Accessed 22 Nov. 2016].

**Скавронска И.В., Синкивский И.И.**

Тернопольский национальный экономический университет

## **ДЕТЕРМИНАНТЫ КЛАСТЕРИЗАЦИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ КОНТЕКСТЕ**

### **Аннотация**

Статья посвящена исследованию основных детерминант успешной кластеризации креативных индустрий. Обнаружено, что кластеризация креативных индустрий привлекает внимание большого количества ученых, государственных деятелей и предпринимателей, поскольку несет в себе потенциал решения важных социально-экономических проблем регионов и стран мира. Раскрыты признаки, присущие креативным кластерам. Определены и осуществлена оценка детерминант кластеризации креативных индустрий. Проанализирован международный опыт формирования креативных кластеров, который выступает в роли указателя для дальнейшего социально-экономического развития.

**Ключевые слова:** креативность, кластеризация, креативные индустрии, креативный кластер, детерминанты кластеризации.

**Skavronska I.V., Synkivskiy I.I.**

Ternopil National Economic University

## **DETERMINANTS FOR CLUSTERING OF THE CREATIVE INDUSTRIES IN THE INTERNATIONAL CONTEXT**

### **Summary**

The article is devoted to the investigation of the main determinants for the successful clustering of the creative industries. It has been found out that creative clusters attract the attention of a large number of scientists, statesmen and entrepreneurs, because they held the potential to solve socio-economic problems of regions and countries around the world. Features inherent the creative clusters have been revealed. Determinants for clustering of the creative industries have been determined and evaluated. International experience of clustering of the creative industries, which acts as a guide for the further socio-economic development, has been analysed.

**Keywords:** creativity, clustering, creative industries, creative cluster, determinants for clustering.



## ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ

Скавронська І.В., Мандзій А.Р.

Тернопільський національний економічний університет

В статті розкрито сутність креативних індустрій як невід'ємної частини економічної системи світу. Розглянуто значення поняття «цифрова економіка». Встановлено особливості використання мережі Інтернет в креативному секторі. Проаналізовано субсектори креативних індустрій, які найбільше піддаються оцифруванню. Виявлено найбільших споживачів цифрових креативних продуктів.

**Ключові слова:** креативність, креативні індустрії, цифрова економіка, цифрові технології, оцифрування.

**Постановка проблеми.** Вважається, що креативність людини є кінцевим економічним ресурсом і що промисловість в ХХІ столітті буде залежати від створення знань через творчість та інновації. Дійсно, на сьогоднішній день все більш важливими для економічного благополуччя стають креативні індустрії, в основі яких знаходиться саме креативність. Їх важливість полягає у сприянні формуванню креативного середовища територіальних суспільних систем, в якому головним пріоритетом є підтримка економічної, культурної і політичної комунікації.

Проте, класична економіка уже не може задовольнити всі потреби суспільства і їй на допомогу приходять інформаційні технології, а економіка, що їх супроводжує отримала назву «цифрова економіка». Вона дуже швидко завойовує світовий Інтернет-простір, маючи свої особливості та умови. Креативні індустрії, стали не виключенням та відчували на собі чи не найбільший вплив цифрової економіки. Завдяки невинному розвитку цифрових технологій та інновацій трансформувалися усі субсектори креативних індустрій, що, в свою чергу, зумовило створення нового контенту, ринків і трансформацію бізнес-моделей.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Активно досліджували у своїх працях сутність креативних індустрій та їх розвиток такі вчені як Річард Флоріда, Джон Хокінс, Девід Хезмондалш, Чарльз Лендрі, Джастин О'Коннор, з вітчизняних слід відмітити Л.І. Ангошкіна, І.М. Вахович, О.М. Чуль та О.В. Зеленцова. Проблеми та нових видів економік та їх впливу, серед яких є і цифрова економіка, інтенсивно дискутуються у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі, зокрема у працях Д. Белла, Д. Тапскотта, Н. Негропонта, М. Войнарєнко.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** На сьогодні є не розкритим питання чи впливає цифрова економіка на креативні індустрії взагалі і якщо так, то який характер носить цей вплив – позитивний чи негативний.

**Метою статті** є встановлення основних факторів впливу цифрової економіки на усі субсектори креативних індустрій.

**Виклад основного матеріалу.** Концепція «креативних індустрій» вперше виникла у Великобританії в 1998 р., хоча за останні роки вона швидко поширилася в усьому світі, і вже сьогодні є однією з найпопулярніших інноваційних ідей, що мають відношення як до культури, так і до економіки [1].

Зараз існує чимало дефініцій креативних індустрій та особливих відмінностей у них немає.

Узагальнюючи, можна сказати, що креативні індустрії – це індустрії, в основі діяльності яких знаходиться індивідуальне творче начало, навика або талант, котрі несуть в собі потенціал для створення доданої вартості і робочих місць шляхом виробництва та експлуатації інтелектуальної власності. Основною метою креативних індустрій є створення творчих продуктів, що володіють певним капіталом, вираженому у грошовому еквіваленті. Така ціна в західному глобальному світі має ринкову вартість, що обумовлено різними чинниками – модою, художньою цінністю, традиціями, наукомісткими технологіями, інноваціями тощо. В основі таких продуктів завжди лежатиме творче начало і креативний підхід [2]. Про підтримку креативних індустрій на державному рівні вперше заявила Великобританія. Досвід був підхоплений іншими європейськими країнами, і вже сьогодні охопив практично всі розвинені країни Європи, Америки та Південно-Східної Азії. В останні роки в цій сфері успішно проявили себе Китай, країни Прибалтики та Латинської Америки [1].

Креативні індустрії охоплюють повний цикл виробництва – від появи ідеї і реалізації задуму, до виробництва, розподілу та перерозподілу товарів і послуг. Креативний сектор охоплює традиційне виробництво, високі технології та сферу послуг, які тісно взаємодіють між собою. Національна культура та фольклор, фестивалі на діяльність, технологічні субсектори (кіноіндустрія, телебачення та радіомовлення, музична індустрія, цифрова анімація та відеоігри), а також сфери, зорієнтовані на надання послуг (архітектура, дизайн та рекламні послуги), – усі ці види людської діяльності спираються на використання креативного потенціалу людини та можуть генерувати прибуток як через торгівлю товарами та послугами, так і через використання інтелектуальних прав власності. Креативні індустрії як специфічна сфера діяльності залучена до створення та розповсюдження продуктів, що впливають як на наше сприйняття, так і світу в цілому. Саме ці індустрії продукують такі блага, без яких не може існувати сучасне суспільство. До основних субсекторів креативних індустрій відносять – телерадіомовлення, мистецтво, ремесла, дизайн, моду, кінематограф, відеоролики, видавничу справу, рекламу, архітектуру, виконавче мистецтво, відеоігри, музику, ринок антикваріату, програмне забезпечення.

У становленні креативних індустрій вагоме значення має символічний зміст товарів, які вони виробляють та якими заповнюють ринок. Мова йде

про те, що креативні індустрії не тільки несуть в собі генерацію і комунікацію культури, а й мають економічну цінність, котра дає можливість сформуванню символічно-символічного продукту, який сьогодні є найбільш затребуваним у світі. Однак, не тільки індивідуальність та особливості символічного змісту креативних індустрій, а й здатність до формування унікальної споживчої вартості товарів виділяє їх із традиційних сфер економіки. При цьому креативні індустрії стають невід'ємною частиною економічних систем багатьох країн світу [3].

Сьогодні креативні індустрії більше, ніж будь-який інший сектор, видозмінені і пристосовані до мережі Інтернет та нових моделей споживання. Така швидка адаптація пов'язана з непинним розвитком інноваційних та цифрових технологій, які дають змогу переформатувати бізнес-моделі і процеси створення контенту. Цифрова революція триває і стає центральною частиною нашого повсякденного життя – в роботі, соціальних взаємодіях, індустрії розваг і відпочинку. Результатом таких трансформаційних ефектів нових технологій загального призначення є цифрова економіка.

Сама ідея «цифрової економіки» походить від концепції, відомої ще з 1960-х рр.: спочатку це була теорія Деніела Белла про «інформаційну економіку», яку пізніше трансформували у поняття «мережеве суспільство» або «мережева економіка» Мануеля Кастелла [4]. В даному понятті автор розглядає економіку нового типу (мережеву економіку) як синтез інформаційної і глобальної економіки, для якої характерний розвиток інформаційно-комунікаційних мереж і в якій інформаційні потоки відіграють пріоритетне значення. Проте, термін «цифрова економіка» з'явився лише в 1995 р., завдячуючи Дону Тапскотту (одному з найголовніших світових авторитетів в галузі бізнес-стратегії), який визначив її таким чином: цифрова економіка – економіка, що заснована на домінуючому застосуванні цифрових технологій [5].

Зразком розвитку цифрової економіки нині є Великобританія – частка «цифри» в ВВП країни становить 12,4%, в той час як середній показник по країнах G20 – 5,3%. Також, велику увагу розвитку цифрової економіки приділяє Європейський Союз, вважаючи, що рівень економіки континенту залежатиме від того, наскільки ефективно підприємства застосовуватимуть цифрові технології. Так, у Франції навіть було створено Міністерство цифрової економіки. Тому, підприємства, які не інтегровані до цифрового простору, не належатимуть до Світового ринку.

В даний час світ вступає в епоху постіндустріальної цифрової економіки, яка кардинально змінює ситуацію – основним ресурсом стає інформація, торгові майданчики в Інтернеті не обмежені, компаніям не потрібно бути великими, щоб успішно конкурувати, а один і той самий фізичний ресурс може бути використаний нескінченну кількість разів для надання різних послуг, причому масштаб операційної діяльності обмежений тільки розмірами самої мережі Інтернет [4]. Тому, розвиток цифрової економіки та формування інформаційного суспільства є стратегічною парадигмою постіндустріального світу, для якого характерне поступове зміщення акцентів з матеріального на нематеріальне виробництво.

Продукція цифрової економіки має низку переваг, так як товари віртуальні, можна скоротити витрати на транспортування, Інтернет забезпечує майже миттєву доставку по всьому світу, значно збільшилася швидкість грошових трансакцій. Таким чином, Інтернет став провідною, ключовою технологією сучасної економічної взаємодії, що характеризується декількома особливостями [6]:

1. Розмаїття: великий обсяг контенту різного наповнення, що не є новиною для споживачів.

2. Персоналізація: креативні індустрії задовольняють бажання більш персоналізованого контенту; вони націлені на місце час та людей.

3. Участь: контент знаходиться на стадії переходу від «пропозиції» до «співпраці» в цілях підтримки відносин, а соціальні мережі сприяють виробництву, розповсюдженню та маркетингу культурних і креативних праць.

4. Незаконний зміст: цифрові технології та Інтернет спричинили появу багатьох недозволенних сервісів та послуг.

Оцифровування – це масове впровадження підключення цифрових технологій і програм для споживачів, підприємств й урядів. В той самий час це глобальне явище, яке зачіпає всі галузі і майже кожну людину в світі. Для багатьох галузей оцифровування повністю змінює спосіб взаємодії компаній зі своїми клієнтами. Серед субсекторів креативних індустрій найшвидше оцифровуванню піддалися кіноіндустрія, телебачення, ігрова і музична індустрія та книжкова справа. Майже всі вони були принципово змінені, завдяки проникненню цифрових технологій в повсякденне життя. В деяких галузях, таких як музична індустрія, боротьба з оцифровуванням тривала протягом 10 років. Важливим фактором змін є поширення нових пристроїв, таких як смартфони і планшети. Починаючи з 2010 р., значно більше споживачів почали отримувати доступ до мережі Інтернет з інших пристроїв, крім комп'ютерів. Сьогодні обсяг часу, проведеного в Інтернеті за допомогою мобільних телефонів та планшетів, складає близько 30% всього часу користувача, а в деяких випадках навіть і більше.

Важливо відзначити, що сам вплив оцифровування на креативні індустрії має такі особливості:

1. Оцифровування спонукає співпрацювати усіх творців. Наприклад, кіновиробництво, яке сьогодні повністю оцифроване, дозволяє співробітникам з усього світу отримати доступ до однієї бази відеоматеріалу в режимі реального часу.

2. Цифрові технології значно ближче наблизили творця до споживача. Більшість авторів, творців намагаються обходити посередників, щоб напряму будувати тісні відносини з клієнтами, щоб більше дізнатися про споживчі переваги та адаптувати свою продукцію до їх потреб.

3. Цифрові технології забезпечують збільшення обсягу виробництва креативної продукції від споживачів. Іншими словами, відмінність між споживачами і творцями стала дуже розмитою, теоретично кожен з нас може створити креативний продукт, захопити аудиторію і досягти успіху. З одного боку, це створює велику конкуренцію серед продуцентів, однак одночасно їхня аудиторія стає все більш витонченою, що стиму-

лює підвищення рівня інтересу й обізнаності у всіх формах творчого змісту.

Останнє, та не менш важливе є те, що творці отримують значну вигоду від цифрової економіки, оскільки з'являються нові моделі фінансування, такі як, наприклад, краудфандинг (*англ. Crowdfunding, crowd – «група, гурт, юрба», funding – «фінансування»*). Основною перешкодою для моделі «творець-споживач» (в якому кордони між споживачем і творцем розмиті) був доступ до фінансових ресурсів, необхідних для створення професійної продукції, за яку споживачі готові були б заплатити [7].

Про успіх позитивного впливу цифрової економіки на креативний сектор свідчать відповідні дані: продажі цифрової креативної продукції складає близько 66 млрд дол. США на рік. Перше місце з продажу цифрового контенту в світі займають Інтернет та мобільні ігри 33,8 млрд дол. США, за ними слідує фільми 13 млрд дол. США, музика 10,3 млрд дол. США і книги 8,5 млрд дол. США. Перехід від фізичних до цифрових продажів є найбільш прогресивним у сфері музики, на яку припадає 45% продажів по всьому світу, друге місце займають ігри – 34%, на фільми – 26% продажів, останнє місце з цифрових продажів займають електронні книги – лише 7% (рис. 1).

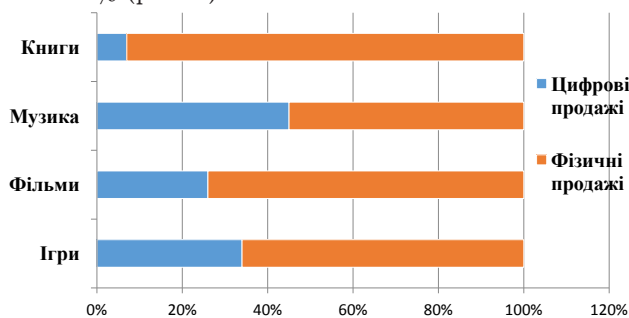


Рис. 1. Обсяги цифрових та фізичних продажів продукції креативних індустрій

Джерело: розроблено вторими за даними [6]

Така ситуація зумовлена тим, що не всі товари і послуги креативних індустрій піддаються оцифруванню: в 2015 р. друкований варіант

книг приніс 80% від усіх продажів у світі, про що і свідчить рис. 1. Електронна комерція у книжковій справі хоча і розвивається досить інтенсивно, однак не може конкурувати зі справжніми книгами.

Вивчаючи географічної структуру споживання цифрової креативної продукції, ми виявили, що найбільшим споживачем є країни Північної Америки, на які припадає майже половина всіх продажів цифрового контенту (47%). Цим покупцям поступаються країни Азії, продажі в яких становлять четверту частину (25%); за ними впевнено слідує європейські держави (23%) [6]. Така послідовність не є випадковістю, оскільки чимало азіатських країн є активними інноваторами, зокрема, це нові індустріальні країни (НІК), як, наприклад, Сінгапур, Малайзія, Гонконг та інші.

**Висновки та пропозиції.** У секторі креативних індустрій цифрові технології, як і інші інновації, переживають багаточисленні злети та падіння до того, як займуть повноцінну нішу в тому чи іншому субсекторі. Бізнес стає все складнішим, тому для компаній важливо швидко пристосовуватися до цифрового прогресу та бути відкритим для нових технологій. Важливо наголосити, що креативні індустрії як сектор економічної діяльності несуть у собі значний потенціал як для створення нових робочих місць, так і для генерування прибутку, одночасно формуючи культурне різноманіття, впливаючи на людський розвиток та призводячи до соціальних зрушень.

Завдяки впливу цифрових технологій на субсектори креативних індустрій, значно зменшився розрив між виробниками і споживачами, що, в свою чергу, дозволяє краще відповідати потребам останніх та виробляти якісніший контент, відкривати нові ринки, трансформувати бізнес-моделі. Негативним наслідком оцифрування креативних індустрій є витіснення фізичних продуктів цифровими, що зумовлено швидким і легким доступом до креативного потенціалу і ресурсів.

Додаткового вивчення й аналізу потребує факт проникнення елементів цифрової економіки в інші субсектори (крім музичної й ігрової індустрій, кіноіндустрії, телебачення, книжкової справи) креативних індустрій.

## Список літератури:

1. Лошковська Х. С. Креативні індустрії як сучасний сегмент стратегічного розвитку країн світу / Х. С. Лошковська // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2014. – № 119, ч. II. – С. 153-157.
2. Антошкіна Л. І. Креативні індустрії: проблеми і перспективи розвитку [Електронний ресурс] – 2011. – Режим доступу: [http://vuzlib.com.ua/articles/book/3954-Kreativni\\_industrii\\_proble/1.html](http://vuzlib.com.ua/articles/book/3954-Kreativni_industrii_proble/1.html)
3. Проскуріна М. О. Креативні індустрії як середовище економічної діяльності [Електронний ресурс] / М. О. Проскуріна // Глобальні та національні проблеми економіки: електронне наукове фахове видання. – Електронні дані. – [Миколаїв: Миколаївський національний ун-т імені В. О. Сухомлинського] – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/>
4. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні та світі / С. В. Коляденко // Економіка. Фінанси. Менеджмент: фахове видання. – 2016. – С. 105-111.
5. Добрынин А. П. Цифровая экономика – различные пути к эффективному применению технологий / А. П. Добрынин, К. Ю. Черных, В. П. Куприяновский, П. В. Куприяновский, С. А. Синягов // International Journal of Open Information Technologies. – 2016. – № 4. – С. 4-11.
6. Cultural times. The first global map of cultural and creative industries [Електронний ресурс] // Ernst & Young Global Limited. – 2015. – Режим доступу: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf)
7. The digital future of creative Europe: The economic impact of digitization and the Internet on the creative sector in Europe // Formerly Booz & Company. – 2013.



**Скавронская И.В., Мандзий А.Р.**

Тернопольский национальный экономический университет

## ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ

### Аннотация

В статье раскрыта сущность креативных индустрий как неотъемлемой части экономической системы мира. Рассмотрено значение понятия «цифровая экономика». Установлены особенности использования сети Интернет в креативном секторе. Проанализированы субсектора креативных индустрий, которые наиболее подвержены оцифровке. Обнаружено крупнейших потребителей цифровых креативных продуктов.

**Ключевые слова:** креативность, креативные индустрии, цифровая экономика, цифровые технологии, оцифровка.

**Skavronska I.V., Mandzii A.R.**

Ternopil National Economic University

## THE INFLUENCE OF DIGITAL ECONOMY ON THE DEVELOPMENT OF THE CREATIVE INDUSTRIES

### Summary

The article reveals the essence of the creative industries as an integral part of the economic system of the world. The meaning of the concept «digital economy» is considered. Peculiarities for the use of the Internet in the creative sector are established. Subsectors of the creative industries, which are exposed to digitization the most, are analysed. The largest consumers of the digital creative products are found.

**Keywords:** creativity, creative industries, digital economy, digital technologies, digitization.

УДК 339.977

## БРЕНДИ ІНДУСТРІЇ МОДИ ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Скавронська І.В., Слодовник З.М.**

Тернопільський національний економічний університет

Стаття присвячена брендам індустрії моди як середовища економічної діяльності і невід'ємної складової міжнародного бізнесу. Розкрито сутність поняття «бренд». Обґрунтовано принципи успішності брендів. Здійснено класифікацію брендів модного одягу. Проаналізовано цінову політику різних класів брендіводягу.

**Ключові слова:** бренд, індустрія моди, mass-market, ціна цінова політика.

**Постановка проблеми.** У ХХ ст. світова економіка зазнала чимало глобальних і якісних змін, в рамках яких вплив соціальних інститутів на розвиток постіндустріальної економіки почав невпинно зростати. Інтелектуальна діяльність людини, яка виражається у тому числі і через творчість, стала критерієм ефективності економіки. Хоча творчість не обов'язково є економічною діяльністю, однак може стати такою, коли її результат – ідея.

Становлення постіндустріального суспільства стимулювало розвиток сфер економіки нового покоління, в основі яких знаходиться творчість людини, – креативних індустрій. Серед багатьох інших продуктів креативних індустрій (наприклад, відеоігор, кінофільмів, музичних чи художніх творів тощо) вагоме місце займає індустрія моди (або фешн-індустрія), цінність нематеріальних активів якої знаходить своє відображення в брендах.

Виникнувши відносно недавно, а саме в ХІХ століття як «висока мода» для обраних,

фешн-індустрія перетворилась на багатомільйонний сектор економіки, що включає в себе виробництво та збут брендового одягу для мас-маркету. Успіх того чи іншого бренду виражається не лише у визнанні споживачами, але і в отриманні прибутку, який є результатом ретельно продуманої комерційної структури бізнесу. Саме тому сьогодні індустрія моди представляє собою чітко сформований економічний механізм системи функціонування брендів, які все частіше розглядаються як середовище економічної діяльності, а тому стають актуальним питанням для наукових досліджень і обґрунтувань.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Індустрія моди представляє собою складне явище, яке, з одного боку, характеризується творчою складовою інтелектуальної діяльності людини, а з іншого, – матеріальною частиною, пов'язаною з маркетингом, комунікаціями і фінансовою аналітикою. Саме тому фешн-індустрія є об'єктом досліджень багатьох вчених у всьому світі.



Одним з перших індустрію моди досліджував англійський філософ і соціолог Г. Спенсер, який вважав моду символом соціального стану і статусу. З економічної точки зору, вперше почав вивчати моду німецький соціолог і філософ Г. Зіммель. Він створив концепцію «ефекту просочування», яка полягає в тому, що нижчі верстви суспільства прагнуть повторювати модні образи, які пропагують верхні прошарки, які, у свою чергу, відразу прагнуть змінити модний стандарт, щоб підкреслити свою відмінність та індивідуальність. На переконання Зіммеля, мода слугує для згуртування кожної конкретної верстви населення і відчуження останньої від всіх інших, а тому вона загрожує капіталістичному класу і дозволяє представникам нижчого робітничого класу порушити існуючий міжкласовий кордон. Відтак, мода – це всеосяжний процес з елементами філософії, економіки, політики і науки, який є наслідком урбанізації і модернізації. Г. Зіммель також виокремив функції, які виконує індустрія моди, включаючи функцію демонстрації економічного статусу людини в суспільстві, функцію світового комунікатора і функцію двигуна текстильної промисловості.

До інших фахівців, які займалися вивченням даної проблематики належать: Д. Акер, Н. Уайт, Й. Гріффітс, Ю. Кавамура, А. Андреева, С. Мармі й інші.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Розвиток сучасної фешн-індустрії, зокрема, ключового для неї активу – дизайнерських брендів, є самостійною науково-практичною проблемою, значення якої в останні десятиліття постійно зростає, а тому комерціалізація брендів індустрії моди потребує більш глибокого, детального і всебічного аналізу.

**Метою статті** є виявлення та емпіричне оцінювання притаманних брендам індустрії моди елементів й атрибутів в глобальному економічному середовищі.

**Виклад основного матеріалу.** Фешн-індустрія є доволі специфічною сферою економіки, так як спочатку вона формувалася виключно з метою втілення творчих задумів, ідей та уяви творців, а тому вона носила більшою мірою культурний характер і призначалася для споглядання, задоволення естетичних потреб і розваг. Це була креативна діяльність модельєрів, які виготовляли одяг для клієнтів високого ступеня важливості, статусу яких не дозволено бути не унікальним.

Відтак, продукція цієї галузі була «люксовою» і називалася «haute couture» («висока мода»), а тому дорогою і малодоступною.

На початку ХХІ століття індустрію моди все частіше розглядають не лише, як культурний феномен, а й потужну бізнес-структуру, де функціонують не лише творці, а й покупці, посередники, представники ЗМІ тощо. З огляду на те, що світовій індустрії моди більше 100 років, за цей час було сформовано унікальну систему диверсифікації дизайнерських брендів, різні форми і методи управління ними та широкомасштабну мережу маркетингових комунікацій. В наші дні економічна діяльність в цьому сегменті характеризується масовістю, а її продуктами можуть володіти пересічні громадяни будь-якої країни.

У сучасному світі мода стала об'єктом комерційної діяльності, все частіше вона залучається до процесу ринкового господарювання: виробляється особливий економічний механізм створення і впровадження нових концепцій фешн-індустрії, включаючи систему захисту творчих ідей, принципів ціноутворення, організації роботи дизайнерів та їх взаємодії із збутовими комерційними структурами. Модній індустрії притаманні всі властивості економічних об'єктів: продуктова і регіональна диверсифікація, злиття і поглинання, великі обсяги інвестицій, складний виробничий і технологічний процес, активна участь на фондовому ринку. Тому багато країн використовують цей атрибут свого економічного середовища як засіб збільшення зайнятості, економічного зростання і соціальної згуртованості.

У зв'язку із всеосяжним захопленням модою, зміною смаків і вподобань споживачів, експансією виробничої діяльності суб'єктів індустрії моди майже на всі країни світу та стрімким нарощуванням виробництва різноманітних видів вбрання почала зростати і популярність брендів, хоча, за статистикою, бренди займають лише 10% ринку одягу в усьому світі.

Бренд (*англ. brand*) – це послідовний набір функціональних, емоційних, психологічних і соціальних обіцянок цільовому споживачеві, які є для нього унікальними і значущими та щонайкраще відповідають його потребам [3]. Даний термін є похідним словом від давньонорвезького, що має значення «ставити клеймо», що відноситься для позначення джерела, виробника чи власника продукту, або використовувалось для таврування великої рогатої худоби, коней та інших домашніх тварин. З розвитком комерції термін «бренд» почав означати походження товару і застосовувалось для відокремлення одного виробника від інших, які продукують аналогічну чи схожу продукцію.

Історично бренди виникли як одна із перших форм захисту прав споживача. З удосконаленням засобів виробництва виділитися серед конкурентів лише за рахунок якості з кожним роком стає все складніше. Компанії переходять з виробництва продуктів на виробництво образів і навіть стилів життя. В умовах

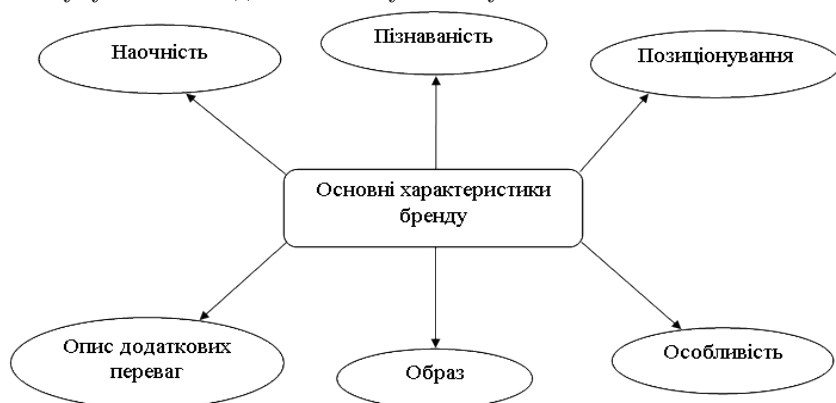


Рис. 1. Основні характеристики брендів

Джерело: розроблено авторами за даними [4]

сучасної економіки підприємства все частіше прагнуть отримувати високі прибутки не через збільшення обсягу продукції, а через створення сприятливого враження у споживача і його прихильності саме до їхньої марки. Саме тому у сучасному світі бренд відіграє величезну роль, пронижує практично всі сторони життя споживачів (від купівлі ними товару під дією реклами бренду і аж до спостереження за спільнотами людей, політиками, знаменитостями, які самі є брендами) та має величезний вплив на них. Бренди займають в комерції унікальне місце, оскільки їх можна купувати, продавати, здавати в оренду, а також захищати на національному і глобальному рівнях. В цілому, метою просування бренду є створення монополії в даному сегменті ринку.

Структура бренду індустрії-моди може включати: ім'я, логотип, слоган, графіку, форми, кольори, звуки і рух. Характеристиками, якими володіють модні бренди, представлені на рис. 1.

Для того, щоб бренд був успішним, промоутери керуються низкою принципів, а саме: наявність креативного задуму; досконалість або новизна технічних рішень; креативність просування бренду (незвична ідея); залучення до співпраці митців, фотографів – як чиннику для натхнення та популяризації бренду; залучення значних фінансових ресурсів для активізації популяризації бренду; вміння поєднання вдалих творчих, маркетингових, комунікаційних й економічних чинників [2].

Специфіка функціонування сучасної індустрії моди така зумовлює диференціацію брендів, які займають сегменти різних класів одягу. Згідно з цією класифікацією весь спектр модного одягу поділяють на п'ять основних класів: haute couture, pret-a-porte, bridge, moderate і mass-market (рис. 2).

Така диференціація представляє собою систему класифікації модних брендів за різними параметрами. Критеріями для даного розподілу є специфіка розробки моделей та їх виробництва, а також сегментація усіх споживачів за купівельною спроможністю. Останній критерій пояс-

нюється тим, що цінові категорії різних класів брендів суттєво відрізняються між собою (високий, середній і низький сегменти) (табл. 1).

Таблиця 1

## Цінова політика різних класів брендів

Клас бренду	Цінова політика, дол. США
Haute couture, Pret-a-porte	65000-1000
Bridge	1000-100
Moderate	100-30
Mass-market	до 100

Джерело: розроблено авторами за даними [7]

Клас брендів haute couture (наприклад, Chanel Haute Couture), складає категорію розкоші. Незважаючи на те, що темпи зростання світової економіки виявилися нижчими від очікуваних, попит на одяг класу «люкс» зберігається стабільним. Клас pret-a-porte (pret-a-porte deluxe: Chanel, Hermes, Gucci, Dolce&Gabbana, Giorgio Armani; pret-a-porte: Calvin Klein, John Galiano) є трішки дешевшим, проте також має високу ціну. Очевидним є те, що ці категорії брендів працюють лише на декілька процентів усього населення світу, а для решти є недоступними. Оскільки одяг за такою ціною дозволити собі купити можуть лише «зірки», політики, бізнесмени та незначний відсоток інших людей. Завданнями цього класу брендів є:

1. Збільшення прибутку завдяки залученню нових споживачів з меншими ціновими амбіціями, але великою мобільністю щодо сприйняття модних інновацій.

2. Розповсюдження інформації про дизайнерський бренд серед потенційних споживачів і створення способу поступового залучення споживачів нижчого сегменту в категорію клієнтів модного одягу pret-a-porte (на підставі зміни соціального статусу або споживачьких амбіцій потенційних споживачів).

3. Забезпечення захисту дизайнерських брендів від поглинання ринком масового одягу.

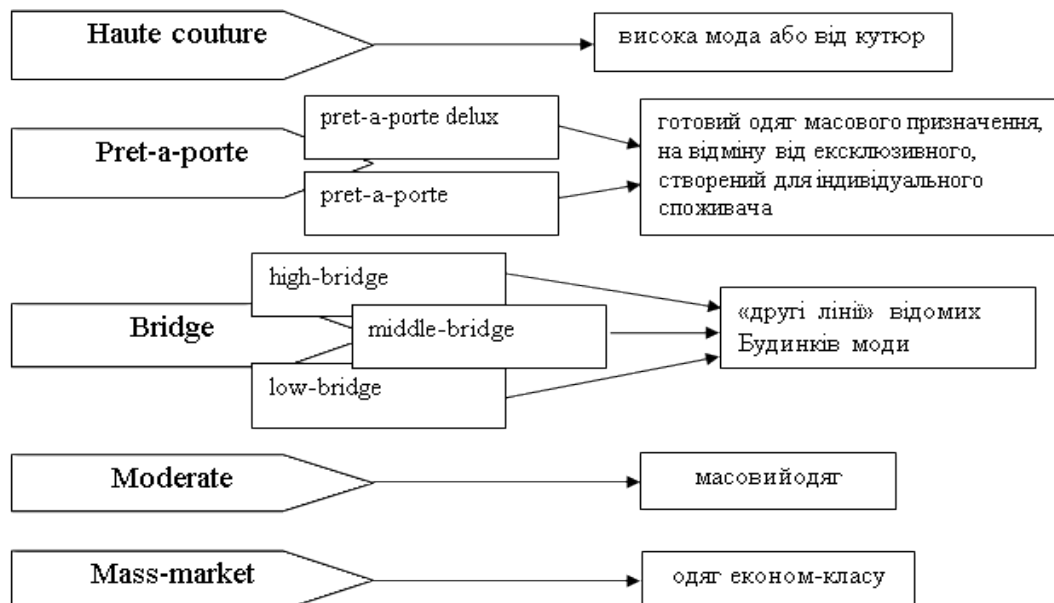


Рис. 2. Класифікація брендів модного одягу

Джерело: розроблено авторами за даними [1]

Огляд угод, укладених за останні чотири роки показує, що компанії, які працюють в цих класах, розширюються горизонтально, поповнюючи свої портфелі брендів молодими і перспективними дизайнерськими фірмами. Гравці прагнуть зміцнити свої позиції в ключових категоріях продукції, включаючи косметику, парфумерію і взуття, за рахунок укладання угод по злиттю і поглинанню, а також придбання нішевих брендів.

Оскільки для більшої кількості людей такі бренди є надто дорогими, виникли дешевші класи брендів модного одягу – bridge (Zara, Guess, MANGO, JonesNewYork) – це мода на стику pret-a-porte і mass-market, місток між двома цими явищами. Цінова політика брендів класу bridge є помірною, класу moderate (OGGI, Designi, Liz Claiborne) – середньою, а mass-market – відносно низькою, що робить їх доступними для багатьох покупців. Ціни на одяг даних класів дещо знизились у 2005 р., а останніми роками є досить усталеними. Продажі брендів цих класів є масовими, так як одяг є однією з основних категорій витрат для більшості людей. За даними Бюро статистики праці США, пересічна особа в країні витрачає близько 1700 дол. США на одяг щороку (3,5% середніх річних витрат). Починаючи з 1985 р. і до сьогодні, найбільші продажі були відзначені в групах одягу призначеного для жінок у віці від 16 років і старше.

Про комерціалізацію брендів індустрії моди свідчить і ринок праці. Наприклад, у Великобританії в цій сфері зайнято майже 800 тис. осіб, серед яких 16,010 модельєрів. В 2013 р. їхня заробітна плата складала 73930 дол. США, що на 25000 дол. США більше, ніж середня заробітна плата людей інших професій. Крім того, в країні запровадили проект «The Alliance Project», метою

якого є збільшення виробництва одягу у вартісному вираженні до 9 млрд фунтів стерлінгів і збільшення зайнятості в цьому секторі до 2020 р. [7].

Дійсно, Великобританія і США разом з Францією і Німеччиною є найбільшими національними ринками індустрії моди. Хоча, в цій ситуації йдеться не лише про дорогі бренди, а швидше про дешевий, подекуди низькоякісний одяг. Так, США імпортує одяг в основному з Китаю, В'єтнаму, Індії, Індонезії, Бангладешу, Пакистану, Камбоджі [6].

**Висновки та пропозиції.** Сфера брендів індустрії моди зазнала суттєвих трансформацій від свого створення і до тепер. Вона з'явилася на світ як щось нове і креативне, призначене не для всіх, а лише для обраних, тобто «верхівки» суспільства, пропонуючи особливий тип продукції – предмети розкоші. Тепер ж, ця діяльність перетворилась у вигідний бізнес і стала доволі комерціалізованою. В ХХІ столітті різноманіття брендів дає можливість кожній людині придбати необхідний товар у відповідності з власною купівельною спроможністю. Для власників таких брендів модного одягу це виливається в отримання колосального прибутку та можливості подальшого розвитку й експансії на нові географічні ринки.

Бренди індустрії моди це важливий сектор економіки для усіх країн світу, оскільки, будучи важливою складовою міжнародного бізнесу, вони несуть у собі потенціал для генерування прибутку, зростання виробництва і створення нових робочих місць.

У контексті даної проблематики подальшого дослідження потребує питання налагодження системи комунікацій між брендом і потенційними споживачами.

## Список літератури:

1. Андреева А.Н. Концепция портфеля дизайнерских брендов в фешн-бизнесе: постановка проблемы / А.Н. Андреева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. – 2003. – Вып. 2 (№ 16). – С. 28-54.
2. Годін А.М. Брендинг / А.М. Годін – М.: Аспект-пресс, 2007.
3. Перция В.О. Анатомия бренда / В.О. Перция, Л.М. Мамлеева. – М.: «Вершина», 2007. – 288 с.
4. Лінч А., Штраус Д.М. Зміни в моді. Причини і наслідки / А. Лінч, Д.М. Штраус – М., 2009.
5. Trademap [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.trademap.org/Index.aspx>
6. The Economist Intelligence Unit (EIU): US office of Textiles and Apparel [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.eiu.com/home.aspx>
7. US Bureau of Labor Statistics [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.bls.gov>

**Скавронская И.В., Слодовник З.М.**

Тернопольский национальный экономический университет

## БРЕНДЫ ИНДУСТРИИ МОДЫ КАК СРЕДА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### Аннотация

Статья посвящена брендам индустрии моды как среды экономической деятельности и неотъемлемой составляющей международного бизнеса. Раскрыта сущность понятия «бренд». Обоснованы принципы успешности брендов. Осуществлена классификация брендов модной одежды. Проанализирована ценовая политика различных классов брендов одежды.

**Ключевые слова:** бренд, индустрия моды, mass-market, цена, ценовая политика.

Skavronska I.V., Slodovnyk Z.M.  
Ternopil National Economic University

## FASHION BRANDS AS AN ENVIRONMENT FOR THE ECONOMIC ACTIVITY

### Summary

The article is dedicated to fashion brands as an environment for the economic activity and an integral part of international business. The essence of the concept «brand» has been revealed. The principles of successful brands have been outlined. Classification of fashion brands has been carried out. The pricing of different classes of apparel brands has been analyzed.

**Keywords:** brand, fashion industry, mass-market, price, pricing.

УДК 336.71

## ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ БАНКІВ В УМОВАХ ДОКАПІТАЛІЗАЦІЇ

Слободянюк Н.О., Верич Г.О.

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського

У статті розкрито особливості банківських інвестицій в національну економіку. Проаналізовано існуючий рівень інвестиційної активності банків України. Розглянуто основні проблеми, що впливають на рівень інвестицій в економіку. Охарактеризовано вимоги НБУ про обов'язкову докапіталізацію і стан банківської системи в цілому. Визначено пріоритетні напрямки вирішення проблем банківського інвестиційного кредитування в умовах докапіталізації.

**Ключові слова:** капіталізація, інвестування, банківська система, власний капітал, інвестиційне кредитування, злиття банків.

**Постановка проблеми.** Надійна банківська система є однією з найважливіших умов забезпечення фінансової стабільності та економічного зростання. На сьогодні, у зв'язку з постановою НБУ від 04 лютого 2016 року № 58 «Про збільшення капіталу банків України», вирішального значення набувають питання оптимального формування капіталу. Разом з тим, наразі українські банки залишаються одним з потенційних джерел довгострокових інвестицій, як у нові перспективні підприємства, так і у вже існуючі. Адже саме зараз, коли в умовах економічної нестабільності нові підприємства України стикаються з фінансовими труднощами, довгострокові інвестиції для розвитку економіки України є необхідними. Саме тому питання інвестиційної активності банків в умовах докапіталізації стають надзвичайно актуальними.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Значну увагу дослідженню проблем оптимізації капіталу банку приділяють М. Алексеєнко, О. Дзюблук [5], С. Коваль, В. Міщенко, О. Неізвестна [8], М. Савлук та інші. Аналіз інвестиційної діяльності банків відображено в роботах Г. Андрущенко [4], Т. Косової [6], Н. Слободянюк [6] та інших. Незважаючи на значні напрацювання, що стосуються проблем капіталізації банків та банківських інвестицій в економіку, доцільно продовжувати наукові дослідження з цієї тематики, оскільки зазначена проблема і дотепер є однією з найактуальніших.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Високо оцінюючи внесок за-

значених авторів у дослідження проблеми, зауважимо, що поруч із існуючими напрацюваннями є цілий ряд аспектів, які вимагають додаткового висвітлення, зокрема питання інвестиційної активності банків саме в умовах вимоги Національного банку України про докапіталізацію у зазначені Постановою терміни.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є аналіз сучасного стану інвестиційної активності банківських установ в умовах докапіталізації, визначення основних проблем, з якими стикаються банки, та обґрунтування рекомендацій щодо їх вирішення.

**Виклад основного матеріалу.** У ринкових умовах господарювання загальноекономічна роль банків у суспільстві визначається їх спроможністю залучати тимчасово вільні кошти та можливістю ефективно використовувати акумульовані ресурси. Мобілізація грошових коштів необхідна для задоволення фінансових потреб реального сектора економіки з метою постійного обігу капіталів підприємств.

Комерційні банки, які мають на меті збільшення темпів розвитку і приріст конкурентоспроможності своєї діяльності можуть брати участь в інвестиційному процесі з трьох основних видів діяльності:

- обслуговування руху коштів, які належать інвесторам-клієнтам і призначені для інвестування;
- мобілізація накопичень для заощаджень і спрямування їх на інвестування через ринок цінних паперів;



– надання кредитів інвестиційного характеру за рахунок власних і залучених ресурсів.

Вказані вище напрямки тісно пов'язані між собою. Мобілізуючи капітали, заощадження населення, інші вільні грошові кошти, банки формують свої ресурси з метою їх прибуткового використання. Обсяг і структура операцій з акумулювання коштів – основні фактори впливу на стан кредитних та інвестиційних портфелів банків, можливості їх інвестиційної діяльності [4, с. 170].

В законі України «Про банки і банківську діяльність» було визначено сутність інвестиційних банків. Згідно з нормативним актом, інвестиційними вважаються банки, більше 50% активів яких є активами одного виду, у даному випадку інвестиційними кредитами та цінними паперами [3]. Проте, враховуючи структуру активів банків України, необхідно зауважити, що на сьогодні інвестиційні банки в нашій країні не функціонують.

Кредити, спрямовані на фінансування інвестицій мають певні особливості. По-перше, їх розміри та терміни погашення на багато вищі за розміри та терміни надання кредиту під поточні потреби підприємств. По-друге, у інвестиційному кредитуванні право на об'єкт інвестування зафіксовано за позичальником, окрім випадку, коли він є предметом застави.

До переваг інвестиційного кредитування, у порівнянні з портфельним інвестуванням можна віднести: остаточно прописаний термін; конкретна плата, яка не буде коливатися в залежності від результатів діяльності суб'єкта інвестування; мінімізація ризику втрат за рахунок різноманітних форм забезпечення виконання зобов'язань; обсяги прямих і портфельних інвестицій регламентуються НБУ залежно від розміру капіталу банку (нормативи інвестування в цінні папери окремо за кожною установою Н11, загальної суми інвестування Н12), тому інвестиційне кредитування дозволяє збільшити інвестиційну потужність банку [6, с. 61].

Останнім часом спостерігається загальне зниження обсягів банківського кредитування. При цьому, протестується така закономірність: кредитні ресурси надаються переважно позичальникам, які гарантували вчасне і повне повернення коштів, значна частина кредитів спрямована у невиробничу сферу.

Більша частина позичок (93,5%) надається на поточну діяльність, що є негативним для розвитку економіки, адже лише 6,5% від суми позичок, спрямовані на амортизацію основних засобів та обладнання.

Проаналізувавши особливості процесу банківського інвестиційного кредитування, розглянемо проблеми, які виникають при його реалізації.

Одним з основних негативних факторів інвестиційного кредитування є високі процентні ставки. Звернувшись до закордонного досвіду, можна побачити, що у країнах Європи вони майже не відрізняються від ставок за іншими видами кредитування. В Україні процентні ставки вищі за рівень рентабельності переважної більшості інвестиційних проектів. Необхідно додати, що частка довгострокових кредитів в економіку є дуже низькою. Банківські установи України віддають перевагу короткостроковим проектам, які швидко окупаються. Адже при кредитуванні ве-

ликих інвестиційних проектів відбувається залучення коштів на довгий термін, та є ймовірність, що сума нарахованих процентів буде більшою за суму кредиту.

Одним із стримуючих факторів інвестиційного кредитування є не завжди зважена політика держави, що проявляється через тиск державних органів на комерційні банки з метою надання ними кредитів у збиткові галузі. Формально такі «примусові» кредити забезпечені гарантіями з боку держави, однак реально втрати не відшкодовуються. Подібна практика поширюється переважно на найбільші, системні банки, а тому, зважаючи на великі обсяги їхніх фінансових ресурсів, вона не здійснює значного негативного впливу на банківську систему [4, с. 170].

Варто зазначити, що вимоги обов'язкової докапіталізації Національного банку України занадто високі, що призводить до значного обмеження фінансових можливостей комерційних банків. Так, НБУ висунув українським банкам тверду вимогу докапіталізації як єдиної можливості їх подальшого існування. Згідно з Постановою регулятора від 04 лютого 2016 року № 58 «Про збільшення капіталу банків України», банки, статутний капітал яких не відповідає вимогам частини першої статті 31 Закону України «Про банки і банківську діяльність», зобов'язані привести його розмір у відповідність до вимог цього закону, а саме: до розміру, не меншого, ніж: 120 мільйонів гривень – до 17 червня 2016 року; 200 мільйонів гривень – до 11 липня 2017 року; 300 мільйонів гривень – до 11 липня 2018 року; 400 мільйонів гривень – до 11 липня 2019 року; 450 мільйонів гривень – до 11 липня 2020 року; 500 мільйонів гривень – до 11 липня 2024 року [1].

Згідно з повідомленнями регулятора, станом на початок 2016 року в Україні функціонувало 19 банків, обсяг статутного капіталу яких був меншим за 120 млн. грн. За підсумком 2016 року кількість таких установ скоротилась до трьох. Згідно з графіком збільшення мінімального статутного капіталу, до 11 липня 2017 року українським банкам мають зареєструвати статутний капітал не менший за 200 млн. грн. За підсумком 2016 року кількість банків, обсяг статутного капіталу яких менший за цю позначку, складає 44 [8, с. 143].

Станом на 01 січня 2017 року ліцензію Національного банку України мали 96 банківських установ (в т.ч. 38 банків з іноземним капіталом). Починаючи з 2016 року кількість функціонуючих банківських установ скоротилася на 21. В цілому, рішення про ліквідацію було прийнято стосовно 80 банків [7, с. 5].

Як показують розрахунки та статистичні дані, не всі банки зможуть підвищити обсяг капіталу у зазначений законодавством термін. Так 44 банки з 96 існуючих, за підсумками 2016 року, ще не досягли обов'язкового рівня капіталу. Саме тому їх першочерговою метою буде пошук джерел, які допоможуть у найшвидший строк виконати умови регулятора. А інвестиції у економіку України та підприємницьку діяльність є довгостроковими і тому стають для установ нерентабельними. Такі банки віддають перевагу проектам, здатним давати прибутки в максимально короткі терміни. Варто додати, що кредитні ресурси цих банків є відносно обмеженими, тому вони не мають мож-

ливості фінансування інвестиційних проектів, особливо великого масштабу. Навіть ті банківські установи, які все ж виконали вимоги НБУ, щодо обсягу капіталу у розмірі 200 мільйонів гривень, не мають достатніх коштів для інвестування. Адаже при кредитуванні великих інвестиційних проектів позичкові кошти залучаються на тривалий термін та мають довгий період окупності. А вже 11 липня 2018 року завершується 3й етап капіталізації, який передбачає збільшення капіталу до 300 мільйонів гривень. Нині довгострокові кредити українських банків зменшуються високими темпами, причому це – переважно позички з терміном погашення понад рік. Середній термін активів по банківській системі загалом – дещо більше 8 місяців.

Отже, в першу чергу, для підвищення інвестиційної активності банків важливо вирішити проблему капіталізації, яка є актуальною для переважної більшості банківських установ. А вже потім створювати сприятливі умови для інвестиційної діяльності в цілому. Адаже без вирішення проблеми нестачі капіталу, банки не зможуть отримати ліцензію НБУ та продовжувати функціонування і, відповідно, інвестувати кошти в економіку.

Проблему капіталізації банківської системи допоможуть вирішити такі заходи, як: збільшення прибутку від банківської діяльності; реінвестування прибутку; створення банківських об'єднань, реорганізація банків; залучення субординованого боргу; вихід на первинний і вторинний ринки цінних паперів; зменшення долі активів з високим ступенем ризику.

Зарубіжний досвід у капіталізації банківських установ вказує на те, що для кожної економічної системи використовуються різні методи підвищення обсягу капіталу. У США найчастіше використовується поглинання дрібних банківських установ великими, а також злиття банків з великими капіталами. Країни Центральної та Східної Європи для вирішення проблеми капіталізації в основному використовували залучення іноземного капіталу.

Не зважаючи на те, що існує багато варіантів вирішення проблеми, на сьогодні для вітчизняної економіки більшість з них не підходить. Одним із багатообіцяючих напрямків нарощування капіталу банку для України є злиття та поглинання банків. Воно призведе до збільшення найменувань банківських послуг; виходу на нові ринки та зміцнення позицій на вже відомих; поліпшення репутації банків, уникнення банкрутства; диверсифікації кредитних ризиків.

Варто відмітити, що у європейській практиці стимулювання процесів злиття та поглинання дуже поширене, тим паче в кризових умовах. У результаті використання такого варіанту проблемні банки перетворюються на фінансово-стійкі та сильні. При цьому, з боку держави не потрібно буде виділяти кошти на порятунок неплатоспроможних банків та на виплату вкладів.

Після вирішення проблеми капіталізації доцільно було б приділити увагу розробці певних заходів, щодо поліпшення умов для розвитку інвестиційної активності банківських установ, а саме:

– Для вирішення проблеми занадто високої ціни на банківські кредити доцільно розробити систему зниження рівня процентних ставок шляхом проведення НБУ цілеспрямованої політики щодо зниження облікової ставки та збільшення довіри до банків і залучення більшої частини населення до зберігання коштів у банках;

– Для збільшення обсягів інвестиційного кредитування варто спрямувати державну політику на підвищення контролю за грошовими потоками з метою розширення ресурсної бази банків, впровадження нової методики формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат та надання стабільності у законодавстві, яка б створила придатні умови функціонування підприємств реального сектору.

**Висновки і пропозиції.** Таким чином, внаслідок проведеного дослідження можна відзначити, що інвестиційному кредитуванню належить сьогодні особлива роль у діяльності українських банків. Проаналізувавши сучасний стан розвитку банківського сектору в цілому та інвестиційну активність банківських установ зокрема, можна зазначити, що їй притаманна низка проблем. А саме: високі процентні ставки, використання тільки короткострокових інвестиційних кредитів, вкладення коштів в невиробничу сферу та тиск з боку держави. Необхідно зазначити, що особливістю банківського сектору наразі є примусова докапіталізація. Отже, в першу чергу, для підвищення інвестиційної активності банків важливо вирішити проблему капіталізації, яка є актуальною для переважної більшості банківських установ. А вже потім створювати сприятливі умови для інвестиційної діяльності в цілому.

Виходячи з цього авторами було запропоновано найкращий для вітчизняної економіки напрям вирішення проблеми капіталізації банківської системи – злиття та поглинання. Крім того, була запропонована низка заходів для поліпшення умов розвитку інвестиційної активності банків, серед яких: зниження процентних ставок, підвищення довіри населення до банків, введення нової методики формування резервів, контроль за грошовими потоками тощо.

Таким чином, для успішного функціонування банківської системи України та розвитку інвестиційної діяльності банківських установ важливо виконати найважливіші заходи, пов'язані з управлінням інвестиційною діяльністю. Це буде запорукою динамічного розвитку та економічного зростання країни. Перспективою подальших наукових досліджень є теоретичне обґрунтування алгоритму злиття та поглинання банків в умовах нестійкості функціонування банківської системи України, а також всебічна оцінка таких заходів.

## Список літератури:

1. Про збільшення капіталу банків України [Електронний ресурс]: Постанова Правління НБУ № 58 від 04.02.2016 р. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=27072754>
2. Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні: Постанова Правління НБУ від 28.08.2001 р. № 368 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01>

3. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 17.12.2000 р. № 2121-III: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
4. Андрущенко Г.І. Особливості здійснення інвестиційної діяльності банківськими установами в умовах кризи / Г.І. Андрущенко // Фундаментальні основи формування механізмів управління фінансовою системою України в умовах кризи: колективна монографія / За заг. ред. Т.Д. Косової. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2016. – С. 169-184.
5. Дзюблук О.В. Комерційні банки в умовах переходу до ринкових відносин: монографія / О.В. Дзюблук. – Тернопіль: «Збруч», 2014. – 140 с.
6. Косова Т.Д., Слободянюк Н.О. Банківські інвестиції в національну економіку: класифікація і стратегічні пріоритети / Т.Д. Косова, Н.О. Слободянюк // Фундаментальні основи формування механізмів управління фінансовою системою України в умовах кризи: колективна монографія / За заг. ред. Т.Д. Косової. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2016. – С. 57-67.
7. Матеріали досліджень МРА «Рюрик». Аналітичний огляд банківської системи України за I квартал 2016 року: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rurik.com.ua/our-research/branch-reviews/1187>
8. Неізнана О.В., Верич Г.О. Проблеми капіталізації банківської системи України та рекомендації щодо їх вирішення / О.В. Неізнана, Г.О. Верич // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету: Зб. наук. праць. – Одеса – 2016. – № 22. – С. 141-144.

**Слободянюк Н.А., Верич А.А.**

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ ДОКАПИТАЛИЗАЦИИ**

### **Аннотация**

В статье раскрыты особенности банковских инвестиций в национальную экономику. Проанализированы существующий уровень инвестиционной активности банков Украины. Рассмотрены основные проблемы, влияющие на уровень инвестиций в экономику. Охарактеризованы требования НБУ, об обязательной докапитализации банковской системы и состояние банковской системы в целом. Определены приоритетные направления решения проблем банковского инвестиционного кредитования, в условиях докапитализации.

**Ключевые слова:** капитализация, инвестирование, банковская система, собственный капитал, инвестиционное кредитование, слияние банков.

**Slobodyanyuk N.O., Verych H.O.**

Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mykhaylo Tugan-Baranovskiy

## **PROBLEMS AND PROSPECTS OF INVESTMENT ACTIVITY OF BANKS UNDER CONDITIONS OF DOCAPITALIZATION**

### **Summary**

The article reveals the peculiarities of banking investments in the national economy. The existing level of investment activity of Ukrainian banks is analyzed. The main problems affecting the level of investment in the economy are considered. The requirements of the NBU, the mandatory capitalization of the banking system and the state of the banking system as a whole are characterized. Priority directions of the decision of problems of bank investment crediting are defined, in conditions of additional capitalization.

**Keywords:** capitalization, investment, banking system, equity, investment lending, merger of banks.



УДК 336.33

## КРЕДИТНА ПОЛІТИКА БАНКУ ЯК ОСНОВА УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ

Сорока А.В., Колесникова А.Р.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Досліджено теоретичні питання кредитної політики та кредитного ризику. Визначено суть кредитної політики, проведено критичний аналіз визначень науковців поняття «кредитна політика банку». Розкрито суть поняття «кредитний ризик». Розглянуто методи управління кредитним ризиком та зазначенні шляхи його мінімізації.

**Ключові слова:** кредитна політика, кредитний ризик, управління, шляхи мінімізації.

**Вступ.** Для реалізації ефективної кредитної діяльності банки створюють свою внутрішню кредитну політику. Кредитна політика банку – це одна з важливих інструментів, що не дає можливість допустити банківські ризики. Використання положень кредитної політики має право банку розробити такий кредитний портфель, який спомогатиме досягненню поставлених цілей у банківській діяльності, а саме: контролю за управлінням ризиками, прибутковості банку та дотримання усіх вимог законів щодо сфери банку.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У науковій економічній літературі багато праць присвячених дослідженню питань, що пов'язані з формуванням та використанням кредитної політики банку. Серед них: І. Гуцал [3], У. Владичин [4], О. Вовчак [5], Г. Панова [6], Н.А. Антіпова [8], О.О. Любар [9], О. Дзюблюк [10], М. Новосельцева [7], І. Карбівничий [11], В. Вовк [12], Р. Коцовська [13], Н.Л. Островська [14]. Незважаючи на достатню кількість досліджень щодо кредитної політики та мінімізації кредитного ризику, ця проблема потребує подальшого дослідження в умовах сучасного нестабільного економічного середовища.

**Мета статті** – розкрити сутність кредитної політики банку та дослідити її значущість під час управління кредитним ризиком.

**Виклад основного матеріалу.** Організація ефективної кредитної діяльності у сучасних нестабільних умовах господарювання відбувається завдяки виваженої кредитної політики банку. Значення кредитної політики у функціонуванні банку досить значне, вона формує умови, принцип, правила кредитування, окреслює підходи до реалізації процесу кредитування та його контролю. Одним із головних завдань кредитної політики є контроль та зниження кредитного ризику у процесі банківської діяльності.

З метою більш повного дослідження суті кредитної політики проведемо критичний аналіз визначень науковців. Слід зазначити, що серед науковців існують певні дискусії щодо визначень суті поняття «кредитна політика».

Так на офіційному сайті Асоціації українських банків кредитна політика банку визначена як «стратегія і тактика банку щодо залучення коштів та спрямування їх на кредитування клієнтів банку (позичальників) на основі принципів: поворотності; терміновості; диференційованості; забезпеченості; платності» [1]. У світі енциклопедій кредитна політика – це «сукупність факторів, документів і дій, що визначають розвиток комерційного банку в області кредитування своїх

клієнтів. Кредитна політика визначає завдання і пріоритети кредитної діяльності банку, засоби і методи їх реалізації, а також принципи і порядок організації кредитного процесу. Вона створює основу організації кредитної роботи банку відповідно до загальної стратегії його діяльності, будучи необхідною умовою розробки системи документів, що регламентують процес кредитування» [2]. На думку Гуцала І. кредитна політика: «є складовою частиною загальної політики банку, спрямованої на досягнення його стратегічних цілей: дотримання фінансової стійкості, надійності, ліквідності та платоспроможності банку; реалізується через кредитний механізм і пов'язана із раціональною організацією кредитних відносин, їх управлінням та регулюванням для досягнення конкретних цілей окремого комерційного банку» [3]. Як стратегію і тактику банку в галузі кредитування, кредитну політику розглядають У. Владичин, О. Вовчак, Г. Панова.

У. Владичин під кредитною політикою розуміє: «стратегію і тактику банку щодо спрямування коштів на кредитування клієнтів банку на основі принципів кредитування» [4], а О. Вовчак – «стратегію і тактику банку щодо залучення коштів та спрямування їх на кредитування клієнтів банку (позичальників) на основі принципів: поверненості, строковості, цільового використання, забезпеченості, платності» [5]. Схожої думки дотримується і Г. Панова, вона розглядає кредитну політику: «у сутнісному аспекті – стратегія й тактика по залученню ресурсів на поворотній основі й інвестування їх у частині кредитування клієнтів банку, а в прикладному – детальній план, програма дій щодо кредитування» [6]. Найбільш схожої думки має і М. Новосельцева, вона говорить, що: «стратегія в області кредитування, що визначає загальні принципи, правила, підходи й стандарти для всіх учасників кредитного процесу, що пов'язані з місією банку й спрямовані на досягнення стратегічних цілей його діяльності» [7].

Н.А. Антіпова має таку думку, щодо кредитної політики: «частина філософії банківського бізнесу, яка визначає внутрішньо банківську процедуру видання кредиту, документообіг, моніторинг за кредитним портфелем, роботу з проблемними кредитами, встановлення процентних ставок по кредиту» [8].

Однакової думки щодо визначення кредитної політики, що це заходи і дії банку мають О. О. Любар та О. Дзюблюк. О.О. Любар говорить: «у вузькому сенсі – це система заходів банку в царині кредитування його клієнтів, здійснюваних банком



для реалізації його стратегії і тактики в даному регіоні в певний період часу. Кредитна політика як основа процесу управління кредитом визначає пріоритети в процесі розвитку кредитних стосунків, з одного боку, і функціонування кредитного механізму – з іншого» [9], а О. Дзюблук – «сукупність заходів та дій щодо формування складу кредитного портфеля і контролю над ним як єдиним цілим, а також встановлення стандартів для прийняття конкретних рішень» [10].

Як принципи, цілі та критерії у кредитній діяльності, кредитну політику розглядають І. Карбівничий, В. Вовк. До визначення І. Карбівничий говорить, що кредитна політика це: «сукупність базових принципів та критеріїв прийняття управлінських рішень у сфері кредитної діяль-

ності банку з метою реалізації його кредитного потенціалу та ефективного впливу на економіку країни на різних її рівнях» [11], а В. Вовк – «визначає основні напрями кредитного процесу, пріоритети, принципи та цілі певного банку на кредитному ринку – стратегія кредитної діяльності банку, і передбачає застосування конкретних фінансових та інших інструментів, що використовуються в процесі реалізації кредитних угод – тактика банку щодо організації процесу кредитування» [12].

На думку Р. Коцовської кредитна політика це: «комплекс рішень, ухвалених правлінням банку, у яких зафіксовані умови, параметри надання кредитів, організація кредитного процесу» [13]. А Н.Л. Островська такої думки, щодо кредитної

Таблиця 1

## Підходи до визначення сутності кредитної політики банку

Автори	Визначення кредитної політики банку	Особливості визначення
Світ енциклопедій [2]	Сукупність факторів, документів і дій, що визначають розвиток комерційного банку в області кредитування своїх клієнтів. Кредитна політика визначає завдання і пріоритети кредитної діяльності банку, засоби і методи їх реалізації, а також принципи і порядок організації кредитного процесу. Вона створює основу організації кредитної роботи банку відповідно до загальної стратегії його діяльності, будучи необхідною умовою розробки системи документів, що регламентують процес кредитування.	Сукупність факторів, документів та дій
І. Гуцал [3]	Є складовою частиною загальної політики банку, спрямованої на досягнення його стратегічних цілей: дотримання фінансової стійкості, надійності, ліквідності та платоспроможності банку; реалізується через кредитний механізм і пов'язана із раціональною організацією кредитних відносин, їх управлінням та регулюванням для досягнення конкретних цілей окремого комерційного банку.	Складовою частиною загальної політики банку
У. Владичин [4]	Стратегія і тактика банку щодо спрямування коштів на кредитування клієнтів банку на основі принципів кредитування.	Стратегія і тактика банку
О. Вовчак [5]	Стратегія і тактика банку щодо залучення коштів та спрямування їх на кредитування клієнтів банку (позичальників) на основі принципів: поверненості, строковості, цільового використання, забезпеченості, платності.	Стратегія і тактика банку
Г. Панова [6]	У сутнісному аспекті – стратегія й тактика по залученню ресурсів на поворотній основі й інвестування їх у частині кредитування клієнтів банку, а в прикладному – детальний план, програма дій щодо кредитування.	Стратегія і тактика банку
Н.А. Антіпова [8]	Частина філософії банківського бізнесу, яка визначає внутрішню банківську процедуру видання кредиту, документообіг, моніторинг за кредитним портфелем, роботу з проблемними кредитами, встановлення процентних ставок по кредиту.	Частина філософії
О.О. Любар [9]	У вузькому сенсі – це система заходів банку в царині кредитування його клієнтів, здійснюваних банком для реалізації його стратегії і тактики в даному регіоні в певний період часу. Кредитна політика як основа процесу управління кредитом визначає пріоритети в процесі розвитку кредитних стосунків, з одного боку, і функціонування кредитного механізму – з іншого.	Заходи банку в області кредитування
О. Дзюблук [10]	Сукупність заходів та дій щодо формування складу кредитного портфеля і контролю над ним як єдиним цілим, а також встановлення стандартів для прийняття конкретних рішень.	Заходи і дії банку
М. Новосельцева [7]	Стратегія в області кредитування, що визначає загальні принципи, правила, підходи й стандарти для всіх учасників кредитного процесу, що пов'язані з місією банку й спрямовані на досягнення стратегічних цілей його діяльності.	Стратегія банку
І. Карбівничий [11]	Сукупність базових принципів та критеріїв прийняття управлінських рішень у сфері кредитної діяльності банку з метою реалізації його кредитного потенціалу та ефективного впливу на економіку країни на різних її рівнях.	Принципи, критерії, цілі кредитної діяльності
В. Вовк [12]	Визначає основні напрями кредитного процесу, пріоритети, принципи та цілі певного банку на кредитному ринку – стратегія кредитної діяльності банку, і передбачає застосування конкретних фінансових та інших інструментів, що використовуються в процесі реалізації кредитних угод – тактика банку щодо організації процесу кредитування.	Напрями, принципи, цілі кредитної діяльності
Р. Коцовська [13]	Комплекс рішень, ухвалених правлінням банку, у яких зафіксовані умови, параметри надання кредитів, організація кредитного процесу.	Комплекс рішень щодо організації кредитного процесу
Н.Л. Островська [14]	Інструмент системи управління кредитною діяльністю банку, кінцева мета якого запобігання ризикам в досягненні ним стратегічних цілей.	Інструмент системи управління

(Розроблено авторами)

політики: «інструмент системи управління кредитною діяльністю банку, кінцева мета якого заповігання ризиком в досягненні ним стратегічних цілей» [14].

Основні підходи до трактування поняття «кредитна політика банку» зведено в таблиці 1.

Проаналізувавши визначення науковців, можна стверджувати, що не існує єдиного визначення кредитної політики, кожен з них доповнює сутність поняття.

На сьогодні немає і єдиної розробленої кредитної політики для усіх банків. Для реалізації найуспішнішої організації кредитної діяльності кожний банк створює та забезпечує особисту кредитну політику, розуміючи усю множину ризиків. Необхідність розроблення кредитної політики та покладення її в основу діяльності банку зумовлено насамперед тим, що вона дає змогу планувати, регулювати, контролювати, раціонально організувати взаємовідносини між банком і його клієнтами щодо зворотного руху грошових коштів.

Метою кредитної політики банку є формування оціненого та якісного підходу щодо управління ризиком на рівні кредитного портфеля банку.

Один із найважливіших принципів банківської діяльності полягає у тому, що при здійсненні його основної активної операції, банківського кредитування, наданий кредит має бути повернений у чітко обумовлені в кредитному договорі строки [19].

Дотримання цього принципу є запорукою успішного функціонування комерційного банку. Цілком очевидно, що при наданні будь-якої позики перед банком стає проблема невизначеності того, чи буде її повернуто вчасно, і більше того, чи буде її повернуто взагалі. Звідси випливає, що основним завданням банку при наданні позики є перетворення невизначеності в ризик і його детальний аналіз.

Саме тому кредитний ризик є основним фінансовим ризиком банківської діяльності і саме управління ним є основою фінансового ризик-менеджменту банку [4].

Під кредитним ризиком звичайно розуміють ризик невиконання позичальником початкових умов кредитної угоди, тобто неповернення (повністю або частково) основної суми боргу і процентів по ньому у встановленні договором строки [16].

Стосовно кредитного ризику слід відмітити, що по-перше, кредитний ризик входить до великої області фінансового ризику і тісно пов'язаний у ній і з процентним, валютним, галузевим та іншими ризиками банківської діяльності. Так неповернення кредитів викликає збільшення ризику ліквідності і ризику банкрутства банку. По-друге, кредитний ризик для банку загострюється в зв'язку з тим, що банки позичають не свої власні кошти, а кошти вкладників і кредиторів. По-третє, рівень ризику постійно змінюється.

Це відбувається тому, що як банки, так і їх клієнти оперують в економічному, політичному і соціальному динамічному оточенні, де умови постійно змінюються [18].

Виникнення кредитного ризику пов'язане із цілою низкою факторів.

Він залежить від екзогенних факторів (тобто «зовнішніх», пов'язаних із станом економічного середовища, кон'юнктурою) і ендогенних факторів («внутрішніх», викликаних помилковими діями самого банку). Можливості управління зовнішніми факторами обмежені, хоча своєчасними діями банк може в певній мірі пом'якшити їх вплив і попередити великі втрати. Велика увага повинна приділятися управлінню кредитним ризиком за допомогою важелів кредитної політики банку [5].

Основною метою управління кредитним ризиком на рівні окремого кредиту є впровадження заходів, спрямованих на мінімізацію втрат банку за окремою кредитною операцією у разі настання кредитного ризику.

Управління кредитним ризиком банку полягає в проведенні аналізу по таким основним напрямкам, що являються умовами мінімізації кредитного ризику [19]:

- відбір і підготування персоналу (корпоративна культура персоналу в області проведення кредитної політики);

- оцінка і контроль за станом кредитного портфеля;

- ціноутворення з урахуванням ступеня ризику;

- диверсифікація кредитних операцій банку: по позичальниках, секторам економіки, видам кредитів, із тим, щоб знизити загальний кредитний ризик банку. Більш ніж старанно банк проводить політику диверсифікації, тим більше він обмежує, знижує кредитний ризик;

- оцінка кредитоспроможності позичальника;

- оцінка достатності і ліквідності прийнятих із забезпечення зобов'язань по кредиті майна, майнових прав, оцінка надійності гарантій і застави;

- страхування кредитних вкладень;

- ліміт кредитів – установлення сумм граничної заборгованості по кредитах конкретному позичальнику. При встановленні значення ліміту, банк оцінює основні показники діяльності позичальника і зовнішнього середовища, у якому він здійснює свою діяльність: фінансово-економічний стан позичальника, здоров'я галузі, прогноз розвитку, уразливість, конкурентне середовище, залежність від технологічних змін, досвід роботи і взаємозв'язки та ін. [15].

- створення резервів на покриття можливих утрат по кредитах;

- ретельний контроль і нагляд за виконанням позичальниками зобов'язань, за ходом що кредитуються заходів, у тому числі за цільовим використанням виданих коштів;

- ретельний контроль за проблемними позичками, пошуки шляхів їх погашення [17].

**Висновки.** Отже, можна стверджувати, що управління кредитним ризиком відбувається на основі кредитної політики та передбачає створення механізму ідентифікації факторів ризику, аналізу і розрахунку їх величини, моніторингу поточного стану позичальників та контролю угоди. Ці механізми мають бути засновані на розподілі повноважень і відповідальності між підрозділами і колегіальними органами управління банку.

**Список літератури:**

1. Сайт асоціації українських банків [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://aub.org.ua/>
2. Світ енциклопедії: Кредитна політика [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://gx3000.ru/finansova-sistema/kreditna-politika-banku.html>
3. Гуцал І.С. Дієвість кредитного механізму в економіці України: автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.04.01 / І.С. Гуцал. – К.: Київський національний економічний ун-т, 2004. – 25 с.
4. Владичин У.В. Банківське кредитування [Текст] / У.В. Владичин. – Київ: Атака, 2008. – 648 с.
5. Вовчак О.Д. Кредит і банківська справа: підручник / О.Д. Вовчак. – К.: Знання, 2008. – 564 с.
6. Панова Г.С. Кредитная политика коммерческого банка во взаимоотношениях с начелением банка: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.10 / Г.С. Панова. – М.: Финансовая академия при правительстве РФ, 1997. – 21 с.
7. Новосельцева М.М. Формирование кредитной политики коммерческого банка: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.10 / М.М. Новосельцева. – М.: Академия бюджета и казначейства Министерства финансов РФ, 2010. – 21 с.
8. Антіпова Н.А. Вдосконалення ефективності кредитної політики банку як однієї з передумов конкурентоспроможності економіки / Н.А. Антіпова [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/>
9. Любар О.О. Кредитна політика банків: види та моделі / О.О. Любар [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://masters.donntu.org>.
10. Банківські операції: Підручник / За ред. д.е.н., проф. О.В. Дзюблюка. – Тернопіль: Вид-во ТНЕУ «Економічна думка», 2009. – 696 с.
11. Карбівничий І.В. Механізм формування та реалізації кредитної політики банку: автореф. дис. канд. економ. наук: 08.00.08 / І.В. Карбівничий. – Суми: Українська академія банківської справи НБУ, 2011. – 20 с.
12. Вовк В.Я. Кредитування і контроль: навч. посібн. / В.Я. Вовк, О.В. Хмеленко. – К.: Знання, 2008. – 463 с.
13. Коцовська Р.Р. Банківські операції: навчальний посібник / Р.Р. Коцовська, О.П. Павлишин, Л.М. Хміль – К.: НБУ. Ун-т банк. справи, 2010. – 456 с.
14. Островська Н.Л. Теоретичні та практичні аспекти організації моніторингу кредитної політики в банку / Н.Л. Островська [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/>
15. Довгоруц П. Методи оцінки кредитного ризику в банках // Інформаційний бюллетень МінстатУкраїни. – 1992, № 11-12, с. 24.
16. Ілляшенко С. Кредитні ризики та створення резервів для їх покриття // Вісник НБУ. – 1997, № 6, с. 39.
17. Концепція стратегії кредитного ризику / В. Вітлінський, Г. Всликоіваненко, Я. Наконечний та ін. // Банківська справа. – 2000. – № 6. – С. 17-19.
18. Кредитний ризик комерційного банку: Навч. посібник / В.В. Вітлінський, О.В. Пернарівський, Я.С. Наконечний та ін.; За ред. В.В. Вітлінського. – К.: Знання, 2000. – 251 с.
19. Сігайов А. До питання регулювання банківських ризиків // Економіка України. – 1998. – № 5. – С. 32.

**Сорока А.В., Колесникова А.Р.**

Харьковский национальный университет строительства и архитектуры

## **КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА БАНКА КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ РИСКОМ**

### **Аннотация**

Исследованы теоретические вопросы кредитной политики и кредитного риска. Определена суть кредитной политики, проведен критический анализ определенных ученых понятие «кредитная политика банка». Раскрыта суть понятия «кредитный риск». Рассмотрены методы управления кредитным риском и указания пути его минимизации.

**Ключевые слова:** кредитная политика, кредитный риск, управление, пути минимизации.

**Soroka A.V., Kolesnikova A.R.**

Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture

## **CREDIT POLICY OF THE BANK AS THE BASIS OF CREDIT RISK MANAGEMENT**

### **Summary**

The theoretical issue credit policy and credit risk. Defined the essence of monetary policy, conducted a critical analysis of scientific definitions of the term «credit policy of the bank.» The essence of the concept of «credit risk». The methods of credit risk and indicating ways to minimize it.

**Keywords:** credit policy, credit risk management, ways to minimize.

УДК 658.15

## ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ МЕЗООТОЧЕННЯ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМСТВ ЦЕМЕНТНОЇ ГАЛУЗІ

Столяренко О.О.

Львівський державний університет внутрішніх справ

В статті проаналізовано вплив мезооточення на рівень економічної безпеки підприємства. За результатами багатофакторного кросфакторного панельного регресійного аналізу доведено, що існує міцний зв'язок між зовнішнім середовищем та показниками виробництва цементної продукції. На основі SWOT аналізу запропоновано стратегічні пріоритети для досягнення безпеки.

**Ключові слова:** мезооточення, цементна промисловість, економічна безпека, стратегічні пріоритети.

**Постановка проблеми.** Нестабільне зовнішнє середовище, перманентні внутрішні трансформації та потрясіння, анексія АР Крим та військові дії на Сході України знижують вірогідність успішного розвитку підприємництва в нашій державі. Додатково, недостатньо ефективно застосування елементів стратегічного менеджменту на мікрорівні знижують рівень економічної безпеки суб'єктів господарювання, зокрема й підприємств цементної промисловості, які займають надзвичайно вагоме місце у розвитку промисловості України, особливо в умовах військових дій та, у перспективі, у поствоєнному часовому проміжку, зважаючи на необхідність відбудови значної частини населених пунктів України.

**Аналіз останніх публікацій** по проблемі. Проблема економічної безпеки підприємства як основа економічної безпеки держави досліджувалась вітчизняними та закордонними вченими, а саме І. Ансофф, І. Бланк, О. Барановський, О. Грунін, С. Грунін, М. Єрмошенко, Я. Жаліло, Ю. Каракай, Ю. Кракос, Р. Разгон, В. Нагорний, В. Левченко, О. Новікова, О. Судакова, В. Сімонова, А. Турило, Н. Яценко. Але чимало її аспектів потребують з'ясування.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Загроза істотного зниження кількості та обсягів діяльності вітчизняних промислових підприємств обумовлена інерційністю їх структури виробництва, підвищенням фізичного зносу обладнання, технологічною відсталістю. У даному контексті особливої терміновості набуває необхідність розробки ефективних механізмів підвищення рівня економічної безпеки та аналізу впливу мезооточення.

**Виклад основного матеріалу.** Як відомо, економічна безпека підприємства – це стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання загрозам і задля забезпечення стабільного функціонування підприємства в даний час і в майбутньому. Оскільки промислові підприємства розраховують на довгострокове стабільне функціонування, виникає необхідність у застосуванні категорії «стратегія економічної безпеки».

Можна погодитись з науковцем Тринька Л.Я. у трактуванні терміну «мезооточення», як частини зовнішнього середовища (споживачів, постачальників, конкурентів) з яким підприємство має безпосередню взаємодію [1].

Проведемо аналіз впливу на виробництво портландцементу, цементу глиноземистого, це-

менту без клінкерного, шлакового і цементу гідралічного подібного, зовнішнього середовища а зокрема:

- чисельності населення;
- рівня інфляції;
- випущених фахівців з ВНЗ III-IV рівня акредитації;
- видобутку вапняку, флюсу вапняковий та інший вапняковий камінь для виготовлення вапна і цементу.

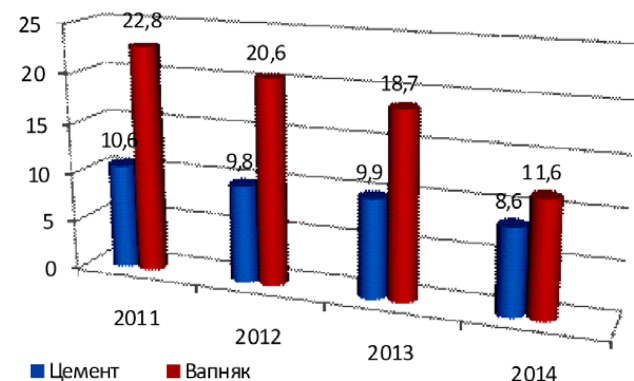
За результатами багатофакторного кросфакторного панельного регресійного аналізу доведено, що існує міцний зв'язок між зовнішнім середовищем та показниками виробництва цементної продукції (логарифмовані дані впродовж 2011-2014 років). Про це свідчить показники кореляції ( $R = 0,841$ ), скоригований коефіцієнт детермінації  $R^2 = 0,632$  та критерій Фішера  $F(1,26) = 60,023$ .

$$Y = 3673,8 + 0,29X_1 + 0,27X_2 + 0,58 * X_3 + 0,43 * X_4$$

$$R = 0,841, R^2 = 0,632, F(1,26) = 60,023$$

Для аналізу мезооточення підприємств цементної галузі необхідно проаналізувати постачальників, споживачів та конкурентів.

Цементна промисловість – матеріаломістка галузь, тому цементні заводи розміщують у районах видобування сировини. При виробництві 1 т клінкеру (напівфабрикату цементу) витрачається 1,5 т карбонатних порід (мергелю, доломіту, вапняків, крейди) і майже 0,5 т глини.



**Рис. 1.** Динаміка вапняку, флюсу вапнякового та іншого вапнякового каменю для виготовлення вапна та цементу, гіпсу та ангідриду та виробництво портландцементу, цементу глиноземистого, цементу без клінкерного, шлакового і цементу гідралічного подібного протягом 2011-2014 років, млн. т

Джерело: [2]



Протягом 2011-2014 років спостерігається динаміка зменшення виробництва цементної продукції.

Загалом добувна промисловість в Україні в 2014 році зросла порівняно з 2013 роком і становить 1428839 млн. грн., а у 2013 році 1322408,4 млн. грн. Проте спостерігається спад добування сировини для виготовлення цементу, а зокрема вапняку та гіпсу. На рис. 1 зображено динаміку вапняку, флюсу вапнякового та іншого вапнякового каменю для виготовлення вапна та цементу, гіпсу та ангідриту а також цементу, млн. т.

Виробництво цементу в Україні в квітні 2016 року щодо квітня 2015-го збільшилося на 37,6%, до 820 тис. т. (без урахування АР Крим та м. Севастополя, частини Донецької і Луганської областей). У порівнянні з березнем обсяги виробництва зросли на 12,2%, за даними Державної служби статистики України [2].

Виробництво цементу в січні-квітні 2016 року порівняно з аналогічним періодом 2015-го також продемонструвало позитивну динаміку, збільшившись на 16,7%, до 2,37 млн. т.

Аналогічна ситуація спостерігається і у виробництві бетону. Тут зростання в квітні 2016 з порівнянн з квітнем 2015 року становило 42,8%, до 1,2 млн. т. (без урахування АР Крим та м. Севастополя, частини Донецької і Луганської областей).

У порівнянні з березнем зростання виробництва зафіксовано на рівні 16,5%. Виробництво бетону в січні-квітні 2016 року порівняно з аналогічним періодом 2015-го збільшилося на 18,8%, до 3,42 млн. т.

Цемент завозять у Сумську, Чернігівську, Київську, Херсонську й Черкаську області, хоча на їх територіях є багато цементної сировини. Є умови для виробництва високомарочного портланд-цементу в Житомирській (Овруч), Херсонській (Туркули), Чернівецькій (Заставна), Сумській (Середина-Буда), Харківській (Куп'янськ) областях, нефелінового цементу – в Донецькій, алунітового – в Закарпатській, глиноземно-феритового – у Львівській областях, магнезіального – в Автономній Республіці Крим.

Основними факторами розміщення підприємств галузі є територіальне зосередження виробництва, наявність будівельної мінеральної сировини, трудових ресурсів, транспортних комунікацій. Виробничі галузі тягнуть до великих промислових центрів і вузлів, населених пунктів із значним обсягом житлового і цивільного будівництва.

Основними споживачами цементної галузі є будівельна промисловість. Загалом по Україні виготовлено 1637,1 тис. м<sup>3</sup> елементів конструкцій збірних для будівництва бетону або каменю штучного за січень-листопад 2015 року, темп зростання до попереднього року становить 110%. У таблиці 1 проаналізовано виробництво по областях.

Одним із споживачів цементної продукції є досить успішна компанія «ЕКО-ДІМ». Приватне акціонерне товариство «Холдингова компанія «ЕКО-ДІМ» протягом тридцяти п'яти років успішно здійснює всі види будівельно-монтажних робіт [3].

Будівництво здійснюється з застосуванням екологічно чистих матеріалів, оскільки основною метою холдингу є будівництво якісного та доступного житла європейського рівня та підтри-

мання високого рівня задоволеності споживачів здійсненням будівництва.

ПАТ «Холдингова компанія «ЕКО-ДІМ» є комбінатом, який задовільняє власні потреби практично у більшості будівельних матеріалів. Власна виробнича база, а саме бетонний завод, цех залізобетонних виробів, дільниця металообробки, пилорама з столярним цехом, а також парк транспорту та механізмів.

Виробниче підприємство ТзОВ «Завод будівельних сумішей «ЕКО-ДІМ» є виробником сучасних та екологічно чистих сухих будівельних сумішей під торговою маркою Еко-Дім [3].

Таким чином, виробництво сухих будівельних сумішей ТзОВ «Завод будівельних сумішей «ЕКО-ДІМ» відповідає умові Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, передбачено впровадження 29-ти директив, однією з яких є Директива 2003/87/ЄС про встановлення схеми торгівлі квотами на викиди парникових газів. Дані проекти передбачали, наступне, використання альтернативної сировини, яке не містить карбонати (використання доменного шлаку); перехід на сухий і напівсухий спосіб виробництва; зниження витрат палива і викидів від декарбонізації. Реалізація проектів спільного впровадження на цементних заводах призвели до скорочення викидів і, відповідно, до зниження національних коефіцієнтів викидів CO<sub>2</sub> [4].

Підприємство випускає достатньо широкий асортимент продукції для ремонту та будівництва, який є пристосованим для актуальних потреб ринку: клеї для керамічної плитки, декоративного каменю, систем теплоізоляції, газо- та пінобетонних блоків; декоративні та ремонтні штукатурки (цементні, цементно-вапняні, вапняні); шпаклівки; суміші для підлоги; ґрунтовки.

Запорукою високої якості та технологічності сухих будівельних сумішей Еко-Дім є ретельний підбір сировини та контроль якості готової продукції. Розробка рецептур проводиться у співпраці з провідними європейськими експертами, що гарантує відповідність продукції європейським стандартам якості [3].

Виробництво збірного залізобетону та залізобетонних конструкцій. Основна продукція цієї галузі – залізобетонні конструкції для промислового, цивільного, гідротехнічного, шляхового та інших видів будівництва (виробництво стінових матеріалів, блоків для фундаментів будинків, міжповерхових перекриттів, архітектурних деталей, несучих арок, цехів, залізобетонних паль, мостових балок тощо).

Таким чином, лідером по виробництву елементів конструкцій збірних для будівництва бетону або каменю штучного є м. Київ, де темп зростання до попереднього року становить 118,1%. На західній Україні виробництво даних елементів становить 351,9 тис. м<sup>3</sup>.

Протягом січня-листопада 2015 року в Україні виробництво розчинів бетонних, готових для використання, тис. т становить 9694,5, темп зростання до попереднього року становить 92,5%.

Розглянемо цементну промисловість західної України. До цієї групи відносяться: ПАТ «Микола-

івцемент», ПАТ «Подільський цемент», ПАТ «Волинь-Цемент», ПАТ «Івано-Франківськцемент».

Таблиця 1

**Елементи конструкції збірні для будівництва бетону або каменю штучного за 2015 рік, тис. м<sup>3</sup>**

Область	тис. м <sup>3</sup>	Темп зростання до попереднього року, %
Вінницька	75,9	82,7
Волинська	24,1	115,9
Дніпропетровська	43,8	95,2
Донецька	5,5	18,2
Житомирська	72,5	125,2
Закарпатська	13,4	91,8
Запорізька	39,5	119,7
Івано-Франківська	39,5	99,1
Київська	43,0	86,0
Кіровоградська	43,0	92,3
Львівська	85,6	121,8
Миколаївська	48,4	92,0
Хмельницька	189,3	128,5
м. Київ	428,5	118,1

Складено автором за: [2]

Попри ці загрози спостерігається зростання доходу від реалізації продукції підприємств цементної галузі Західної України протягом 2010-2014 рр. (табл. 2).

У 2014 році найбільший дохід від реалізації продукції має ПАТ «Волинь-цемент» – 1,32 млн грн, наступним є дохід ПАТ «Подільський цемент» – 1,25млн. грн.

Зростання доходів від реалізації продукції заводів цементної промисловості свідчить про незначний вплив показників макрооточення на теперішній стан доходності підприємства. Проте для визначення рівня економічної безпеки на підприємстві необхідно здійснити детальний аналіз мезооточення та усіх сфер економічної безпеки. Зокрема у стратегічному плануванні управління економічною безпекою необхідно враховувати зовнішні загрози для досягнення стратегії підприємства та шляхи їх подолання чи усунення.

Стосовно цементної галузі в Україні, то спостерігається плавна тенденція до модернізації цементних заводів, поступовий перехід з «мо-

крого» способу виробництва на «сухий», адаптація пропозиції до потреб споживачів, тощо. Конкуренція на ринку цементу з кожним роком зростає.

Таблиця 2

**Дохід від реалізації продукції підприємств цементної галузі Західної України**

Роки	Заводи	ПАТ «Миколаївцемент»	ПАТ «Подільський цемент»	ПАТ «Івано-Франківський Цемент»	ПАТ «Волинь-Цемент»
		Дохід від реалізації продукції, грн			
2010 рік		511045	772685	511045	1012601
2011 рік		778403	894748	778403	807253
2012 рік		599856	980271	796983	897457
2013 рік		538841	1120141	673639	918914
2014 рік		517859	1255377	754892	1322637

Складено автором за: [5]

**Висновки і пропозиції.** Стосовно цементної галузі в Україні, то спостерігається плавна тенденція до модернізації цементних заводів, поступовий перехід з «мокрого» способу виробництва на «сухий», адаптація пропозиції до потреб споживачів, тощо. Конкуренція на ринку цементу з кожним роком зростає. Західні інвестори виявляють все більше інтересу до великих цементних підприємств. Вони висловлюють намір вкладати інвестиції не тільки в модернізацію старих виробництв, а й пропонують будівництво цементного заводу з нуля. Вагомий вплив на економічну безпеку підприємств становить зовнішнє середовище. Основними загрозами для підприємств цементної галузі Західної України є галузеві конкуренти, пунктуальність і обов'язковість виконання умов постачання. Підприємствам необхідно збільшити частку ринку, тому що цей показник негативно відбивається на отриманні прибутку. Для збільшення кількості покупців організації доцільно ввести систему знижок для постійних оптових клієнтів та захист продукції від фальсифікацій. Варто також стимулювати працівників до ефективної роботи, що позитивно відіб'ється на продукції, яку виготовляє підприємство. Необхідним є зменшення забруднення повітря підприємств цементної галузі за рахунок оновлення технологій виробництва цементу.

## Список літератури:

1. Тринька Л.Я. Методика аналізу впливу зовнішнього оточення на фінансову безпеку підприємства / Л.Я. Тринька // «Формування системи і механізмів обліково-аудиторського та аналітичного забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємств реального сектору економіки», матеріали міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, Кам'янець-Подільський, 11-12 грудня 2012 р.
2. Офіційний сайт Держкомстат України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Офіційний сайт ПАТ «Холдингова компанія «ЕКО-ДИМ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eko-dim.com/>
4. Офіційний сайт Асоціації виробників цементу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrcement.com.ua/>
5. Офіційний сайт Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://smida.gov.ua/>

**Столяренко Е.А.**

Львовский государственный университет внутренних дел

## ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ МЕЗООТОЧЕНИЯ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ КОМПАНИЙ ЦЕМЕНТНОЙ ОТРАСЛИ

### Аннотация

В статье проанализировано влияние мезооточения на уровень экономической безопасности предприятия. По результатам многофакторного кроссфакшн панельного регрессионного анализа доказано, что существует прочная связь между внешней средой и показателями производства цементной продукции. На основе SWOT анализа предложены стратегические приоритеты для достижения безопасности.

**Ключевые слова:** мезооточения, цементная промышленность, экономическая безопасность, стратегические приоритеты.

**Stolyarenko A.A.**

Lviv State University of Internal Affairs

## FEATURES OF MESO ENVIRONMENT INFLUENCE ON THE ECONOMIC SECURITY OF CEMENT INDUSTRY

### Summary

The article analyses the impact of meso environment on the level of economic security. The results of a multivariate cross-faction panel regression analysis showed that there is a strong link between the environment and production performance of cement products. Based on the SWOT-analysis, strategic priorities to achieve the security are proposed.

**Keywords:** meso environment, cement industry, economic security, strategic priorities.

УДК 338.1(666.9)

## ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЦЕМЕНТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

**Топольницька Т.Б.**

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

У статті досліджено стан розвитку цементної галузі України. Здійснено аналіз впливу динамічних змін нестабільного ринкового середовища в країні на підприємства галузі. Визначено проблеми функціонування та перспективи розвитку. На основі розгорнутого аналізу впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств і досягнення ними стратегічного успіху обґрунтовано необхідність перегляду цільових орієнтирів галузі. Окреслено низку важливих передумов, розгляд яких дозволить створити надійне підґрунтя для прийняття ефективних регуляторних рішень.

**Ключові слова:** цементна галузь, аналіз, динаміка, структура, фактори впливу.

**Постановка проблеми.** Цементна галузь є однією з важливих ланок промисловості будь-якої країни не залежно від рівня її соціально-економічного розвитку, оскільки здійснює істотний вплив на всі інші галузі і умови життя населення через роль цементу у будівництві виробничих потужностей, житла, виробничої та соціальної інфраструктури. Як справедливо підкреслює автор [1, с. 100], виробництво цементу є одним з найважливіших чинників індустріального розвитку суспільства і зростання його матеріальної культури.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Різні аспекти функціонування цементної галузі України отримують все більшу увагу з боку вітчизняних дослідників, зокрема в роботах П. Лопатєва,

І. Ковальчук, О. Миколук, І. Панасенко, І. Тарасенко тощо. Водночас огляд літературних джерел свідчить про те, що у більшості випадків приділяється недостатня увага аналізу сучасного стану цементної промисловості в Україні, особливостям господарської діяльності в галузі, які впливають на фінансові результати та конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках. Необхідність наукового обґрунтування шляхів вирішення зазначених проблем з метою забезпечення стабільності розвитку цементної галузі України обумовлюють актуальність теми дослідження.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Проведення реформ в економіці України, зокрема, оптимізація податкового навантаження, реалізація програм розвитку, має



виходити з пріоритету вирішення нагальних проблем окремих галузей національного господарства. Україна має достатню потужну цементну галузь, представлену низкою підприємств, розміщених у різних економічних районах. Водночас протягом останніх років функціонування підприємств галузі характеризується низкою проблем, які пов'язані з впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників. Більш глибокий аналіз діяльності підприємств цементної галузі України з використанням методів статистики та економічного аналізу дозволить визначити певні проблеми її динаміки та структури.

**Мета статті.** Метою дослідження є аналіз функціонування цементної галузі, оцінка факторів, що впливають на її стан і визначають специфіку господарських процесів її підприємств у сучасних умовах розвитку національної та світової економіки.

**Виклад основного матеріалу.** Основними виробниками цементу в Україні за підсумками 2015 року були учасники Асоціації «Укрцемент»: ПАТ «Подільський Цемент», ПАТ «Миколаївцемент», ТОВ «Цемент», ПАТ «Івано-Франківськцемент», ПАТ «Дікергофф Цемент Україна», ПАТ «Хайдельбергцемент Україна», ПАТ «Євроцемент-Україна», частка яких становила 99,8% від загального обсягу виробництва. Консолідована частка у виробництві інших компаній склала 0,2% [2, с. 10-11].

Зростання виробництва в галузі спостерігалось з 2001 р. до 2007 р., коли обсяг виробництва сягнув майже 15 млн. т, після 2007 р. (за винятком 2011 р., коли відзначався позитивний приріст у 13,9%) динаміка обсягів виробництва була спадною. Так, обсяги національного виробництва цементу скорочуються після періоду певного зростання у 2009-2011 рр. У 2015 р. серед провідних учасників ринку зростання обсягів виробництва цементу були ПАТ «Івано-Франківськцемент» (+40,8%), ПАТ «Дікергофф Цемент Україна» (+1%) та CRH plc., до якої входять «Миколаївцемент», «Подільський Цемент» та «Цемент» (+2,6%), тоді як інші учасники значно скоротили обсяги виробництва.

На динаміку обсягів виробництва значний вплив мали військово-політичні події 2014-2016 рр., оскільки три заводи знаходяться на непідконтрольній Україні території (ТОВ «Промцемент», Амвросіївський завод ПАТ «Хайдельбергцемент Україна», ПАТ «Бахчисарайський комбінат «Будіндустрія», АР Крим). Ще один завод з жовтня 2015 року припинив свою діяльність за рішенням власника (філія «Краматорський ЦЗ-Пушка» ПАТ «Євроцемент-Україна») через проблеми зі збутом. При цьому за підсумками 2015 року обсяг українського ринку цементу склав майже 8,14 млн. т, що на 4,8% менше, ніж у попередньому році, коли обсяг ринку був на рівні 8,55 млн. т [2, с. 10-12].

Цемент використовується як основний в'язучий матеріал і як основа для виробництва бетону у будівництві. Відповідно параметри функціонування і розвитку цементного виробництва значною мірою залежать від стану та динаміки будівельної галузі. Коефіцієнт кореляції (за рівня довіри  $p \leq 0,05$ ) між наведеними динамічними рядами складає 80,3%, що підтверджує наведений висновок.

Наслідки кризових явищ, падіння купівельної спроможності населення і погіршення фінансового стану бізнесу, закінчення великих інфраструктурних проектів до Євро-2012 відобразилися на скороченні житлового та виробничо-інфраструктурного виробництва. Згідно з даними Державної служби статистики України у 2015 році обсяг виконаних будівельних робіт в країні скоротився в порівнянні з попереднім роком на 14,9%. Для порівняння, у 2014 році скорочення в будівельній галузі було більш істотним і становило 20,4% [3].

Крім того, несприятлива макроекономічна кон'юнктура визначила зростання цін, а значить, і зменшення попиту на будівельну продукцію та послуги. Наприклад, лише у 2015 році ціни на будівельно-монтажні роботи в Україні зросли на 27,1% порівняно з 2014 роком, причому найбільше зросли ціни на будівельно-монтажні роботи у сфері будівництва трубопроводів, комунікацій та ліній електропередач – на 34,2%, зведення нежитлових споруд – на 28,2%, а також у сфері житлового будівництва – на 24,2%. Найменше збільшилася вартість будівництва комплексних промислових будівель – на 23% [4]. Все це об'єктивно обумовило скорочення внутрішнього попиту і обсягів виробництва цементу.

З точки зору міжнародної торгівлі, Україна не є великою країною, тобто не може впливати на рівень цін і обсяги міжнародної торгівлі цементом з метою подолання обмеженості внутрішнього ринку. У 2013 р. Україна посідала 27 місце в рейтингу виробників із 0,9% загального виробництва [5].

Виробництво цементу, з точки зору кількості продавців на ринку, є оліголізованим через наявність об'єктивних бар'єрів – необхідності великих вкладень у створення і модернізацію виробництва, витратність власне самого виробництва і значний період окупності вкладеного капіталу. Провідні компанії світу сконцентрували достатньо значний обсяг потужностей і прагнуть інвестувати в перспективні базові підприємства за критерієм можливостей розвитку будівництва в країнах, що розвиваються, на ринку існує жорстка конкуренція за володіння виробничими потужностями і ринки збуту.

У контексті зазначених міркувань слід також вказати на таку особливість функціонування цементної галузі України як домінування іноземного капіталу в структурі власності цементних підприємств: «Heidelbergcement», «Dyckerhoff» – Німеччина; «Євроцементгруп» – Росія; «CRH» – Ірландія. Єдині підприємства, які належать національному капіталу, – ПАТ «Івано-Франківськцемент» та ДП «Харківський дослідний цементний завод». Про зацікавленість іноземних інвесторів саме у сировинному та первинному переробному секторах свідчить насамперед динаміка обсягу інвестицій у них. Але навіть іноземні інвестиції у функціонування і розвиток цементного виробництва не призвели до його масового оновлення.

Серед важливих структурних недоліків цементної галузі слід також зазначити його енергомісткість (насамперед виробництва портландцементного клінкера), і пов'язана з цим висока енергомісткість відходів. Крім енергомісткості, цементне виробництво характеризується значною кількістю викидів: за різними оцінками в діапа-



зоні 0,54-0,83 т діоксиду вуглецю на 1 т цементу. Звичайно, що такі обсяги споживання енергії та викидів обумовлюють значну частку витрат в ціні продукції і невелику маржу прибутку. Остання, зокрема, не дає підприємствам змоги змінювати ціну в залежності від попиту на зовнішньому ринку і формувати фонд оновлення виробництва.

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємств цементної галузі дає змогу зробити певні висновки:

- між динамікою виробництва та експорту немає щільного зв'язку, тобто експортна діяльність не використовується як альтернатива збуту на внутрішньому ринку;

- обсяги зовнішньоекономічної діяльності порівняно з обсягами національного виробництва є практично незначними, зростання обсягів імпорту у 2011-2012 рр. було пов'язане з масштабними інфраструктурними проектами в ході підготовки до Євро-2012, житлове будівництво через низький обсяг не може забезпечити достатній попит для стабільного функціонування галузі;

- ціновий чинник здійснює негативний вплив на обсяги експорту, починаючи з 2013 р. і проявляє нестабільність впливу на обсяги імпорту.

Основними експортними ринками збуту українського цементу у 2015 р. були такі країни: Білорусь – 43,3% від загального обсягу експорту у натуральному вигляді; Молдова – 35,0%; Угорщина – 10,8%; Румунія – 10,6%. Сумарна частка експорту до інших країн склала 0,2%. Лідером за темпами росту обсягів експорту став ринок Румунії – збільшився в 40,9 разів у натуральному вигляді. У порівнянні з 2010-2011 рр. географічна структура змінилася досить різко, причиною цього було майже повне припинення постачань до Російської Федерації.

Основними країнами, з яких відбувався імпорт цементу в Україну стали: Туреччина – 86,8% від загального імпорту в натуральному вигляді; Словаччина – 4,2%; Білорусь – 3,5%; Польща – 2%; Франція – 1,5%; Німеччина – 1,2%. Сумарна частка в імпорті з інших країн склала – 0,8%. У 2015 році зафіксований ріст постачання цементу зі Словаччини – 65,1% по відношенню до 2014 р. у натуральному вигляді, Франції – 10,0%. Імпорт із Туреччини зменшився на 36,8%, але найбільше скоротився імпорт цементу із Білорусі – 55,8% [6].

Як зазначає П. Лопатьєв, цементне виробництво – це галузь фактично одного продукту, тобто є лише кілька класів цементу і клінкер, як основа для його виробництва, і тому основним елементом збутової політики підприємств галузі виступають ціна продукції та її якість [7]. І тут важливо враховувати ще одну особливість цементного виробництва – низький технологічний рівень продукції. Це проявляється, по-перше, у невідповідності вітчизняної продукції цементної промисловості європейським стандартам, по-друге, низьким рівнем виробництва та експорту виробів з цементу. У період з 2006 р. по 2015 рр.

обсяг імпорту виробів з каменю, гіпсу і цементу постійно перевищував експорт вдвічі.

Цікавим є той факт, що коливання рівня експорту та імпорту у щорічному вимірі мають кореляцію 98%, а у щомісячному – 90%. Це свідчить про те, що національна цементна галузь просто не використовує можливості внутрішнього ринку, особливо зараз, коли високий ціновий сегмент не є популярним, тобто можна за рахунок цінової політики отримати конкурентні переваги перед імпортерами на внутрішньому ринку.

**Висновки і пропозиції.** У ході економічних трансформацій перед підприємствами цементної галузі постала низка проблем, пов'язаних з особливостями господарювання в галузі, проблемами динаміки макроекономічної кон'юнктури та кон'юнктури ринків збуту, політичними подіями.

Здійснений у роботі аналіз дав змогу визначити особливості цементної галузі як складової економіки України:

- 1) практично монопродуктовий характер і залежність від ресурсного забезпечення, що визначає зорієнтованість збутової політики підприємств галузі на ціну продукції та її якість;

- 2) на динаміку національного виробництва значний вплив мали кризові явища 2008-2010 рр. і військово-політичні події 2014-2016 рр., перш за все, це проявилось у втраті джерел ресурсного забезпечення на Донбасі та в Криму; крім того, зазначені події вплинули на рівень платоспроможності населення та підприємств;

- 3) параметри функціонування і розвитку цементного виробництва значною мірою залежать від стану та динаміки будівельної галузі – зниження обсягів будівництва призвело до швидкого падіння обсягів реалізації в цементній галузі;

- 4) енергомісткість виробництва і пов'язана з цим висока енергомісткість відходів, значне екологічне навантаження виробництва;

- 5) значна частка транспортних витрат у структурі собівартості вхідних ресурсів та відповідно у структурі собівартості готової продукції;

- 6) з точки зору міжнародної торгівлі Україна не є великою країною, тобто не може впливати на рівень цін і обсяги міжнародної торгівлі цементом з метою подолання обмеженості внутрішнього ринку;

- 7) виробництво цементу з точки зору кількості продавців на ринку є оліголізованим;

- 8) іноземні інвестори, яким в основному належать підприємства галузі, не бачать сенсу вкладати кошти в оновлення виробничих потужностей через те, що ринки за географічним сегментом практично поділені між основними учасниками, а перспективи зростання внутрішнього ринку України є примарними.

Загалом погіршення показників та параметрів підприємств цементної галузі мало б обумовити інтенсифікацію зусиль держави з її стимулювання. Саме на вирішення проблем регулювання характеру, що перешкоджають розвитку цементної галузі України, потрібно спрямувати подальші дослідження.

**Список літератури:**

1. Панасенко І.А. Розвиток виробництва будівельних матеріалів (кераміки та в'язучих) в Україні в 1950-1980 рр.: історичний екскурс / І.А. Панасенко // Вісник Національного технічного університету «ХПІ»: темат. вип.: Історія науки і техніки. – Харків: НТУ «ХПІ», 2009. – № 29. – С. 100-108.
2. Щорічний бюлетень Асоціації виробників цементу «Укрцемент», 2015. – К., 2016. – 82 с.
3. Економічна статистика / Економічна діяльність / Будівництво [Електронний ресурс]: офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Економічна статистика / Ціни [Електронний ресурс]: офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. World Cement Production Statistics by Country [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statsmonkey.com/table/1355-world-cement-production-statistics-by-country.php>
6. Економічна статистика / Зовнішньоекономічна діяльність [Електронний ресурс]: офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Лопатєв П.С. Прогнозування економічного розвитку цементної промисловості України: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / П.С. Лопатєв; Донбаська державна машинобудівна академія. – Краматорськ, 2015. – 21 с.

**Топольницкая Т.Б.**

Ивано-Франковский национальный технический университет нефти и газа

**ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЦЕМЕНТНОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ****Аннотация**

В статье исследовано состояние развития цементной отрасли Украины. Осуществлен анализ влияния динамических изменений нестабильной рыночной среды в стране на предприятия отрасли. Определены проблемы функционирования и перспективы развития. На основе развернутого анализа влияния факторов внешней и внутренней среды на конкурентоспособность предприятий и достижения ими стратегического успеха обоснована необходимость пересмотра целевых ориентиров отрасли. Очерчен ряд важных предпосылок, рассмотрение которых позволит создать надежную основу для принятия эффективных регуляторных решений.

**Ключевые слова:** цементная отрасль, анализ, динамика, структура, факторы влияния.

**Topolnytska T.B.**

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

**SPECIFICS OF FUNCTIONING OF CEMENT INDUSTRY OF UKRAINE IN CONTEMPORARY CONDITIONS****Summary**

This article explores the status of the cement industry in Ukraine. The analysis of the impact of dynamic changes of unstable market environment in the country on the enterprises of the industry has been performed. The problems of functioning and development prospects have been defined. Based on a detailed analysis of the impact of factors of external and internal environment on the competitiveness of enterprises and achievements of their strategic success, the necessity to review industry targets has been justified. A number of important prerequisites have been outlined and the consideration will create a solid foundation for effective regulatory decisions.

**Keywords:** cement industry, analysis, dynamics, structure, influence factors.

## ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ СПОЖИВАЧІВ СНЕКІВ НА ЦІНОВЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ

Чукурна О.П., Чмир В.О., Егорова К.П.

Одеський національний політехнічний університет

В статті розглянуто тенденції розвитку ринку снєків та представлені результати маркетингових досліджень споживчих переваг споживачів снєків. Визначені споживчі переваги на ринку снєків та сформовані специфічні особливості й тенденції розвитку ринку снєків. Розроблені стратегічні напрямки цінового позиціонування для основного виробника снєків в Україні ПП «Колосов». Запропоновані стратегії цінового позиціонування для виробників снєків.

**Ключові слова:** маркетингові дослідження, споживчі переваги, ринок, цінове позиціонування.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Маркетингові дослідження є основним інструментом маркетингової діяльності підприємства, який є обов'язковим етапом планування його маркетингової діяльності. Результати маркетингових досліджень, як правило, використовуються при складанні маркетингових планів та стратегій на підприємствах, які працюють на різних ринках збуту. Маркетингові дослідження, що націлені на виявлення споживчих переваг повинні використовуватися при сегментуванні ринку та формуванні картки типового споживача. Цей механізм дозволяє отримувати найбільш ймовірні прогнози ринкової кон'юнктури та визначати тенденції розвитку споживчих ринків. Саме тому, маркетингові дослідження споживчих переваг є однією з ключових наукових проблем сучасної теорії маркетингу. Формування наукових підходів щодо етапів проведення маркетингових досліджень споживчих переваг на різних ринках є важливою та актуальною проблемою, яка повинна враховувати специфічні ринкові фактори впливу, які притаманні різним споживчим ринкам. В той же час, всі споживчі ринки мають загальні риси, які впливають на тенденції їхнього розвитку та потребують обґрунтування. Вся інформація, отримана в ході маркетингового дослідження є необхідною для цінового позиціонування нової торгової марки або нового товару на ринок й розробці стратегії просування товару.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, на які посилається автор.** Теоретично-методологічним обґрунтуванням маркетингових досліджень займаються такі українські вчені, як: О.В. Зозульов [2], С.М. Ілляшенко [3], І.В. Лилик, М.А. Окландер [4, 5, 6], С.А. Солнцев, А.О. Старостіна, О.П. Чукурна [5, 7], О.І. Яшкіна [4, 6, 8] В наукових працях цих вчених висвітлено теоретико-методологічну базу та процедурний механізм проведення маркетингових досліджень, визначено маркетингові дослідження, як систему, обґрунтовані принципи, на яких базується механізм проведення маркетингових досліджень. Так, Зозульов О.В. [2] обґрунтовує типи та методи маркетингових досліджень інноваційного продукту, а С.М. Ілляшенко [3] зосереджує увагу на методології та процедурі проведення маркетингових досліджень в Інтернеті. О.І. Яшкіна у

своїй монографії [8] обґрунтовує теоретико-методологічний інструментарій системи маркетингових досліджень інновацій на машинобудівному підприємстві. В монографії акцентовано увагу на фактори впливу та показники результативності інноваційної діяльності машинобудівного підприємства та сформовано концепцію функціонування системи маркетингових досліджень інновацій на машинобудівному підприємстві. Поряд з цим, заслуговує на увагу наукова розробка щодо вдосконалення класифікації методів маркетингових досліджень ціни, яка була обґрунтована в наукових працях М.А. Окландера та О.П. Чукурної [5]. Автори акцентували увагу на системі цінових досліджень на споживчих ринках та ролі ціни, як основного фактору споживчого вибору.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується стаття.** Незважаючи на існуюче наукове підґрунття системи маркетингових досліджень, проблема формування системи маркетингових досліджень споживчих переваг на окремих ринках товарів та послуг є недостатньо дослідженою. Крім того, важливим науковим завданням стає вдосконалення процедурного механізму проведення маркетингових досліджень за рахунок реалізації його результатів в маркетинговій діяльності підприємства. Саме тому, обґрунтування маркетингових досліджень споживчих переваг (в нашому випадку, споживачів снєків), яке буде враховувати специфічні ринкові фактори та систему обробки маркетингової інформації, є актуальним науковим завданням.

**Метою статті** є розробка рекомендацій щодо формування маркетингової стратегії цінового позиціонування на ринку снєків для українського виробника ПП «Колосов» за результатами маркетингових досліджень.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** На початку свого розвитку український ринок снєків дуже стрімко розвивався та зростав. Щорічний темп зростання становив 200-300%. Це пояснювалося тим, що ринок був молодим, й на ньому в основному були представлені картопляні чіпси та солоний арахіс. Далі темпи зростання стали знижуватися і становили 25-30% у грошовому вираженні та 5-10% в натуральному. У зв'язку з кризою, українські споживачі стали знижувати споживання снєків, оскільки вони не вважаються основним продуктом харчування. Споживання могло бути ще меншим,

якби не активна рекламна кампанія виробників снекової продукції. Починаючи з 2010 р. продаж снеків в Україні збільшилися більш ніж на 60% порівняно з 2009 р. В 2011 р. продажі залишалися на тому ж рівні, що й в 2010 р., проте вже починаючи з 2012 р. знову спостерігалось скорочення продажів на 30% порівняно з попереднім роком. Так, у 2016 році падіння виробництва продовжилось. Продажі продукції преміум сегменту також знижуються, що свідчить небажання українців сплачувати високі ціни за снеки. Також спостерігається тенденція до збільшення продажів снеків в «економ-упаковках». Саме тому майже всі виробники збільшили випуск продукції економ-сегменту та середньо цінового сегменту. Аналіз статистичної інформації щодо стану та тенденцій розвитку на ринку снеків, дозволив зробити наступні висновки. Згідно даних Держкомстату України [1], найбільш ваговою категорією снекової продукції в продажах (в грошовому вираженні) є сухарики та насіння з масовою часткою близько 30%, на другому місці – картопляні чіпси, й на третьому місці – все горіхи (рис. 1).

Структура ринку снеків в Україні

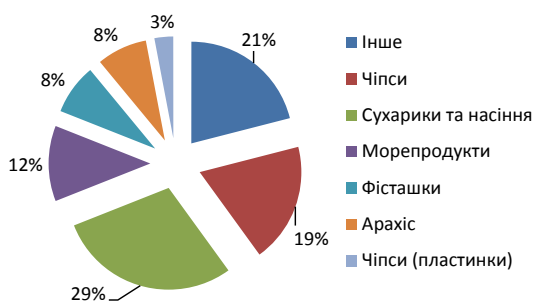


Рис. 1. Структура ринку снекової продукції [1]

Сухарики та насіння залишаються найбільш популярними продуктами споживання та їх продажі щороку зростають. Це пов'язано з тим, що вони найменше схильні до фактору сезонності, а також з причини їх низької вартості. В Західній Україні перевагу віддають сухарикам, а в Східній – насінню. За даними Держкомстату, в середньому українець з'їдає 1,5 кг снеків за рік. В той же час, близько 25% населення України використовують снеки щодня [1]. Якщо порівнювати цей показник із середньорічним споживанням снеків в Європейському Союзі, то він є дуже низьким. Наприклад, споживання снеків на одного споживача ЄС складає 5-6 кг за рік, а на одного споживача США – 10 кг за рік. Основною причиною низького споживання снеків є падінням курсу гривні, оскільки багато торговельних марок снекової продукції не виробляються на території України. Їх тільки фасують та пакують на території України. Скачок курсу долара збільшив вартість цих продуктів, йі українські виробники зменшили обсяги закупівель. Криза вплинула на купівельну спроможність населення. Люди не можуть дозволити собі купувати снеки преміального класу. Тому виробники скорочують їх виробництво. Більшість жителів України виділяють на снеки 10-15 грн. в день. Витрачати велику суму вони не готові. Снеки не належать до продуктів першої необхідності, тому в умовах кризи люди відмовляються від них.

З метою збільшення споживання й розширення ринків збуту, виробники снеків постійно оновлюють асортимент продукції, створюючи нові продукти. На українському ринку дуже широкий асортимент вибору снеків на різний смак, який значно відрізняється від асортименту за кордоном. Характерною рисою українського ринку снеків є незначна представленість асортименту в сегменті преміум-класу. Аналіз статистичних даних дозволив зробити висновок, що виробництво снеків в натуральному вираженні в Україні знижується з кожним роком. Так, у 2015 році ринок снеків зменшився на 30%. У 2016 році падіння виробництва продовжилось [1].

Структура ринку снеків в Україні неоднорідна, що впливає на показники експорту та імпорту. Деякі види снеків Україна тільки імпортує. Наприклад, снеки, зроблені з екзотичних фруктів та ягід. До цієї категорії відноситься також така популярна основа для снеків як арахіс. Насіння є найбільш популярним снеком, який Україна активно експортує в інші країни. За даними Державної статистики [1], до 2015 року великі поставки насіння здійснювалися до Росії. У 2016 році головні напрямки експорту змінилися. За січень-листопад 2016 року, найбільше насіння соняшнику експортували в такі країни, як: Туреччину – 21,91%; Францію – 20,98%; Португалію – 10,78%. Ще 46,33% було експортовано в інші країни (рис. 2).

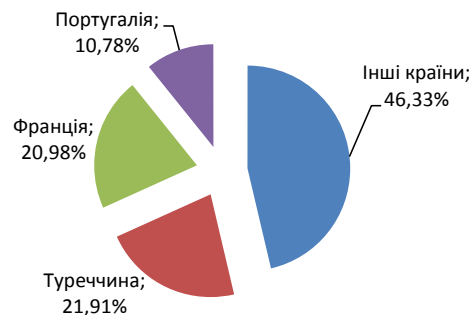


Рис. 2. Експорт насіння соняшнику в січні – листопаді 2016 року [1]

За даними Державної статистики [1], найбільший відсоток насіння Україна імпортує з: Туреччині – 34,42%; США – 29,56%; Франції – 8,20%. Ще 27,82% імпорту насіння припадає на інші країни (рис. 3).

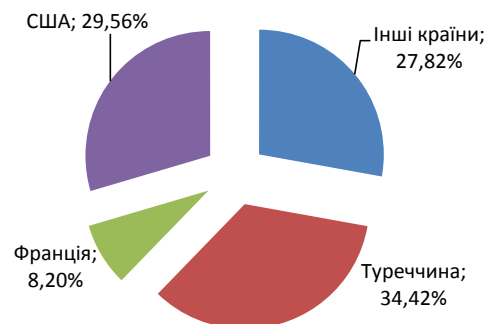


Рис. 3. Імпорт насіння соняшнику в січні – листопаді 2016 року [1]

Основними виробниками які представлені на ринку снекової продукції України, що виробля-



ють найбільш відомі торговельні марки снєків, є наступні:

- ПП «Колосов» є представником 2 торгових марок (ТМ), «Лакомка» та «Сімейні». ТМ «Лакомка» – це насіння соняшнику смажене та фасоване в поліпропіленові металізовані пакетики, яке має середню ступінь прожарювання. ТМ «Сімейні» є насінням соняшнику смаженого, вищого ґатунку, фасованого в поліпропіленові металізовані пакетики, середнього ступіня прожарювання;

- Компанія «Крафт Фудз Україна» виробляє картопляні чіпси «Люкс» і «Estrella», екструзійні чіпси «Cerezos» (Черезос), кукурудзяні чіпси «Patos»;

- Компанія «Frito Lay» (ТОВ «Сандора» є офіційним дистрибутором в Україні) випускає на ринок картопляні чіпси торгової марки «Lay's»;

- Компанія «S-Group» виробляє солоні горішки «Козацька розвага», сухарики торгових марок «Флінт» і «Fitto», солоні горішки, фісташки та чіпси під торговою маркою «Мачо», сушені морепродукти «Морські», горішки «FanNut» та «Red Pistachio», картопляні чіпси «Kartofan» та смажене насіння «Semki»;

- Компанія «Захід» випускає рибні снєки під торговою маркою «Капітан», арахіс «Мицний Горішок», сухарики «Аміго», насіння, фісташки та арахіс в шкаралупі торгової марки «Захід», горішки преміум-класу «Захід Преміум» і насіння, ядра соняшника «38 калібр».

Таким чином, аналіз ринку снєків свідчить про те, що ринок є досить насиченим, з високою присутністю іноземних компаній, з яким важко конкурувати українським виробникам. Саме тому, на сучасному етапі, однією з управлінських проблем для компанії ПП «Колосов» є розширення меж ринку та завойовування нових споживачів. Виходячи з визначеної управлінської проблеми, актуальним для підприємства стає процедура проведення маркетингових досліджень споживчих переваг на ринку снєків. Цей підхід допоможе обрати успішну стратегію позиціонування на обраних цільових сегментах ринку. Виходячи з демографічних особливостей споживачів, типу товару, частоти покупок, досліджуваною генеральною сукупністю мають бути люди віком від 18 до 50 років. Обсяг вибірки в дослідженні 30 чоловік. Методом вибірки має бути детермінований метод нерепрезентативної вибірки, коли

інтерв'юер вибиратиме респондентів із зручних і доступних для відбору елементів. А саме – людей у віці від 18 до 50 років, які будуть відвідувачами супермаркетів. Збір первинної інформації по цій вибірці здійснювалося за допомогою анкетування. Анкетування проводилося методом особистого інтерв'ю. Для аналізу даних використовувалася програма SPSS.

Впродовж дослідження було з'ясовано, що якість продукції ТМ «Сімейні» цілком задовольняє споживачів. Проте, оскільки за останні роки платоспроможність споживачів впала, що сприяло скороченню споживання снєків, підприємству ПП «Колосов» необхідно сформулювати дієву антикризову маркетингову стратегію з метою розширення своєї цільової аудиторії та отримання додаткового прибутку. Дієвим заходом щодо залучення споживачів є зменшення ціни на свою продукцію при збереженні норми прибутку. Цей підхід можливо реалізувати за рахунок незначного зменшення розміру пачки. Іншим дієвим заходом може бути розширення асортименту, за рахунок введення нового виду продукту. Пропонуємо розширити асортимент традиційним для українців видом снєку – гарбузовим насінням. Цей вид продукту визиває асоціації з національними традиціями українців, що може бути використано у заходах з його позиціонування. Крім того, сировина для виробництва насіння гарбузового є суто українською, що надасть підприємству цінові переваги. Розрахунок ціни та очікуваного додаткового доходу від продажів насіння гарбузового представлений нижче. Так, один кілограм сировини гарбузового насіння коштує 50 грн. Вартість сировини для виробництва після повного циклу обробки, сортування, з урахуванням всіх витрат становить 110 грн. за 1 кг. Підрахунок показав, що реалізація однієї пачки (50 гр.) насіння буде становити 12 грн. Розрахунок додаткового доходу від реалізації цього продукту становитиме:

1. Вартість виробництва 1000 кг. Насіння гарбузового становитиме:  $1000 \text{ кг} * 110 \text{ грн} = 110\,000 \text{ грн}$ .

2. Вартість в розрахунку на одну партію насіння, при умові, що розмір пакування становить 50 гр.:  $1000 \text{ кг} / 0,05 \text{ гр} = 20000 \text{ од}$ .

3. Загальна вартість партії насіння  $20000 * 12 = 240\,000 \text{ (грн)}$

Таблиця 1

## Результати анкетування

№	Запитання	Результати
1	Ваша стать:	Жінок – 19; Чоловіків – 11
2	Скільки Вам років?	Від 18-23 років – 9; 23-30 років – 7; 30-40 років – 6; більше 40 років – 8
3	Ваш дохід?	До 3000 грн. – 9; від 3000 до 5000 грн. – 14; більше 5000 грн. – 7
4	Ви знайомі з продукцією ТМ «Сімейні»?	Знайомі – 17; не знайомі – 13
5	Як часто ви купуєте снєкі?	До 5 разів – 7; 5-10 раз – 11; більше 6 разів – 7; не купую – 5
6	Чи подобається Вам продукція ТМ «Сімейні»?	Подобається – 22; не подобається – 8
7	Що зі снєкової продукції ви купуєте частіше?	Горіхи – 5; Фісташки – 4; Гарбузове насіння – 3, Соняшникове насіння – 15; Очищене соняшникове насіння – 3;
8	Чим Ви керуєтесь при виборі снєків?	Ціна – 8; популярність – 4; дизайн – 4; смак – 7; якість – 7
9	Які снєкі ТМ «Сімейні» Вам більше всього до смаку?	ТМ «Лакомка» – 9; Лакомка з сіллю – 3; Сімейні – 8, Сімейні преміум – 6; Сімейні медіум – 4
10	Чи задоволені Ви якістю ТМ «Сімейні»?	Так – 23; ні – 7

4. Додатковий дохід становить:  $240\ 000 - 110\ 000 = 130\ 000$  (грн)

При реалізації 1 тону підприємство отримує дохід в розмірі 130 000 грн. Рентабельність виробництва за доходом насіння гарбузового становить:  $R = 130\ 000 / 110\ 000 = 1,18$ . Таким чином, отримання додаткового доходу надасть компанії здійснювати маркетингову стратегію позиціонування на ринку, яка заснована ціновому лідерстві.

На основі результатів проведеного маркетингового дослідження та розрахунків цінових переваг введення нового продукту, пропонуються наступні стратегічні напрямки цінового позиціонування для продукції на ринку снєків.

На погляд авторів, ціна є тією складовою, яка повинна бути обов'язковою при формуванні стратегій позиціонування, які засновані на використанні двох або трьох вигід. Позиціонування за ціною, може бути вдало поєднано з функціональними, емоційними вигодами та вигодами самовираження. Таким чином, можна сформулювати наступні напрямки стратегій цінового позиціонування [7]:

- Позиціонування за співвідношенням «ціна/функціональні вигоди»;
- Позиціонування за співвідношенням «ціна/емоційні вигоди»;
- Позиціонування за співвідношенням «ціна/вигоди самовираження».

Стратегія позиціонування за співвідношенням «ціна/функціональні вигоди» базується на вигодах від функціональності та якості бренду у співвідношенні з його ціною. Цей підхід може бути реалізований в напрямку цінових стратегій співвідношення «ціна/якість».

Стратегія позиціонування за співвідношенням «ціна/емоційні вигоди» заснована на створенні стійких асоціацій, які пов'язані з брендом, за рахунок емоційного впливу на свідомість споживача.

В цьому контексті, може використовуватися стратегія високих цін, оскільки емоційна складова може бути базовою при здійсненні споживачем вибору.

Стратегія позиціонування за співвідношенням «ціна/вигоди самовираження» заснована на використанні потреб споживачів брендів у самовираженні та самореалізації. Згідно, з пірамідою А. Маслоу, ці потреби є потребами більш високого підпорядкування, тому ціна на товари, які їх задовольняють, має бути високою протягом всього життєвого циклу [7].

Таким чином, для ринків снєків можна використовувати перший підхід щодо позиціонування бренду: за співвідношенням «ціна/функціональні вигоди». Результати маркетингових досліджень ринку снєків показали, що продажі снєків в преміум категорії є незначними та існує тенденція щодо їх постійного скорочення. Тобто споживчі переваги розподіляються в напрямку використання функціональних вигід. Проте, на наш погляд, стратегія позиціонування за співвідношенням «ціна/емоційні вигоди» може також успішно використовуватися на ринку снєків, незважаючи на те, що вона спрямована на реалізацію стратегії високих цін.

**Висновки і пропозиції.** Результатом написання статті є висновок, що результати проведення маркетингових досліджень є основною інформацією для підприємства при розробці та формуванні маркетингових стратегій цінового позиціонування. Інформація щодо споживчих переваг, яка враховує специфічні особливості споживчих ринків, повинна стати базою при розробці стратегії цінового позиціонування. Отримана інформація щодо споживчих переваг повністю відображає типологію споживачів та сприятиме вибору де-кількох атрибутів та ознак позиціонування, які можуть бути пов'язані з ціновими ознаками.

## Список літератури:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Зозульов О.В. Типи та методи маркетингових досліджень інноваційного продукту // Економічний Вісник НТУУ «КПІ». – 2007. – С. 236-244.
3. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011. – № 4, Т. II. – С. 64-74.
4. Маркетингові технології економічного зростання: [монографія] / [Окландер М.А., Яшкіна О.І., Чукурна О.П., Кірносова М.В. та ін.]; за ред. М.А. Окландера. – Одеса: Астропринт, 2012. – 376 с.
5. Окландер М.А., Чукурна О.П. Класифікація методів маркетингових досліджень ціни // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: Економічна. Донецьк. 2012. – № 41. – С. 31-37.
6. Окландер М.А., Яшкіна О.І. Концепція формування системи маркетингових досліджень інновацій машинобудівного підприємства // Економіст № 11(325) 2013.
7. Чукурна О.П. Технологія цінового позиціонування брендів // Науковий Вісник Херсонського державного університету. Серія: «Економічні науки». Випуск 17. Частина 4. – Херсон, 2016. – С. 68-72.
8. Яшкіна О.І. Маркетингові дослідження інновацій в машинобудуванні: [монографія] / О.І. Яшкіна. – Луганськ: Видавництво «Нолідж», 2013. – 290 с.

**Чукурна Е.П., Чмыр В.О., Егорова К.П.**

Одесский национальный политехнический университет

## **ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СНЕКОВ НА ЦЕНОВОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ**

### **Аннотация**

В статье рассмотрены этапы проведения маркетинговых исследований потребительских предпочтений снеков на рынке бакалейных изделий. Определены потребительские предпочтения на рынке снеков и сформированы специфические особенности и тенденции развития рынка снеков. Разработаны стратегические направления ценового позиционирования для основного производителя снеков в Украине ЧП «Колосов». Предложены стратегии ценового позиционирования для потребителей снеков.

**Ключевые слова:** маркетинговые исследования, потребительские преимущества, рынок, ценовое позиционирование.

**Chukurna E.P., Chmyr V.O., Ehorova K.P.**

Odessa National Polytechnic University

## **INFLUENCE OF MARKETING RESEARCH OF CONSUMERS OF SNACKS ON PRICE POSITIONING**

### **Summary**

The article describes the stages of the marketing research of consumer preferences of snacks on grocery products market. Consumer preferences in the snack market are determined and specific features and trends in the snack market are formed. Strategic directions of marketing activity for the main producer of snacks in Ukraine Kolosov LLC have been developed. It was proposed strategies for price positioning for snack consumers.

**Keywords:** marketing research, consumer benefits, the market, price positioning.

УДК 658.155

## **РОЛЬ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

**Чуприна Л.В., Намазова В.М.**

Харківський інститут фінансів

Київського національного торговельно-економічного університету

У статті визначено економічне значення впровадження оперативної системи управління запасами та її вплив на загальну діяльність підприємства. Розглянуто основні позитивні та негативні наслідки наявності запасів на підприємстві. Обґрунтовано необхідність реалізації логістичного підходу до управління запасами з метою підвищення ефективності господарювання промислових підприємств. Проаналізовано деякі сучасні моделі управління запасами. Визначено основні етапи організації робіт з управління матеріальними запасами на промисловому підприємстві.

**Ключові слова:** запаси, логістична система, матеріальні потоки, замовлення, система управління запасами, моделі управління.

**Постановка проблеми.** Багато факторів, які характеризують стан економіки, змушують промислові підприємства переглядати підходи до управління. Ринок стає більш динамічним, життєвий цикл продукції скорочується. Одночасно з цим бізнес промислових підприємств зазнає змін в бік глобалізації та екологізації діяльності, виходу на міжнародний рівень. Обмеження в ресурсах, перш за все, фінансових та матеріальних, неймовірно високі вимоги до якості продукції (її екологічних характеристик) та рівня сервісу вимагають від підприємства найбільш точно, якісно, в найменші строки

та за прийнятною ціною забезпечувати вимоги замовників. Перед підприємством постає задача створення структури управління, яка спроможна найбільш точно та швидко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі з незмінним підтриманням параметрів якості та швидкості виробництва продукції та надання послуг. Підприємство повинно бути одночасно міцним та гнучким. Час реагування на зміни та час можливого переорієнтування діяльності в бік більш чіткого задоволення потреб споживачів – це один з головних факторів ефективної діяльності промислового підприємства.

Це вимагає від керівників промислових підприємств та менеджерів застосування як традиційних підходів та методів управління запасами, так і нових, логістичних, що дозволяють включити управління матеріальними ресурсами до складу основних напрямів стратегії розвитку суб'єктів господарювання.

Тож у системі управління виробництвом раціональна організація матеріально-технічного постачання має велике значення – від ефективності системи постачання багато в чому залежить успішне виконання виробничої програми, а також досягнення економічних показників усього підприємства.

Ефективне управління матеріальними запасами є важливим чинником підвищення ефективності функціонування підприємства. Але, на жаль, управління виробничими запасами ще не є істотним напрямком у стратегії розвитку в конкурентних умовах.

Однак, активізація наукових досліджень із проблем організації закупівель, взаємодії постачальників і споживачів на принципах логістики є законним етапом рішення важливих економічних завдань, висунутих ринковим середовищем.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Протягом останнього десятиліття накопичено чималий досвід удосконалення загальних принципів і механізмів логістики. Різним аспектам теорії і практики логістики присвячено праці таких вітчизняних учених, як Л. В. Балабанова, Г. І. Бритченко, М. Ю. Григорак, М. С. Дороніна, М. А. Окландер, В. Л. Пілюшенко, О. М. Тридід, Н. І. Чухрай, О. О. Шубін та ін. Вагомий внесок зробили такі науковці СНД, як Б. А. Анікін, А. М. Гаджинський, Е. А. Голіков, Л. Б. Міротін, І. Е. Тишбаєв, А. І. Семененко, В. І. Сергєєв і фахівці інших зарубіжних країн, зокрема, Д. Бауерсокс, Дж. Бушер, Д. Клосс, Дж. Хескетт та ін. Основна увага цими науковцями приділяється загальній теорії та особливостям транспортної, складської й виробничої логістики, але недостатньо вирішеними залишаються такі питання як організація ефективної системи управління запасами з урахуванням розробленої загальної стратегії розвитку промислового підприємства; оцінка ефективності впровадження й застосування принципів логістики на промислових підприємствах та багато інших.

**Мета статті.** Дослідження теоретичних основ та прикладних проблем удосконалення логістичної системи підприємства в умовах невизначеності зумовлює постановку цілі статті – висвітлення теоретичних особливостей управління запасами та обґрунтування застосування на підприємствах логістичного підходу до управління запасами з метою підвищення ефективності їх господарювання, подальшого розвитку та досягнення конкурентних переваг на ринку.

Для досягнення поставленої мети необхідно сформулювати та вирішити комплекс завдань: визначити місце і роль запасів у підвищенні господарської діяльності промислових підприємств та встановити причини створення запасів на підприємстві; вивчити особливості підвищення ефективності управління запасами шляхом застосування логістичного підходу тощо.

**Виклад основного матеріалу.** Загальновідомо, що розглядати питання управління запасами

необхідно з урахуванням двох протилежних положень: по-перше, рівень запасів не повинен бути надто високим, бо зайві запаси – це марно витрачені ресурси та додаткові витрати на їх утримання, а по-друге – рівень запасів повинен бути достатнім, щоб задовольнити вимоги виробництва. Забезпечити високий рівень якості продукції та надійність її поставок споживачам неможливо без створення оптимального запасу готової продукції, а також запасів сировини, матеріалів, напівфабрикатів, продукції незавершеного виробництва та інших ресурсів, необхідних для неперервного та ритмічного функціонування виробничого процесу. Занижені запаси матеріальних ресурсів можуть призвести до збитків, пов'язаних з простоями, з незадоволеним попитом і, як наслідок цього, до втрати прибутку, а також потенційних покупців продукції. З іншого боку, накопичення зайвих запасів зв'язує оборотний капітал підприємства, зменшуючи можливість його вигідного альтернативного використання і уповільнює його оборот, що відбивається на розмірі загальних витрат підприємства та фінансових результатах його діяльності. Таким чином, як перенасичення, так і нестача запасів призводить до економічного збитку.

Отже, наявність запасів, з одного боку, знижує ризик виникнення дефіциту матеріальних ресурсів у процесі виробництва та реалізації продукції, але з іншого боку, вимагає значних витрат та «заморожує» фінансові ресурси в значних обсягах товарно-матеріальних цінностей. Тому підвищити ефективність господарювання промислових підприємств можливо шляхом здійснення ефективного управління запасами. Підвищення ефективності управління запасами на промислових підприємствах сприятиме скороченню всіх видів запасів у постачанні і збуті, прискоренню оборотності оборотного капіталу, зниженню собівартості виробництва, забезпеченню повного задоволення споживачів продукції.

Аналіз літературних джерел дозволяє зробити висновок, що управління запасами являє собою діяльність, спрямовану на забезпечення безперебійного процесу виробництва та реалізації продукції за мінімізацією загальних витрат по створенню та обслуговуванню запасів. В той же час управління запасами – це процес створення, контролю та регулювання рівня запасів у постачанні, виробництві та збуті продукції.

В економічній літературі управління запасами також може розглядатися і як система, тобто сукупність правил і показників, які визначають момент часу й обсягу закупівлі продукції для поповнення запасів, параметрами якої є: точка замовлення; нормативний рівень запасів; обсяг окремої закупівлі; частота здійснення закупівель; поповнювана кількість продукції, за якою досягається мінімум витрат на зберігання запасу згідно із заданими витратами на поповнення і заданими альтернативними витратами інвестованого капіталу.

На даний час ефективною системою управління запасами виступає саме логістика. Залучення логістики до формування загальної стратегії підприємства означає новий рівень його розвитку, насамперед, у напрямі забезпечення економічної стійкості у конкурентному середовищі.



Управління запасами в логістиці спрямоване на досягнення наступних основних цілей: по-перше, раціональне розміщення запасів у сфері виробництва і споживання; по-друге, формування оптимального обсягу, структури і рівня запасів; по-третє, оперативний облік і контроль за станом запасів; по-четверте, оперативне регулювання запасів в різних ланках логістичного ланцюга.

Логістичний підхід до функціонального планування та управління на промисловому підприємстві має передбачати виділення спеціальної логістичної служби, яка повинна управляти матеріальним потоком, починаючи від моменту формування договірних відносин з постачальником і закінчуючи доставкою споживачеві готової продукції.

Призначення логістичного підходу складається у впровадженні на підприємстві системи, за допомогою якої забезпечується потрібний набір послуг при максимально можливому зменшенні витрат, обумовлених виконанням логістичних операцій. У зв'язку з цим логістична політика розробляється з врахуванням двох факторів – бажаного рівня сервісу та мінімальної величини логістичних витрат.

Логістична система встановлює між ними баланс, вигідний як споживачу, так і постачальнику [7, с. 86]. Ефективне впровадження логістичного підходу до управління господарською діяльністю підприємств забезпечує перехід від управління окремими функціями, пов'язаними з формуванням та обслуговуванням логістичних потоків до управління комплексом таких функцій [2, с. 94]. Так, як зазначають провідні фахівці з логістики, в тому числі і Каїра З.С. [3, с. 48], новизна концепції логістики до управління промисловими системами полягає у всебічному комплексному підході до питань руху матеріальних благ в процесі виробництва і споживання. Принциповою відмінною рисою логістичного підходу до управління промисловими підприємствами є взаємозв'язок та інтеграція економічно не самостійних процесів управління виробництвом, транспортно-складським господарством, запасами, фінансовим капіталом, персоналом, інформаційними потоками регіону в єдину систему. При логістичному підході керуючі впливи додаються з боку єдиної логістичної системи управління до нового об'єкту управління – наскрізного матеріального потоку. Ці керуючі впливи формуються виходячи з загальних цілей та критеріїв ефективності досліджуваного логістичного ланцюга, тому параметри вихідного матеріального потоку виявляються цілком передбаченими [1, с. 267; 30, с. 27]. Управління надходженням виробничих запасів є окремим прикладним аспектом загальної політики управління запасами – операційним менеджментом. Це складний комплекс заходів, що повинен забезпечувати безперебійний процес виробництва при мінімізації витратків.

Організація робіт з управління матеріальними запасами на промисловому підприємстві включає кілька етапів:

1. Класифікація споживаних на підприємстві товарно-матеріальних цінностей. Це дозволяє виявити особливості споживання матеріальних ресурсів у виробничих підрозділах для вироблення стратегії управління запасами.

2. Створення стратегії управління запасами. На цьому етапі виробляються правила визначення моменту й обсягу замовлення, а також поповнення запасів.

3. Визначення параметрів моделей управління запасами. Управління матеріальними запасами в логістичній підсистемі постачання промислового підприємства повинне здійснюватися відповідно до виробленої стратегії й моделями управління запасами.

Ціль логістичної системи управління запасами – забезпечення безперебійного виробництва в потрібній кількості й у встановлений термін і досягнення на основі цього повної реалізації випуску при мінімальних видатках на утримання запасів, знаходження оптимального співвідношення між витратами й вигодами.

При проектуванні логістичної системи управління запасами необхідно враховувати ряд факторів:

- 1) виробничі потужності;
- 2) обсяг виробленої за певний період часу (день, тиждень, місяць) продукції;
- 3) поточний рівень запасів;
- 4) необхідний розмір гарантійного (страхового) запасу;
- 5) періодичність доставки.

Основними системами управління запасами є система з фіксованим розміром замовлення, система з фіксованим інтервалом часу між замовленнями, MRP-1, MRP-2 та ін.

Система з фіксованим розміром замовлення – це модель управління запасами, в якій основним визначальним фактором є визначення оптимального розміру замовлення, розмір якого згодом не змінюється. Оптимальний розмір замовлення визначається з урахуванням мінімізації сукупних витрат на зберігання і повторення замовлення. Він розраховується за формулою Вільсона:

$$q_{opt} = \sqrt{\frac{2 \times C_0 \times S}{i \times k}}, \quad (1)$$

де ОПТ  $q$  – оптимальний розмір замовлення (шт.),  $S$  – потреба в ресурсі даного виду на плановий період, шт.,  $i$  – витрати на зберігання одиниці замовленого товару, гр. од.;  $k$  – коефіцієнт, що враховує швидкість поповнення запасу на складі,  $C_0$  – витрати на виконання замовлення;

Модель із фіксованим інтервалом часу між замовленнями – система, коли замовлення здійснюються в строго певні моменти часу через рівні інтервали, наприклад раз на місяць, раз у тиждень і т.п. Розмір замовлення в даній системі є величиною розрахунковою (непостійною) і визначається наступним чином:

$$PЗ = МБЗ - ПОЗ + ОП, \quad (2)$$

де МБЗ – максимально бажаний запас; ПОЗ – поточний рівень запасу в точці замовлення (на межі інтервалу), ОП – очікуване споживання за час поставки, шт.

Система планування потреби в матеріалах (MRP-1 і MRP-2) це модель управління запасами, в якій виробництво, і, відповідно, запаси плануються виходячи з попиту на кінцеву продукцію. Ці системи відносяться до систем «підштовхуючого» типу. У «підштовхуючій» системі формується перелік матеріалів, необхідних для виробництва певної кількості готової продукції

відповідно до прогнозу ринкової кон'юнктури. Після цього постачальник формує замовлення. Теоретично в системі «підштовхуючого» типу неминуче формування поточних та страхових запасів, рівень яких, як свідчить досвід, може значно перевищувати рівень відповідних запасів при роботі за умов «тяглової» системи.

В системі MRP-1 виробляються обробка і коректування інформації про прихід, рух і витрати матеріалів (сировини, комплектуючих), облік запасів за місцем їх зберігання, вибір стратегій поповнення і контролю рівня запасів по кожній позиції номенклатур сировини і матеріалів, контроль швидкості оборотності запасів і т.д. Для вирішення завдань управління закупівлями використовується файл замовлень, в який вводиться інформація про замовлення і їх виконання.

За допомогою модуля MRP-1 спочатку визначають, скільки і в які терміни необхідно виготовити кінцевої продукції, потім визначається час і необхідна кількість матеріальних ресурсів для виконання виробничого графіку. Таким чином, як і для систем, заснованих на принципах концепції «точно в термін», в системі MRP -1 ключовим чинником є споживчий попит.

Метою впровадження MRP-1 є підвищення ефективності і якості планування матеріальних потоків, зниження рівня запасів матеріальних ресурсів, вдосконалення процедур контролю за рівнем запасів і зменшення витрат, пов'язаних з цими функціями. Проте використання модуля MRP-1 має низку недоліків і обмежень, до основних з яких відносяться:

- значний обсяг обчислень, підготовки і попередньої обробки значного обсягу вихідної інформації, що збільшує тривалість виробничого періоду;

- зростання витрат на обробку замовлень і транспортування при намаганні фірми зменшити рівень запасів або перейти на випуск готової продукції в малих обсягах з високою періодичністю;

- нечутливість до короточасних змін попиту, оскільки вони засновані на контролі і поповненні рівня запасів у фіксованих точках проходження замовлення, недостатньо строго відслідковування попиту з обов'язковою наявністю страхових запасів;

- значне число відмов в системі із-за її великої розмірності і перевантаженості.

Система MRP-2 представляє собою вдосконалену систему планування потреб в матеріалах і відрізняється від системи MRP-1 в першу чергу номенклатурою виконуваних функцій. У ній об'єднані виробниче, фінансове планування і логістичні операції.

Важливе місце в підсистемі MRP-2 займають алгоритми прогнозування попиту, потреби в матеріальних ресурсах, рівня запасів, а також вирішення комплексу завдань контролю і регулювання рівня запасів матеріальних ресурсів, обсягу незавершеного виробництва і готової продукції. В основні завдання управління запасами входять: вибір стратегії поповнення запасів, розрахунок критичних крапок і точок замовлення, аналіз структури запасів по методу ABC, наднормативних запасів тощо.

**Висновки і пропозиції.** На наш погляд, використання нових логістичних технологій в управлінні підприємствами промисловості дозволить значно підвищити ефективність діяльності постачальницьких служб, раціоналізувати матеріальні потоки і, кінець кінцем, понизити собівартість продукції. Отже, можна зробити наступні висновки: 1) новизна логістичного підходу до управління запасами полягає в зміні пріоритетів між різними видами діяльності і підвищенні значущості діяльності із управління матеріальними потоками в господарсько-економічній діяльності підприємства; 2) використання сучасних модулів в системі управління запасами робить вагомий вплив на ефективність виробництва і в даний час стає одним з визначальних чинників конкурентної переваги підприємства; 3) наслідком впровадження нових систем управління запасами можливе досягнення: інтеграції і кооперації постачань, виробництва і збуту продукції; орієнтації на споживчий попит; оптимізації поточкових процесів і створення гнучкого виробництва; повного обліку логістичних витрат від постачальника до споживача; мінімізації витрат на виробництво продукції за рахунок зниження обсягу запасів сировини і транспортних витрат; підвищення якості виробництва, постачання і збуту продукції.

## Список літератури:

1. Альбеков А.У. Коммерческая логистика / А.У. Альбеков, О.А. Митько – Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. – 416 с.
2. Амоша А. Теоретические основы логистического управления / А. Амоша // Проблемы теории и практики управления. – 2005. – № 8. – С. 93-95.
3. Каїра З.С. Логістичні стратегії діяльності підприємств: [монографія] / З.С. Каїра. – Донецьк: ВІК, 2007. – 311 с.
4. Кальченко А.Г. Основи логістики / А.Г. Кальченко. – К.: Знання, 1999. – 133 с.
5. Крикавський Є.М. Логістика підприємства / Є.М. Крикавський. – Львів: Львівська політехніка, 1996. – 220 с.
6. Пономарьова Ю.В. Логістика: Навчальний посібник: Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: Центру навчальної літератури, 2005. – 328 с.
7. Омельченко И.Н. Логистическая система – основа создания эффективно действующих предприятий / И.Н. Омельченко, А.Б. Саврасов // Вестник машиностроения. – 2005. – № 6. – С. 81-86.

**Чуприна Л.В., Намазова В.М.**

Харьковский институт финансов

Киевского национального торгово-экономического университета

## **РОЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

### **Аннотация**

Определено экономическое значение внедрения оперативной системы управления запасами и ее влияние на общую деятельность предприятия. Рассмотрены основные позитивные и негативные последствия наличия запасов на предприятии. Обоснована необходимость реализации логистического подхода к управлению запасами с целью повышения эффективности хозяйствования промышленных предприятий. Проанализированы некоторые существующие модели управления запасами. Определены основные этапы организации работ по управлению материальными запасами на промышленном предприятии.

**Ключевые слова:** запасы, логистическая система, материальные потоки, заказ, система управления запасами, модели управления.

**Chupryna L.V., Namazova V.M.**

Kharkiv Institute of Finance

Kyiv National University of Trade and Economics

## **THE ROLE OF INVENTORY MANAGEMENT IN RAISING ECONOMIC EFFICIENCY OF ENTERPRISE**

### **Summary**

Defined the economic meaning of involving an efficient system of supplies management and its effect on general enterprise activity. The article identifies the main positive and negative effects of the company's stocks. We also prove the necessity of implementing logistics approach to inventory management to improve the economic efficiency of industrial enterprises. In the article the modern concept of material flows, in particular. Examined main stages in supply management arrangement work in industrial enterprises.

**Keywords:** stocks, logistical system, material flows, the order, inventory management system, management models.

УДК 339.137.2:658.821

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

**Шарко В.В.**

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

**Гавенко М.С.**

Хмельницький національний університет

У роботі систематизовано науково-методичні підходи щодо розуміння категорії «конкурентна стратегія». На прикладі конкретної групи підприємств роздрібною торгівлі м. Вінниці сформовано структуру елементів забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

**Ключові слова:** внутрішня торгівля, підприємство, роздрібна торгівля, конкурентна стратегія.

**Постановка проблеми.** Сучасний розвиток внутрішньої торгівлі, який відбувається в умовах поглиблення ринкових відносин, лібералізації і монополізації, все більше базується на засадах конкуренції. Відтак, важливим завданням будь-якого підприємства є досягнення конкурентних переваг та посилення своєї конкурентної позиції.

Конкурентоспроможність складається з переліку стратегічних переваг, що виявляються на

ринку шляхом зіставлення з відповідними показниками конкурентів. Саме це зумовлює необхідність формування конкурентної стратегії для вибору ефективних напрямів та посилення розвитку діяльності суб'єкта підприємницької діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Процес розробки конкурентної стратегії підприємства досліджувала значна кількість зарубіжних вчених, зокрема: І. Ансофф, П. Друкер А., Г. Мінцберг, М. Мескон, М. Портер, Чендлер, та

багато інших [1]. Серед вітчизняних науковців: О. Березін, Л. Довгань, А. Міщенко, В. Немцов, О. Сумець, та ін. [4]. Останнім часом проблемою формування маркетингових стратегій підприємства, а також підвищення ефективності їх використання, займаються і такі вітчизняні науковці, як: В. Ашаулов [2], А. Беседіна [3], О. Ковтун [5], Ю. Короленко [6], О. Криворучко [7], Ю. Лисиченко [8], Ю. Орловська [9], О. Панченко [10], Н. Прищепа [11], І. Рибальченко [12], О. Цимбаліст [13].

Однак, все ж залишаються невирішеними проблемні питання (складові забезпечення, принципи, інструменти, шляхи та засоби) щодо формування конкурентної стратегії підприємства роздрібної торгівлі.

**Мета статті.** Головною метою цієї статті є розробка схеми основних елементів та етапів формування конкурентної стратегії підприємства на основі узагальнених існуючих підходів у науковій літературі.

**Виклад основного матеріалу.** Вітчизняні підприємства торгівлі підходять до вибору конкурентної стратегії швидше стихійно, відповідно до обставин, ніж як до процесу стратегічного планування. Унаслідок цього підприємства часто змінюють стратегічний курс, що призводить до неможливості досягнення високих фінансових результатів і забезпечення подальшого розвитку власного бізнесу.

Конкурентоспроможність розуміємо як порівняльну характеристику здатності підприємства до комплексного нарощування власних конкурентних переваг для отримання переваги у сфері збуту та продажу продукції, що задовольняє потреби ринку, та забезпечує прибутковість комерційної діяльності.

Узагальнюючи погляди науковців на розуміння сутності конкурентної стратегії (табл. 1), та враховуючи особливості функціонування торговельних підприємств, стає очевидним, що кон-

Таблиця 1

**Систематизація науково-методичних підходів щодо розуміння категорії «конкурентна стратегія»**

Автор	Визначення категорії
Балабанова Л.	Конкурентна стратегія – глобальний план досягнення мети фірми, що передбачає певну її поведінку на ринку
Барабась Д.	Конкурентна стратегія – це комплексний план дій щодо утримання позиції на ринку, який передбачає або розширення місткості ринку, або захист існуючих позицій, або підвищення ринкової частки за існуючої місткості ринку
Н. Боровских	Конкурентна стратегія – це своєрідний план дій підприємства, що перебуває в процесі постійного вдосконалення та здатний швидко реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищах
Воронкова А.	Конкурентна стратегія – це розробка пропозицій на підставі наявних конкурентних переваг підприємства, які задовольнятимуть потреби цільових споживачів у більшій мірі, чим пропозиції конкурентів
Грант Р.	Конкурентна стратегія – це комплексний план дій підприємства на ринку відносно фірм-конкурентів. Суть конкурентних стратегій полягає в тому, що вони сприяють збільшенню чи утриманню підприємством свого положення на ринку відносно конкурентів
Довбуш Р.	Конкурентна стратегія полягає у тому, щоб відрізнитися від інших. Це означає свідомий вибір певного комплексу заходів по створенню унікальної цінності. Сутність стратегії складається з двох аспектів: рішення виражати по-іншому традиційні атрибути присутності підприємства на ринку, чи рішення застосовувати нові атрибути присутності на ринку
Должанський І.	Конкурентна стратегія – це елемент загальної стратегії компанії (корпоративної стратегії), який дає змогу зрозуміти як компанія повинна використовувати свої обмежені ресурси для досягнення максимального результату у збільшенні продажів та прибутковості від продажів у довгостроковій перспективі
Долинська М.	Конкурентна стратегія – це комплекс ресурсів і можливостей підприємства, що забезпечують отримання конкурентних переваг на ринку і досягнення поставлених стратегічних конкурентних цілей
Друкер П.	Конкурентні стратегії – це сукупність стратегій, спрямованих на адаптацію підприємства до змін в умовах конкуренції та зміцнення його довгострокової конкурентної позиції на ринку
Іванов Ю.	Конкурентна стратегія – це ретельно розроблена програма заходів, які мають бути реалізовані організацією, з метою досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку та адаптації організації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі
Котлер Ф.	Конкурентна стратегія – це концепція і підпорядкована їй система дій підприємства, спрямованих на досягнення довгострокових конкурентних переваг; це набір правил поведінки в обраних стратегічних сферах бізнесу, якими підприємство керується для досягнення поставлених цілей у кожній сфері в умовах конкуренції
О'Шонесі Дж.	Конкурентна стратегія – це комплексна програма дій, спрямована на аналіз і вибір ринків збуту, виготовлення товарів та ринку послуг для них, встановлення цін і способів реалізації на
Портер М.	Конкурентні стратегії – це основні напрямки зосередження зусиль, філософія бізнесу підприємства в умовах маркетингової орієнтації. Конкурентні стратегії підприємства узагальнюють модель поведінки, що забезпечує координацію та поєднання компліментарних цілей і ресурсів підприємства з метою отримання довгострокових конкурентних переваг
Сандей Е.	Конкурентні стратегії визначають різні підходи, за допомогою яких підприємство буде діяти в кожній стратегічній сфері бізнесу і спрямовані на забезпечення стійких конкурентних позицій на ринку, забезпечення і підтримку довгострокових конкурентних переваг
Юданов А.	Конкурентна стратегія – це комплекс дій, спрямований на забезпечення стійких конкурентних позицій на ринку, забезпечення і підтримання довгострокових конкурентних переваг у конкретній сфері діяльності підприємства

Джерело: сформовано авторами на базі [1-13]



курентна стратегія торговельного підприємства являється логічною реакцією на необхідність забезпечення його ефективної діяльності шляхом досягнення динамічної рівноваги із зовнішнім середовищем; інструментом формування та утримання переваг у конкурентній боротьбі; основою оптимального розподілу й ефективного використання ресурсів і зусиль.

На сьогодні концепція розробки ефективної конкурентної стратегії підприємства має достатній рівень теоретичної розробленості. Однак виникає необхідність конкретизації процедури формування комерційної діяльності конкретного підприємства при плануванні його подальшого розвитку та обґрунтуванні відповідної конкурентної стратегії. Значна увага при цьому має приділятися результатам проведеного аналізу з особливостей конкурентного ринку, на якому реалізує свою продукцію підприємство.

Чим ширший у підприємства набір переваг і вищі їхні якісні характеристики, тим більше можливостей для успішної його діяльності на ринку. Конкурентні переваги забезпечують підприємству унікальні цінності, які формують перевагу над конкурентами. Конкурентна перевага досягається за рахунок успішних стратегічних

дій. Розробка оптимальної стратегії є найважливішою умовою успішної діяльності підприємства на ринку.

Підприємство роздрібною торгівлі стає конкурентоспроможним, якщо його сукупний потенціал відповідає умовам зовнішнього середовища. При цьому динамічні зміни, що відбуваються в зовнішньому середовищі потребують постійного аналізу та коригувань відповідно наявних факторів, які впливають на управління конкурентоспроможністю підприємства за вибраної ним стратегії [6].

Управління конкурентоспроможність підприємства – це діяльність по формуванню управлінських рішень, які в свою чергу повинні запобігати негативному зовнішньому впливу для досягнення лідерства у відповідності з поставленими стратегічними цілями.

Система управління конкурентоспроможністю на нашу думку, характеризується сукупністю взаємопов'язаних елементів, які функціонують в часі як єдине ціле, вирішуючи при цьому головне завдання – забезпечення спроможності досягти запланованих цілей розвитку підприємства шляхом забезпечення потреби усіх зацікавлених суб'єктів господарської діяльності сфери торгівлі.



Рис. 1. Структура елементів забезпечення конкурентоспроможності підприємства торгівлі

Джерело: авторська розробка

Відзначимо, що рівень конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлі залежить від елементів процесу реалізації товарів, ступеня ефективності використання всіх видів ресурсів, ефективності роботи підприємства та ін. Через, те для досягнення стійкого положення на ринку необхідно створити й постійно удосконалювати механізм підтримки рівня конкурентоспроможності підприємства, ціллю якого є реалізація товарів і надання послуг, які спроможні витримати вплив конкуренції з аналогічними товарами та послугами, що пропонуються іншими суб'єктами господарської діяльності сфери роздрібною торгівлі.

Проведені теоретичні дослідження процесу забезпечення конкурентоспроможності підприємства, а також дослідження організаційно-економічних умов його формування на прикладі конкретної групи підприємств роздрібною торгівлі м. Вінниці (мережі оптово-роздрібних підприємств з продажу канцелярських та шкільно-письмових товарів), дозволили сформувавши структуру елементів забезпечення конкурентоспроможності підприємств (рис. 1).

В умовах сучасного ринку кожному підприємству сфери торгівлі при плануванні своєї діяльності необхідно орієнтуватись на бажання споживачів вчасно отримувати товари та послуги високої якості. Тому варто відзначити, що система прискуніх потреб на ринку багато в чому визначає засоби і методи реалізації стратегій та напрями розвитку підприємства роздрібною торгівлі в цілому.

Стратегія торговельного підприємства являє собою комплексну програму реалізації основних напрямів його розвитку на основі сформованих довгострокових цілей господарської діяльності, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, використання методів коригування сукупного потенціалу при зміні умов зовнішнього середовища.

Процес розробки конкурентних стратегій підприємств роздрібною торгівлі включає наступні етапи:

1. Оцінка позиції, яку займає підприємство на ринку;
2. Оцінка взаємодії внутрішніх та зовнішніх факторів;
3. Аналіз стратегічних альтернатив поведінки підприємства на ринку та його розвитку;
4. Вибір конкурентної стратегії, відповідно ситуації, що склалась на ринку і цілям торговельного підприємства.

Ціль конкурентної стратегії полягає у спроможності господарюючого суб'єкта виявити сильні та слабкі сторони, оцінити внутрішні ресурси та їх порівняння з аналогічним торговельним підприємством [8]. При цьому універсальної конкурентної стратегії для усіх торговельних підприємств не існує, однак аналіз вітчизняної теорії і практики дозволив виокремити типові конкурентні стратегії розвитку підприємств роздрібною торгівлі (рис. 2). Метою конкурентної стратегії дозволити господарюючим суб'єктам виявити їх сильні і слабкі сторони, оцінити внутрішні ресурси і можливості в порівнянні з аналогічними торговельними підприємствами.

Вибір засобів і методів реалізації стратегій забезпечує узгодженість всієї діяльності роздрібних торговельних підприємств. На основі сформованих конкурентних стратегій затверджується

план (послідовність дій) по досягненню конкурентоспроможності підприємства на ринку [10].

Стратегія торгового підприємства являє собою комплексну програму реалізації основних напрямів його розвитку на основі формування довгострокових цілей господарської діяльності, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, використання методів коригування сукупного потенціалу при зміні умов зовнішнього середовища.

Процес розробки конкурентних стратегій включає наступні етапи:

- I. визначення положення підприємства на ринку;
- II. оцінка взаємодії внутрішніх і зовнішніх факторів;
- III. визначення стратегічних альтернатив поведінки підприємства на ринку та його розвитку;
- IV. вибір конкурентної стратегії, що відповідає ситуації і цілей торгового підприємства.

На основі розробленої авторами системи елементів для забезпечення конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлі можна зробити ряд рекомендацій.

Конкурентоспроможні підприємства на довгострокову перспективу можуть застосовувати стратегії, що орієнтують господарюючий суб'єкт на радикальні дії за рахунок введення принципово нових товарів і послуг. Подібна стратегія є оптимальною для великих торговельних центрів, супермаркетів та універсамів [12].

В свою чергу, для торговельних мереж з даним рівнем конкурентоспроможності кращі стратегії горизонтальної диверсифікації, стратегії інтегрованого зростання. В результаті горизонтальної інтеграції будуть утворюватися так звані ланцюгові підприємства, які володіють однотипними магазинами, орієнтованими на середнього покупця з середньостатистичними потребами і можливостями у місті або регіоні. Це дозволить отримати вигідні умови закупівлі товарів і проводити єдину торговельну політику. Диверсифікація сприяє збільшенню частки ринку підприємства за рахунок зростання товарообігу та кількості постійних покупців, що забезпечить оптимальний розподіл ресурсів і стабільність у зростанні рівня прибутковості.

Кінцевою метою інтеграції для конкурентоспроможних господарюючих суб'єктів може стати програмна торгівля, тобто встановлення прямого контролю торговельного підприємства над виробником. При цьому, слід зазначити, що інтеграція вигідна не тільки самому господарюючому суб'єкту і кінцевому споживачеві, але і місцевим органам управління, так як визначає інфраструктуру міста в цілому, підвищує рівень його економічного розвитку.

У результаті заздалегідь проведеної оцінки ефективності роботи магазинів різних форматів виявлено, що в середньостроковому періоді роздрібним торговельним підприємствам формату «Товари для дому» та спеціалізованим підприємствам рекомендується застосовувати стратегії скорочення (стратегії низьких витрат): підприємство закриває або продає один зі своїх підрозділів (або видів бізнесу), щоб здійснити довгострокові зміни меж здійснення господарської діяльності.

Роздрібним торговельним підприємствам формату «Універсам» або «Культтовари» рекомендується застосовувати стратегії горизонтальної

диверсифікації чи інтегрованого зростання. Можливості зростання цих підприємств проявляються у введенні нових товарів, застосуванні сучасних технологій, розширенні сфери діяльності за рахунок власного виробництва товарів і т.п.

У короткостроковому періоді роздрібним торговельним підприємствам рекомендуємо застосовувати стратегії концентрованого зростання, які характеризуються формуванням оптимального асортименту, розвитком послуг, пошуком нових ринків.

Використання приватних стратегій по окремих напрямках діяльності торговельних підприємств може підвищити загальний рівень їх конкурентоспроможності, створити резерв часу, необхідний для розробки і реалізації більш ефективної загальної стратегії.

Оцінюючи варіанти можливих дій на конкурентному ринку, варто вказати на те що: слід концентрувати свої переваги там, де конкуренти показують свої слабкі сторони. Відповідно, управління підприємством – це усвідомлені і сплановані дії по створенню і розвитку конкурентних

переваг. При цьому необхідно враховувати, що нова стратегія роздрібно-торговельного підприємства в умовах конкуренції вимагає модернізації відповідної системи управління, певного рівня кваліфікації персоналу, його зацікавленості в кінцевих результатах праці і т.п.

**Висновки та пропозиції.** Отже, конкурентоспроможність підприємства – це не результат випадкового поєднання обставин, а наслідок цілеспрямованих зусиль як з боку менеджерів підприємства, так і з боку рядових працівників.

Вітчизняним торговельним підприємствам необхідно приділяти значну увагу пріоритетності й важливості розвитку його внутрішніх можливостей. Їх особливості і механізм удосконалення представляють собою один із ключових факторів конкурентоспроможності. Зростаюча актуальність проблем управління конкурентоспроможністю торгових підприємств в Україні зумовлюється передусім складністю та неоднозначністю процесів формування ринкових економічних відносин і тими зрушеннями, що відбуваються внаслідок інтеграції у світові господарські процеси.

## Список літератури:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 2003. – 416 с.
2. Ащанулов В. В. Особливості формування маркетингової стратегії підприємства в умовах конкурентного ринку [Електронний ресурс] / В. В. Ащанулов // Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 1. – С. 88-91. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep\\_2013\\_1\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2013_1_19)
3. Беседіна А. О. Конкурентна розвідка в системі забезпечення стратегічного розвитку підприємства [Електронний ресурс] / А. О. Беседіна // Бізнес Інформ. – 2012. – № 10. – С. 277-279. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2012\\_10\\_65](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2012_10_65)
4. Іванов Ю. Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія / [Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко, Г. В. Назаровата ін.]. – Х.: ІНЖЕК, 2006. – 382 с.
5. Ковтун О. І. Імператив інноваційної стратегії в системі управління конкурентоспроможністю для вітчизняних підприємств в умовах перманентної кризи національної економіки [Електронний ресурс] / О. І. Ковтун // Вісник Сумського державного університету. Сер.: Економіка. – 2013. – № 1. – С. 86-101. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSU\\_ekon\\_2013\\_1\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSU_ekon_2013_1_13)
6. Короленко Ю. М. Теоретичні основи формування конкурентної стратегії підприємства [Електронний ресурс] / Ю. М. Короленко // Економіка Крима. – 2013. – № 1. – С. 336-340. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econkr\\_2013\\_1\\_73](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econkr_2013_1_73)
7. Криворучко О. С. Удосконалення методичних підходів до формування конкурентних маркетингових стратегій торговельних підприємств споживчої кооперації [Електронний ресурс] / О. С. Криворучко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – Вип. 43. – С. 197-203. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp\\_2013\\_43\\_42](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2013_43_42)
8. Лисиченко Ю. О. Формування системи стратегічного управління на підприємстві в умовах конкурентного середовища [Електронний ресурс] / Ю. О. Лисиченко // Управління розвитком. – 2013. – № 17. – С. 73-75. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz\\_2013\\_17\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2013_17_29)
9. Орловська Ю. В. Світовий досвід підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі стратегій інтернаціоналізації [Електронний ресурс] / Ю. В. Орловська, Г. В. Дугінець, Р. А. Алієв // Економічний простір. – 2013. – № 74. – С. 42-52. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros\\_2013\\_74\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2013_74_7)
10. Панченко О. В. Процес розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства [Електронний ресурс] / О. В. Панченко, Л. В. Мурована. // Технології та дизайн. – 2014. – № 3. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/td\\_2014\\_3\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2014_3_16)
11. Прищепя Н. П. Аналіз і класифікація конкурентних стратегій підприємств [Електронний ресурс] / Н. П. Прищепя, О. М. Гайдамака // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2012. – № 4. – С. 88-94. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uprv\\_2012\\_4\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uprv_2012_4_15)
12. Рибальченко І. І. Проблеми формування конкурентної стратегії на вітчизняних підприємствах [Електронний ресурс] / І. І. Рибальченко // Управління розвитком. – 2013. – № 17. – С. 66-68. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz\\_2013\\_17\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2013_17_26)
13. Цимбаліст О. В. Формування конкурентної стратегії підприємства [Електронний ресурс] / О. В. Цимбаліст // Управління розвитком. – 2013. – № 13. – С. 108-110. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz\\_2013\\_13\\_47](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2013_13_47)

**Шарко В.В.**

Винницкий торгово-экономический институт  
Киевского национального торгово-экономического университета

**Гавенко М.С.**

Хмельницкий национальный университет

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

### **Аннотация**

В работе систематизированы научно-методические подходы к пониманию категории «конкурентная стратегия». На примере конкретной группы предприятий розничной торговли г. Виннице сформирована структура элементов обеспечения конкурентоспособности предприятия. На основе разработанной авторами системы элементов для обеспечения конкурентоспособности предприятия розничной торговли представлены рекомендации. Однако, необходимо учитывать, что новая стратегия розничного торгового предприятия в условиях конкуренции требует модернизации соответствующей системы управления, определенного уровня квалификации персонала, его заинтересованности в конечных результатах труда и т.п.

**Ключевые слова:** внутренняя торговля, предприятие, розничная торговля, конкурентная стратегия.

**Sharko V.V.**

Vinnitsia Institute of Trade and Economics  
of Kyiv National University of Trade and Economics

**Gavenko M.S.**

Khmelnytsky National University

## **ENSURING THE COMPETITIVENESS OF RETAILERS**

### **Summary**

In the work of systematic scientific and methodological approaches to understanding the category of «competitive strategy». For example, a particular group of retailers Vinnitsa formed structure elements of the competitiveness of the enterprise. Based on the authors' system elements to ensure the competitiveness of retail outlets presents recommendations. However, be aware that the new strategy of retail enterprises in terms of competition requires the upgrading of relevant management system, a certain level of expertise, his interest in the final results of labor, etc.

**Keywords:** internal trade, enterprise, retail trade, competitive strategy.



## ДО ПИТАННЯ ОНОВЛЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ ПОРТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ширяєва Л.В., Онешко С.В., Бордюгова Е.А.

Одеський національний морський університет

Дослідження присвячено особливостям оновлення основних засобів підприємств портової діяльності, як фондоемних підприємств, необхідності подолання технічного відставання у забезпеченні основних портових операцій. Визначені проблемні питання надійності портового обладнання і оптимальних термінів його служби, розбіжності між зносом, зафіксованим у бухгалтерському обліку та зносом, який відображає фактичний технічний стан основних засобів, вибору методу нарахування амортизації та терміну корисного використання. Встановлено, що оновлення портових споруд повинно бути стратегічним завданням, яке потребує виваженого аналізу та є необхідним кроком для збільшення вантажооборотів та поверненню обсягів обробки вантажів, втрачених унаслідок світової фінансово-економічної кризи.

**Ключові слова:** основні засоби, портові споруди, знос основних засобів, ефективність, підприємства портової діяльності.

**Постановка проблеми.** У ринкових відносинах необхідність оновлення основних засобів набуває все більшого значення, напряму впливає на конкурентоспроможність суб'єкта господарювання та є відомим важелем, який спонукає підприємства використовувати прогресивні технології та обладнання.

Необхідність технічного оновлення об'єктів портової інфраструктури, подолання технологічного відставання у забезпеченні основних портових операцій вимагає зосередження на питанні розширення та реконструкції портової інфраструктури на територіях існуючих морських портів та закріплення цих питань на законодавчому рівні [1, с. 329].

Підприємства портової діяльності в силу особливостей своєї діяльності відносяться до фондоемких підприємств, в структурі балансу яких домінуючу частину займають основні засоби, питома вага останніх в активах коливається на рівні 70-80% [2].

Важливість питання оновлення основних засобів для підприємств портової діяльності є досить актуальним, пов'язано з їх суттєвою роллю як засобів праці, без яких неможливо функціонування взагалі. За останні роки знос основних засобів підприємств портової діяльності значно збільшився та досягає майже 75-80% [3, с. 89]. Покупка нових основних засобів супроводжується значними капітальними вкладеннями, підприємство не завжди може мати необхідні фінансові ресурси, тому, як варіант, розглядається можливість їх оновлення, яке може бути здійснено у вигляді модернізації, реконструкції, технічного переобладнання, розширення та ін.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідження питань оновлення основних засобів підприємства розглядається багатьма науковцями, серед яких вважаємо виділити роботи Б.С. Бачевського, І.В. Заблоцької, О.О. Решетняка, Л.В. Ширяєвої, О.В. Шляги та ін.

Традиційний аспект відновлення основних виробничих фондів розглядається у роботах [4, 5, 6], у яких автори визначають досить укрупнені напрямки; на загальнодержавному рівні проведені дослідження в роботах [7, 8, 9], галузеві методичні розробки наведені у роботах [10, 11, 12].

В роботі О.В. Шляги [13] визначені сутність та принципи відтворення основних фондів, вияв-

лення особливостей існуючих джерел і підходів до оновлення основних фондів підприємств та можливостей їх застосування в умовах вітчизняних підприємств, розглянуті фактори ефективності відтворення основних фондів у розрізі ендогенних (залежать від конкретного підприємства) та екзогенних (зумовлені зовнішніми причинами).

Б.С. Бачевський, О.О. Решетняк, І.В. Заблоцька [14] достатньо детально розглядають проблеми відновлення основних виробничих фондів, фактори впливу на процеси відшкодування зносу та планування усунення зносу основних фондів на прикладі промислових підприємств.

Достатньо часто оновлення основних засобів підприємства взагалі, та підприємств портової діяльності зокрема, розглядається через призму амортизації [14, 15].

У дослідженні М.В. Матвиєнко розглядаються особливості формування амортизаційної політики морського торговельного порту та підприємств портової діяльності в рамках побудови політики управління основним капіталом, визначені основні труднощі формування ефективної амортизаційної політики та окреслені загальні підходи до їх подолання.

Важливого значення мають правові питання оновлення портових споруд, можливість на законодавчому рівні розвивати інфраструктуру у портовій зоні та реалізовувати проекти, пов'язані з розміщенням виробничих потужностей на прилеглих до порту територіях.

О.О. Квасніцька розглядає правове регулювання питання будівництва, реконструкції об'єктів портової інфраструктури та акцентує, що «змістовна конструкція статті 5 Закону про порти носить відсильний характер. Аналіз тексту даної статті дозволяє дійти висновку, що мова йде про будівництво лише нових морських портів, отже питання реконструкції (розширення) діючих морських портів законодавець залишив без уваги [1, с. 327].

В свою чергу, необхідно мати на увазі, що «інституціональні перетворення портової діяльності слід пов'язувати із створенням державою сприятливих умов для розвитку портів і портової діяльності. При цьому, насамперед, мають забезпечуватися: оновлення, розвиток, будівництво і підтримання у належному стані портових споруд

підхідних каналів та інших об'єктів забезпечення безпеки судноплавства, які мають стратегічне значення» [16].

В роботі О.М. Кібік визначено, що «підприємства портової галузі України в сучасних умовах підвищення інтенсивності конкурентної боротьби на портових ринках активно реформуються відповідно до змін зовнішнього та внутрішнього середовища. Стратегією розвитку морських портів України до 2038 р. визначено комплекс проблем функціонування та розвитку портової галузі. Безумовно всі визначені проблеми вимагають вирішення. Однак, серед проблем є ті, вирішення яких є важливою передумовою розв'язання інших. До таких проблем слід віднести повільне оновлення основних фондів морських портів, невідповідність їх технічного рівня вимогам щодо надання послуг із здійснення операцій з вантажами, відсутність дієвого механізму залучення приватних інвестицій для розвитку морських портів та захисту прав інвесторів. Наявність таких проблем є передумовою низьких темпів та ефективності відтворення капіталу підприємств портової діяльності, передусім морських портів [17, с. 138].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Дослідження літературних джерел, пов'язаних з питаннями оновлення основних засобів, дозволило визначити неефективність та невідповідність існуючих методів та методик відтворення основних фондів підприємств сучасним обставинам і вимогам діяльності, пов'язаним з нестабільністю, мінливістю ситуації щодо умов функціонування суб'єктів господарювання. Крім того, існують розбіжності у потребах підприємства та реальною можливістю здійснити процес оновлення.

На теперішні час поки ще не визначено термінів «основні засоби» та «основні фонди». Так, в економічній літературі та в податковому законодавстві існує поняття «основні фонди», а в бухгалтерському обліку «основні засоби». Дане питання досить детально відображено в роботі Д.Л. Кузьміна, проведено аналіз поглядів вчених щодо визначення поняття «основні фонди» та «основні засоби», умови визнання активу основним засобом та основним фондом згідно чинного законодавства. Погоджуємося, «що найбільш дискусійним питанням є ототожнення «основних засобів» з «основними фондами». Однією із причин даної проблеми є неправильне використання даних понять на законодавчому рівні» [18, с. 153].

Аналіз наявної спеціальної літератури з проблеми оцінки надійності обладнання і визначення оптимальних термінів його служби показує, що в існуючих методиках поки ще мало враховуються такі чинники, як:

- вплив режимів експлуатації;
- взаємодія з іншим обладнанням в рамках технологічних ліній;
- механізм зносу;
- вплив надійності на ефективність виробничого процесу;
- амортизаційна політика підприємства та ін.

Крім того, існують розбіжності між зносом, зафіксованим у бухгалтерському обліку та зносом, який відображає фактичний технічний стан основних засобів. Як приклад, можливо привести наступну ситуацію: коефіцієнт зносу портально-

го обладнання, розрахований як відношення суми нарахованого зносу до первинної вартості основних засобів, може бути нижче, ніж фактичний технічний стан того ж самого обладнання, яке використовується при різних (несприятливих) умовах (наприклад, на вугільному майданчику). Завдяки даним бухгалтерського обліку можливо варіювати їх залишковою вартістю за допомогою оцінки основних засобів, вибору методу нарахування амортизації та способу визначення терміну корисного використання. Даний факт не завжди відображає реальну вартість основних засобів та, як наслідок, ступень їх зносу.

Також важливим питанням є вибір методу нарахування амортизації, які по-різному відображають суму накопиченої амортизації та, відповідно, віднесення на витрати. Так, при прямолінійному методі нарахування амортизації відбувається як перенесення частини вартості основних засобів рівномірно, а при прискорених методах більша частина витрат приходить на перші роки експлуатації. Таким чином, можливо маневрувати витратами підприємства, зменшуючи розмір оподаткованого податку. Для підприємств портової діяльності, враховуючи значну вартість портальних споруд, вибір методу амортизації є важливим моментом та має носити справедливий характер. Слід констатувати, що наближення оцінки зносу до його фактичної наявності досі не може забезпечити ні один з методів нарахування амортизації.

**Мета статті.** Основною метою статті є визначення особливостей оновлення основних засобів підприємств портової діяльності та встановлення сукупності рішень пов'язаних з оцінкою ефективності їх оновлення.

**Викладення основного матеріалу.** Як відомо, термін служби основних засобів – найважливіший елемент будь-якої серйозної теорії капіталу. При постійній або зростаючій ефективності основний капітал не може застаріти раніше, ніж закінчиться його технічний термін служби. Однак, при низькій або нестабільній ефективності (норми прибутку) виникає проблема вибору технології, тобто оптимального моменту часу припинення старого виробничого процесу. Відносно вибору цього моменту економісти-класики дотримуються точки зору, що конкуренція призводить до мінімізації витрат. У сучасному контексті цей критерій (яким користуються підприємці) має на увазі, що для даної норми прибутку передчасне списання слід проводити тоді, коли балансова вартість частково зношеного обладнання стає негативною.

Подальша конкретизація постановки задачі про оптимальний термін заміни обладнання можлива вже не на макро-, а на мікрорівні. Вибираючи в якості об'єкта дослідження функціонування парку машин або обладнання окремого підприємства, можна врахувати значно більше технологічних, організаційних та економічних факторів, ніж при макроекономічному аналізі, фактично переносячи дослідження в площину операційного і логістичного менеджменту. Крім того, тут з'являється можливість використовувати концепцію прискореної амортизації, що активно дискутується в останні роки (зокрема, в Україні).

Економічно обґрунтоване управління відтворенням парків обладнання транспортних підприємств безпосередньо впливає на ефективність роботи останніх, на їх конкурентоспроможність і фінансову стійкість. Оскільки зазвичай знос устаткування протікає в виробничих умовах нерівномірно в часі, то технічний термін його служби є досить невизначеним, тобто може вважатися випадковою величиною з відомим, завдяки статистичним дослідженням, законом розподілу.

Оновлення виробництва за рахунок модернізації і автоматизації технологічного обладнання, як відомо, є основним фактором прискореного розвитку галузей народного господарства. В даний час в Україні цей процес йде недостатньо швидкими темпами, що пояснюється розгорненням політики приватизації і ослабленням державного контролю за реалізацією інноваційної стратегії розвитку економіки. У цій ситуації велике значення має поліпшення використання наявних основних засобів, причому основний акцент у вирішенні проблеми робиться на систему управління окремого підприємства. Це викликано тим, що саме на рівні підприємства концентруються питання простого і розширеного відтворення, і тому кожне підприємство зацікавлене у виборі тих підходів, які призводять до вирішення завдання визначення оптимальних шляхів технічного переоснащення. Важливу роль в обґрунтуванні стратегії відтворення основних засобів підприємства відіграє прийнята ним амортизаційна політика.

Для уникнення невідповідностей щодо економічного змісту основних засобів підприємства, будемо розглядати їх тлумачення за законодавчою рівні.

Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство/установа утримує з метою використання їх у процесі виробництва/діяльності або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більш одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [19].

Процес постійного і безперервного оновлення й заміщення засобів праці, що відбуваються внаслідок морального і фізичного зносу, називається відтворенням основних засобів [13, с. 121].

В даному дослідженні процес оновлення основних засобів у зв'язку з їх фізичним і моральним зносом будемо розглядати як частину процесу їх відтворення, без процесу заміщення засобів праці на прикладі об'єктів портової інфраструктури.

Об'єкти портової інфраструктури – рухомі та нерухомі об'єкти, що забезпечують функціонування морського порту, у тому числі акваторія, гідротехнічні споруди, доки, буксири, криголами та інші судна портового флоту, засоби навігаційного обладнання та інші об'єкти навігаційно-гідрографічного забезпечення морських шляхів, системи управління рухом суден, інформаційні системи, перевантажувальне обладнання, залізничні та автомобільні під'їзні шляхи, лінії зв'язку, засоби тепло-, газо-, водо- та електропостачання, інші засоби, обладнання, інженерні комунікації, розташовані в межах території та акваторії морського порту і призначені для забезпечення безпеки мореплавства, надання послуг, забезпечення державного нагляду (контролю) в морському порту [20].

Об'єкти портової інфраструктури мають свої особливості, які пов'язані з умовами району будівництва, призначенням об'єкту, його конструктивністю, капітальністю та інше. Особливості також стосуються етапності будівельного процесу, процедур отримання дозвільних документів, що залежать від категорії складності об'єкта будівництва [1, с. 328].

Згідно з Державним класифікатором будівель та споруд ДК 018-2000 виділяють морські та річкові портові споруди (причали, доки, пристані, моли тощо) [21].

Загальна кількість гідротехнічних споруд, будівель, споруд, які обліковуються на балансах філій ДП «Адміністрація морських портів України» (ДП «АМПУ») зазначена в табл. 1, а структурне співвідношення по загальній довжині причальної лінії в розрізі філій представлено на рис. 1.

Як видно з даних табл. 1, найбільша кількість причальних споруд у Одеській, Іллічівській,

Таблиця 1

**Кількість гідротехнічних споруд, будівель, споруд, які обліковуються на балансах філій ДП «АМПУ» у 2016 р. [2]**

№	Філія ДП «АМПУ»	Кількість причальних споруд, од.	Загальна довжина причальної лінії, м	Кількість причальних споруд віком більше 25 років, од.	Кількість будівель та споруд, од.
1	Білгород-Дністровська філія	10	1 275,5	10	30
2	Бердянська філія	15	2 219,4	10	62
3	Філія «Дельта-лоцман»	1	23,0	1	122
4	Ізмаїльська філія	27	2 723,0	25	69
5	Іллічівська філія	28	5 249,6	26	184
6	Маріупольська філія	22	3 879,43	19	46
7	Миколаївська філія	22	3 928,44	19	170
8	Одеська філія	56	9 655,39	39	136
9	Філія «Октябрськ»	7	1 306,98	7	55
10	Ренійська філія	37	4 362,75	35	117
11	Скадовська філія	8	992,0	5	32
12	Херсонська філія	13	1 983,65	9	152
13	Южненська філія	17	2 828,1	9	39
	Всього	263	40 427,24	213	1 214



Ренійській філії, Миколаївській та Маріупольській філіях. Кількість причальних споруд віком більш 25 років в одиницях спостерігається по Одеській, Ренійській, Іллічівській, Ізмаїльській, Миколаївській та Маріупольській філіях. При цьому, кількість застарілих причальних споруд майже наближено до загальної кількості споруд. В структурному співвідношенні домінуючу частину займає Одеська філія – 23,9%, Іллічівська філія займає 13%, близько 10% – Ренійська, Миколаївська та Маріупольська філії.

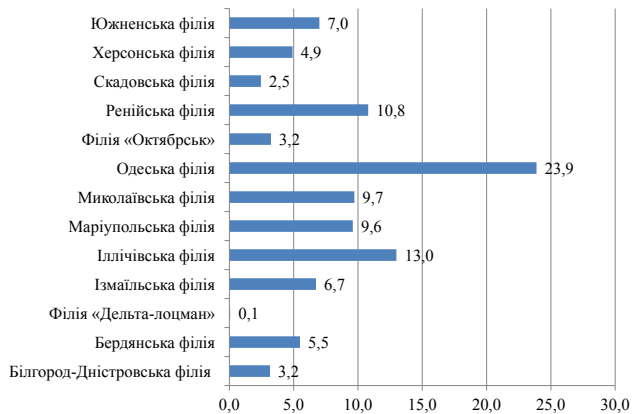


Рис. 1. Структурне співвідношення по загальній довжині причальної лінії в розрізі філій ДП «АМПУ» у 2016 р.

Важливим аспектом щодо визначення оновлення основних засобів підприємств портової діяльності є сукупність рішень, пов'язаних з оцінкою ефективності оновлення. Серед рішень, які характеризують стан причальних споруд виділяють:

- технологічний стан (параметри причалу, норми обробки суден, пропускна здатність причалу, чисельність працівників; навантаження на гідротехнічні споруди; проектні рішення (з опрацюванням альтернативних варіантів), забезпечення довговічності споруди, термін служби споруд);
- гідротехнічні рішення (навантаження на гідротехнічні споруди, забезпечення довговічності споруди, термін служби споруд);
- рішення щодо водопостачання, каналізації, пожежогасіння;
- електротехнічні рішення (характеристика споживачів електроенергії і електричні навантаження, джерела електропостачання, захисні пристрої, зовнішні мережі електропостачання, зовнішнє освітлення, заземлення, блискавка захист, енергозбереження);
- рішення щодо забезпечення підключення судів, що стоять біля причалу, до мережі зв'язку порту послуги зв'язку (установка причальних телефонних колонок, прокладка телефонного кабелю);
- рішення захисту споруд від небезпечних природних і техногенних факторів інженерні рішення (попередження аварійних ситуацій, організація безпечної експлуатації);
- економічні рішення (оцінка економічної ефективності оновлення причальних споруд, фінансовий аналіз проекту оновлення, аналіз чутливості).

В даній статті розглянемо більш детально економічні аспекти.

В основі прийняття рішення щодо оновлення причальних споруд з економічної точки зору доцільно використовувати рішення, направлені на оцінку економічної ефективності оновлення причальних споруд, фінансовий аналіз проекту оновлення, аналіз чутливості.

Критерієм оцінки економічної ефективності оновлення причальних споруд є термін окупності капітальних вкладень, який відповідає мініальному терміну повернення інвестицій без урахування зміни вартості грошей у часі за рахунок приросту щорічного прибутку, одержуваної в результаті експлуатації причалу. Основні методи, які доцільно використовувати при оцінці економічної ефективності оновлення об'єктів основних засобів:

- метод визначення терміну окупності інвестицій;
- метод розрахунку чистого наведеного ефекту;
- метод розрахунку індексу рентабельності інвестицій;
- метод розрахунку норми рентабельності інвестицій;
- метод розрахунку коефіцієнта ефективності інвестицій [23].

Фінансовий аналіз проекту оновлення включає урахування наступних факторів:

- рівень цін і тарифів за послуги;
- темпи інфляції;
- діючий курс валют НБУ та прогнозне коливання курсу валют;
- податки (на додану вартість, на прибуток).

Крім того, для обліку можливого впливу негативних факторів на основні показники проекту, доцільно здійснювати перевірку на чутливість, яка дозволяє аналізувати зміну основних інтегральних показників ефективності проекту в залежності від зміни одного з факторів впливу при незмінності інших. В якості основного показника зазвичай прийнятий чистий приведений дохід (NPV).

**Висновки та пропозиції.** Оновлення портових споруд повинно бути стратегічним завданням, яке потребує виваженого аналізу та є необхідним кроком для збільшення вантажопотоків та поверненню обсягів обробки вантажів, втрачених унаслідок світової фінансово-економічної кризи.

Для визначення об'єктів оновлення основних засобів необхідно враховувати об'єкти відновлення, а саме його види, форми, напрями, що найкращим чином відповідають новітнім вимогам, при цьому мати на увазі спрямованість та тенденції розвитку підприємства, його основних засобів, новітніх технологій, ринків збуту продукції (робіт, послуг).

В основу показників, які в повній мірі дозволяють оцінити виробничі потужності та потенціал підприємства, доцільно включати вікову структуру основних засобів, розподіл на виробничу та невиробничу сферу виробництва, відношення до інноваційних технологій і перспективи заміни. Важливим фактором є вартісні характеристики з урахуванням реальних джерел фінансування.



**Список літератури:**

1. Квасніцька О.О. Будівництво об'єктів портової інфраструктури: теоретичні та практичні аспекти / О.О. Квасніцька // Економіко-правовий розвиток сучасної України: матер. III Всеукр. наук. конф. студ., аспір. та молодих вчених (22-23 листопада 2013 р., м. Одеса) / за ред. д.е.н., проф. О.М. Кібік, д.ю.н., проф. О.П. Подцерковного; Національн. ун-т «Одеська юридична академія» – Одеса: Фенікс, 2013. – С. 327-330.
2. Фінансові плани водного транспорту // Міністерство інфраструктури України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mtu.gov.ua/timeline/Plani.html>
3. 100 найбільших державних підприємств України. Річний звіт за 2014 рік // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – 2014. – 192 с.
4. Бачевский Б.Е. Вопросы анализа производства в планировании технического перевооружения действующих предприятий // Экономические проблемы научно-технического прогресса в промышленном производстве. – Саратов, 1985. – С. 14-16.
5. Бричко А.С. Управление процессом замены оборудования в промышленных фирмах США. – Киев: УКРНИ-ИНТИ, 1976. – 40 с.
6. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 528 с.
7. Назарбаева И. Операции по улучшению основных фондов / И. Назарбаева, Р. Назарбаева // Бизнес. – 2000. – 1 янв. – Приложение «Бухгалтерия», № 1-2. – С. 106-116.
8. Носов Н.П. Управление техническим перевооружением объединения. – М.: Экономика, 1989. – 157 с.
9. Обновление основного капитала в США: Пер. с англ. / Общ. ред. Ю.В. Куренкова. – М.: Прогресс, 1977. – 344 с.
10. Гапоненко А.Л. Моральный износ и обновление орудий труда. – М.: Мысль, 1980. – 155 с.
11. Довженко Г. Технопарки: прорив у майбутнє // Урядовий кур'єр. – 2000. – 16 травня. – № 86. – С. 4.
12. Оппенлендер К.Г. Технический прогресс: воздействие, оценка, результаты: Сокр. пер. с нем. – М.: Экономика, 1981. – 176 с.
13. Шляга О.В. Відтворення основних фондів підприємств: сутність, види, джерела [Електронний ресурс] / О.В. Шляга, Б.В. Масилюк // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2014. – Вип. 7. – С. 120-128. – Режим доступу: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia\\_7\\_120.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_120.pdf)
14. Бачевський Б.С. Відшкодування зносу основних виробничих фондів: Навч. посіб. / Б.С. Бачевський, О.О. Решетняк, І.В. Заблоцька. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 176 с.
15. Матвиенко М.В. «Справедлива» та «правдива» амортизація основного капіталу морського торговельного порту / М.В. Матвиенко. – 2008. – С. 93-101. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Rmugt/2008\\_28/Files/08\\_Matvienko.pdf](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Rmugt/2008_28/Files/08_Matvienko.pdf)
16. Роздержавлення морських торгових портів в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://matveygetman.livejournal.com/5327.html>
17. Кібік О.М. Відтворювальні цілі реструктуризації капіталу підприємств портової діяльності / О.М. Кібік, О.О. Брагарник // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2014. – № 2(1). – С. 138-141. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/riprp\\_2014\\_2%281%29\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/riprp_2014_2%281%29_30)
18. Кузьмін Д.Л. Основні засоби і основні фонди: порівняльний аспект / Д.Л. Кузьмін // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2012. – Вип. 2(23). – С. 148-155.
19. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затв. Наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>
20. Закон України «Про морські порти України» від 04.07.2013 р. № 406-VII. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4709-17>
21. Державний класифікатор будівель та споруд ДК 018-2000 // Наказ Держстандарту України від 17.08.2000 № 507. – Київ, Держстандарт України, 2000. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uazakon.com/big/text320/pg1.htm>
22. Фінансові плани водного транспорту // Міністерство інфраструктури України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mtu.gov.ua/timeline/Plani.html>
23. Жихарева В.В. Теория и практика инвестиционной деятельности судоходных компаний: монография / В.В. Жихарева. – Одеса: ИПРЕЕД НАН України, 2010. – 480 с.
24. Ширяева Л.В. Методы и модели управления воспроизводством парков оборудования. Вероятностный подход: Монография. – Одесса: Астропринт, 2008. – С. 210-220.

**Ширяева Л.В., Онешко С.В., Бордюгова Е.А.**

Одесский национальный морской университет

## **К ВОПРОСУ ОБНОВЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОРТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### **Аннотация**

Исследование посвящено особенностям обновления основных средств предприятий портовой деятельности, как фондоемких предприятий, необходимости преодоления технического отставания в обеспечении основных портовых операций. Определены проблемные вопросы надежности портового оборудования и оптимальных сроков его службы, разногласия между износом, зафиксированным в бухгалтерском учете и износом, который отражает фактическое техническое состояние основных средств, выбора метода начисления амортизации и срока полезного использования. Установлено, что обновление портовых сооружений должно быть стратегической задачей, требующей взвешенного анализа, и является необходимым шагом для увеличения грузопотоков и возврата объемов обработки грузов, утраченных вследствие мирового финансово-экономического кризиса.

**Ключевые слова:** основные средства, портовые сооружения, износ основных средств, эффективность, предприятия портовой деятельности.

Shiryaeva L.V., Oneshko S.V., Bordyugova E.A.  
Odessa National Maritime University

## TO THE QUESTION RENEWAL FIXED ASSETS OF ENTERPRISES OF PORT ACTIVITY

### Summary

Research is devoted to the peculiarities upgrade fixed assets port activity as the funds of capacious enterprises need to overcome technological lag in providing basic port operations. Identified areas of port equipment reliability and optimum battery life, differences between depreciation, recorded in accounting and depreciation, which reflects the actual technical condition of property, choose the method of depreciation and useful life. Established that the upgrade port facilities should be a strategic objective that requires a careful analysis and necessary step to increase the volume of cargo and return cargo handling lost as a result of the global financial-economical crisis.

**Keywords:** fixed assets, port facilities, depreciation of fixed assets, efficiency, enterprises of port activity.

УДК 330.59

## СВІТОВИЙ ДОСВІД ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

Шубенкіна В.О.

Одеська державна академія будівництва та архітектури

В статті розкритий термін «якість життя». Проаналізовані житлові умови в деяких розвинених країнах. Досліджені відмінності використання показників якості життя в різних країнах. Виділено проблеми погіршення рівня життя та значного майнового розшарування населення України.

**Ключові слова:** якість життя, рівень життя, аналіз, оцінка якості життя, показник людського розвитку, розвинені країни.

**Постановка проблеми.** З огляду на безперервне зниження рівня життя в Україні з одночасним зростанням безробіття, назріла гостра необхідність в коректуванні діючої соціальної політики, її ключових позицій і принципів. Сучасний етап розвитку країни вимагає пильної уваги і кардинальних змін у формуванні соціальної політики, принципів та закономірностей, які повинні бути спрямовані на поступове, але постійне підвищення рівня життя населення.

Термін «якість життя» з'явився в середині 50-х років, коли стало очевидно, що категорія «рівень життя» повністю не відображає добробут населення. Вивчення проблеми якості життя почалося в кінці 60-х років ХХ століття, коли в високорозвинених країнах Заходу став здійснюватися перехід до постіндустріальної стадії розвитку суспільства, що зумовило інтерес до гуманітарного змісту економічного прогресу. Спочатку якість життя пов'язувалася в основному з питаннями охорони навколишнього середовища, здоров'я та оновлення міст. Але незабаром ця проблема стала розглядатися з точки зору забезпечення життєздатності суспільства, переходу до наступного етапу розвитку цивілізації з новими відносинами між людьми, при яких на перший план виходять не гроші, а гармонія соціальних і культурних цінностей.

Рівень життя населення визначається, з одного боку, складом і величиною потреб у різних життєвих благах (продукти харчування, одяг, житло, транспорт, різні комунальні і побутові

послуги, освіта, медичне обслуговування, культурно-освітні заходи тощо), з іншого – можливістю їх задоволення виходячи з пропозицій на ринку товарів і послуг, а також реальних доходів людей, їхньої заробітної плати. При цьому і розмір реальної заробітної плати, і рівень життя населення обумовлюються ступенем ефективності виробництва, пов'язаної з використанням досягнень науково-технічного прогресу, масштабом розвитку і якістю сфери послуг, освітнім і культурним рівнем населення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання про оцінку якості життя населення розглядалося багатьма фахівцями, серед яких можна виділити О.М. Гладун, Е.М. Либанову, Л.С. Лісогора, Є.В. Луценко, А.Н. Ткачова, М.А. Окландер, О.І. Яшкіну [1, 2, 3].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** При значному кількості робіт з питань підвищення якості життя недостатньо досліджені відмінності використання показників якості життя в різних країнах.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є узагальнення світового досвіду використання різних показників для оцінки якості життя населення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Якість життя є найбільш важливою соціальною категорією, яка характеризує структуру потреб людини і можливості їх задоволення. Для аналізу і оцінки рівня життя використовують різні показники, такі як величина валового і внутрішнього продукту, національного доходу і реаль-

ного доходу на душу населення, забезпеченість житлом, величина товарообігу і обсяг послуг на душу населення і ін. Про рівень життя побічно свідчать також показники народжуваності і смертності населення, середньої тривалості життя та ін. (табл. 1).

Таблиця 1

**Показники рівня життя населення [4]**

Показники рівня життя населення	
<i>Абсолютні</i>	<i>Питомі</i>
об'єм національного прибутку	доля фонду споживання в національному доході
номінальні прибутки населення	реальні прибутки на душу населення
прибутки від підприємницької діяльності	середній дохід від підприємницької діяльності на душу населення
об'єм товарообігу	величина товарообігу на душу населення
об'єм виконаних послуг	обсяг послуг на душу населення
сума усіх вкладів населення в ощадні банки	середній розмір одного внеску в ощадних банках
розмір житлового фонду	кількість метрів житлової площі на одну особу
фонд заробітної платні	середні і мінімальні зарплати одного працівника
загальний обсяг пенсійних фондів	середні і мінімальні пенсії одного пенсіонера
інші	інші

Однак повна картина рівня життя населення не може бути представлена тільки на підставі узагальнених і усереднених величин, розрахованих для всього населення країни в цілому. Необхідно знати обсяги і структуру споживання, доходів у різних соціальних, професійних і демографічних груп населення. Наприклад, яка частка доходів, в загальному, їх обсязі у 10% населення з максимальними доходами і у 10% з мінімальними доходами, яка середня заробітна плата у працівників різних галузей народного господарства, у працівників, що займають різні посади тощо.

Показник людського розвитку (або так званий «індекс розвитку людського потенціалу») – це комплексний показник, запропонований ООН для порівняння країн за рівнем соціально-економічного розвитку. Згідно з концепцією ООН, розвиток суспільства в найбільш загальному розумінні включає три складові – можливість людини прожити довге життя, можливість її долучитися до культурних надбань людства, можливість отримати основні необхідні кошти для існування. Безумовно, кожна з цих складових безпосередньо пов'язана з показниками якості життя людей. При обчисленні індексу людського розвитку для всіх країн світу ці складові представлені такими показниками: середня очікувана тривалість життя людей, середня тривалість їх навчання і середньодушовий дохід населення за рік (ВНП на 1 людину за паритетом купівельної спроможності).

За обстеженням, опублікованими ООН, Україна у 2014 р. займала за цим показником 81-е місце серед 186-ти країн і належала до групи країн з високим рівнем людського розвитку. Однак, на жаль, це одне з останніх місць серед усіх євро-

пейських країн (гірші показники мали лише Боснія і Герцеговина та Молдова) [4].

До соціальної сфери належать організації, установи та підприємства таких галузей, як освіта (дитячі садки, школи, вищі навчальні заклади), науки (наукові та науково – дослідні інститути, лабораторії, обсерваторії, станції), культури (театри, музеї, галереї, клуби і будинки культури, бібліотеки), охорони здоров'я (лікарні, амбулаторії, поліклініки), рекреаційно-туристичного господарства (санаторії, пансіонати, будинки відпочинку, туристичні бази, будинки).

Розміщення установ соціальної сфери тісно пов'язане з розселенням населення, а величина і функціональне значення цих установ – з населенням і адміністративним статусом населених пунктів. Найбільша концентрація закладів сфери послуг – в обласних центрах і великих містах.

Розвинені країни – країни, що відрізняються високим рівнем економічного і соціального розвитку, а також високими показниками ВВП на душу населення. В даний час в світі існує близько 60 розвинених країн. Вони не становлять більшості країн, але на їх частку припадає понад 60% світової промислової продукції і 40% продукції сільського господарства.

Хоча всі розвинені країни відрізняються дуже високим рівнем життя, ця група неоднорідна. Країни Великої сімки: США, Японія, Франція, Німеччина, Італія, Канада, Великобританія – це група найбільш розвинених країн світу, здатних значно впливати на світову економіку і політику. Вони забезпечують 47% світового ВВП і 51% міжнародної торгівлі. Ці держави координують свою економічну і фінансову політику на щорічних зустрічах у верхах, які проводяться, починаючи з 1975 року. На Європейському континенті, де знаходяться 4 з 7 найбільших розвинених країн, найбільш значущим об'єднанням є Європейський союз, що дають 21% світового ВНП і 41% експорту.

Економічно розвинуті країни Західної Європи (Нідерланди, Ірландія, Австрія, Данія, Швейцарія, Швеція, Норвегія, та ін.) мають високий показник ВВП на душу населення, відіграють важливу роль у світовій економіці. Але політична і економічна роль кожної країни окремо не є настільки великою. Це обумовлено відносно невеликою територією і кількістю населення цих країн, а також іншими причинами.

Проживання в задовільних житлових умовах є однією з найважливіших складових людського життя. Житло є істотним елементом для задоволення основних потреб, таких як, наявність даху над головою, але мова йде не тільки про чотири стіни і дах. Житло має бути місцем для сну і відпочинку, де люди відчувають себе в безпеці, мають можливість усамітнитися і володіють особистим простором: це місце, де вони можуть створити сім'ю. Всі ці фактори роблять приміщення будинком. І, звичайно, існує питання, чи можуть люди дозволити собі відповідні житлові умови.

При розгляді житлових умов, важливо оцінити такі параметри, як середнє число кімнат на одну людину, наявність в будинках доступу до основних комунальних зручностей.

Число кімнат в будинку, розділене на кількість проживаючих в ньому людей, показує, чи



живуть люди в умовах обмеженого простору. Скрутність в житлових умовах може чинити негативний вплив на фізичне і психічне здоров'я людини, відносно з іншими людьми і розвиток дітей. До того ж скрутність в житлових умовах часто супроводжуються незадовільною роботою системи водопостачання і каналізації. У країнах ОЕСР (Організація економічного співробітництва та розвитку) – міжнародна міждержавна організація економічно розвинених країн, що визнають принципи представницької демократії та вільної ринкової економіки в будинку є в середньому 1,8 кімнати на людину.

Що стосується основних комунальних зручностей, 97,6% населення країн ОЕСР живуть в будинках з туалетом, оснащеним системою змиву.

Витрати на житло становлять велику частку бюджету сімей і являють собою найбільшу статтю витрат для багатьох людей і сімей, сюди також входять такі статті витрат, як оренда, газ, електрика, вода, меблі та витрати на ремонт. У країнах ОЕСР сім'ї витрачають в середньому близько 18% сукупного скоригованого доходу після сплати податків на оплату за житло.

Наведемо значення цих показників по деяких країнах в табл. 2.

Таблиця 2

**Житлові умови  
в деяких розвинених країнах, 2016 р. [5]**

Країна	Середня кількість кімнат у будинку на людину.	Житло з основними комунальними зручностями *	Витрати на житло **
Канада	2,5	99,81%	21%
Німеччина	1,8	99,90%	21%
Великобританія	1,9	99,80%	23%
Норвегія	2,0	99,70%	17%
США	2,4	98,00%	21%
Нова Зеландія	2,4	99,80%	23%
Японія	1,8	93,60%	22%
Бельгія	2,2	98,00	21
Австрія	1,6	99,00%	21%

\* – (Процентне співвідношення людей, що мають зливи туалети всередині будинку)

\*\* – (Співвідношення витрат на житло і чистого скоректованого доходу сім'ї після сплати податків)

Наведені дані показують, що в найбільш розвинених країнах світу кількість кімнат на одну людину, становить 2,0 і більше кімнати. Порівняємо дві країни мають найвище значення за забезпеченістю житлом і найнижче Канада і Австрія відповідно.

Рейтинг за 2016 рік під назвою Quality of Life Index оприлюднив портал Numbeo. Аналітики оцінили якість життя в 56 країнах світу за сукупністю наступних показників: купівельна спроможність населення, рівень забрудненості навколишнього середовища, співвідношення цін на житло до доходів, вартість життя, безпеку, охорону здоров'я і клімат. У різних категоріях були визначені свої переможці. Так, по самому незначному забрудненню навколишнього середовища кращими стали Фінляндія, Норвегія і Шве-

ція. Країнами з кращими кліматичними умовами виявилися Португалія, Аргентина і ПАР, з найнижчою вартістю життя – Індія, Пакистан і Україна. За рівнем безпеки лідирували Південна Корея, Сінгапур і Японія. А ось купівельна спроможність населення вище за все в Швейцарії, Саудівської Аравії і Німеччині [5].

Цікаво, що не у всіх країнах з високою якістю життя дороге житло. На середню квартиру в Данії можна заробити за 5,9 років. Кращими за цим показником стали Саудівська Аравія з показником 2,78, ПАР з показником 3,34 і США (3,37). А ось Швейцарія, що лідирує в загальному рейтингу, зайняла по співвідношенню вартості житла до доходів лише 20-й рядок (8,57) [6].

ТОП-10 кращих країн за якістю життя за 2016 рік:

1. Швейцарія
2. Данія
3. Нова Зеландія
4. Німеччина
5. Австралія
6. Нідерланди
7. Австрія
8. Норвегія
9. Іспанія
10. Швеція

Швейцарія посіла друге місце в рейтингу ВВП на душу населення по країнах світу за 2016 рік. Швейцарська банківська таємниця і туризм дозволяє громадянам країни бути одними з найбільш забезпечених в світі. ВВП на душу – \$78 тис. [6].

ВВП на душу населення по країнах світу 2016, (в \$):

- 1) Люксембург – 104359,32;
- 2) Швейцарія – 78179,3;
- 3) Норвегія – 69711,99;
- 4) Катар – 66265,18;
- 5) Макао – 62521,33;
- 6) США – 57220,2;
- 7) Ісландія – 56113,92;
- 8) Ірландія – 54464,15;
- 9) Данія – 53104,29;
- 10) Сінгапур – 52755,14.

Економіка Швейцарії є однією з найбільш стабільних в світі. Вона високо розвинена завдяки ліберально економічній системі, політичній стабільності і тісним економічним зв'язкам з іншими країнами. Рівень життя в Швейцарії – один з найвищих в світі. Оскільки швейцарські фінансові організації контролюють ресурси величезні. Два середніх швейцарські банки, якщо захочуть, можуть «звалити» валюту майже будь-якої країни – від США до євро. Швейцарські банки контролюють понад 27% відсотків управління світовим приватним капіталом, в той час як на гіганта США припадає не більше 7%. Поряд з високим рівнем життя, за цінами Швейцарія одна з найдорожчих країн Європи.

**Висновки з даного дослідження і перспективи.** Якість життя – це складна система взаємодії зовнішніх по відношенню до людини умов життя і суб'єктивних факторів, що характеризують людину і що виражаються в його економічній, соціальній і демографічній поведінці.

У країнах США і ЄС велика частина бюджету домогосподарств припадає на оплату послуг,



в Україні – на покупку товарів. Це свідчить про низькі доходи українського населення, що ледь дозволяють покривати мінімальну потребу в продуктах харчування. У зв'язку з цим населення не отримує в достатній кількості білків і вуглеводів, що, негативно позначається на здоров'ї, працездатності, відтворенні. Структура споживання населенням України продуктів харчування зміщується в бік посилення калорійності продукції на тлі погіршення її якості, адже в великих кількостях споживаються картопля, хлібопродукти, цукор і жири.

Загальне погіршення рівня життя населення України обумовлене значним майновим розшаруванням. Середній дохід 10% найбагатших громадян України перевищує більш, ніж в 10 разів відповідний показник 10% найбідніших. Результати соціологічних опитувань показують, що українське населення наступним чином своє матеріальне становище: половина опитаних оцінюють матеріальне становище своєї родини як задовільний, лише 15% вважають, що мають більш-менш достатньо коштів для життя. У той же час третина заявляють про свою бідність. Тих, хто вважає себе бідним, більше на Сході, се-

ред старших осіб, жителів сіл, респондентів з поганим станом здоров'я і з низьким рівнем освіти.

Через складну економічну ситуацію в Україні стає все важче знайти роботу. Так, за даними Державної служби зайнятості в першому кварталі 2016 року чисельність безробітних становила майже 1,8 мільйона. У порівнянні з минулим роком це ще на 100 тисяч більше. Станом на 1 серпня, в Україні дев'ять осіб претендують на одну вакансію. При цьому рівень безробіття серед молодих людей у віці від 15 до 24 років становить близько 25% [7].

Збільшення частки безробіття в Україні обумовлено наступними причинами:

- значним скороченням чисельності робітників і галузях промисловості, особливо в легкій, харчовій, вугільній;

- збільшенням тіньового сектора економіки;
- незатребуваністю робочої сили у віці від 18 до 25 років;

- існує несприятлива ситуація відтоку як мало-, так і висококваліфікованої робочої сили через недостатній рівень оплати праці.

Таким чином, в Україні назріла гостра необхідність в коректуванні діючої соціальної політики, її ключових позицій і принципів.

### Список літератури:

1. Ткачов А.Н., Луценко С.В. Якість життя населення, як інтегральний критерій оцінки ефективності діяльності регіональної адміністрації // Науковий журнал КДАУ. – 2015. – № 3. – С. 23-36.
2. Окландер М.А. Маркетингові дослідження перспектив науково-технологічного розвитку України / М.А. Окландер, О.І. Яшкіна // Економіка України. – 2008. – № 11. – С. 47-56.
3. Окландер М.А. Формування логістичних систем підприємств. – Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами. – Одеський державний економічний університет, Одеса: 2003. – 393 с.
4. Экономические показатели уровня и качества жизни населения. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://studme.org/12160411/sotsiologiya/ekonomicheskie\\_pokazateli\\_urovnya\\_kachestva\\_zhizni\\_naseleniya](http://studme.org/12160411/sotsiologiya/ekonomicheskie_pokazateli_urovnya_kachestva_zhizni_naseleniya)
5. Обеспеченность жильем в развитых странах. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://novainfo.ru/article/5318>
6. Уровень дохода в Швейцарии. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://alfa.immigracia.eu/switzerland-dohod>
7. Уровень жизни в Украине и проблемы его повышения. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bestreferat.ru/referat-231448.html>

**Шубенкина В.А.**

Одесская государственная академия строительства и архитектуры

## МИРОВОЙ ОПЫТ ОЦЕНИВАНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

### Аннотация

В статье раскрыт термин «качество жизни». Проанализированы жилищные условия в некоторых развитых странах. Исследованы различия использования показателей качества жизни в разных странах. Выделены проблемы ухудшения уровня жизни и значительного имущественного расслоения населения Украины.

**Ключевые слова:** качество жизни, уровень жизни, анализ, оценка качества жизни, показатель человеческого развития, развитые страны.

Shubyonkina V.A.

Odessa State Academy of Building and Architecture

## GLOBAL EXPERIENCE OF EVALUATION THE QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION

### Summary

In this article is disclosed the term «quality of life». The living conditions were analyzed in some developed countries. The differences in the use of quality of life parameters were studied in different countries. Problems of deteriorating living standards and significant property stratification of the population of Ukraine were singled out.

**Keywords:** quality of life, standard of living, analysis, evaluation the quality of life, human development index, the developed countries.

УДК 664.858

## СПОЖИВЧИЙ РИНОК ДЖЕМІВ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Шубіна Л.Ю., Майковська В.І., Лелюх А.А.

Харківський торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

Досліджено теоретичні питання формування споживчої цінності джемів. Розглянуто асортимент джемів за виробниками і роздрібними торговцями. Встановлено, що боротьба за внутрішній ринок відбувається між вітчизняними компаніями, а імпортні джеми представлені переважно продукцією з екзотичних культур. Виявлено чинники формування попиту на джем. Зроблено спробу обґрунтування тенденцій розвитку споживчого ринку джемів в умовах європейської інтеграції України.

**Ключові слова:** перероблена плодоовочева продукція, асортимент джемів, споживчий ринок джемів, купівельна спроможність населення, споживчі уподобання, попит споживачів, ключовий споживач.

**Постановка проблеми.** Вживання плодоовочевих товарів є основною умовою для нормальної життєдіяльності людського організму. Плодоовочеві товари характеризуються високою харчовою цінністю за рахунок значного вмісту вітамінів, вуглеводів, приємного фруктово-ягідного аромату та кислувато-солодкого смаку. Їх переробка забезпечує споживача вуглеводним комплексом та іншими цінними складовими речовинами, котрі в свіжому вигляді не підлягають тривалому зберіганню. Більшу частину ринку переробленої плодоовочевої продукції займають товари, які складно виготовляти в домашніх умовах – натуральні бобові (горошок, кукурудза), гриби, а також овочева ікра і закуски. На роздрібному ринку присутні продукти переробки томатів (натуральні, соуси, пасти, кетчупи), огірків, перцю, баклажанів. Особливим попитом користується так звана «солодка група» – товари, які є результатом переробки плодів і ягід: джеми, варення, мармелад. Вони значно розширюють асортимент традиційних кондитерських виробів, котрі характеризуються невеликою біологічною та лікувально-профілактичною цінністю, що робить проблему їх виробництва та реалізації в Україні актуальною.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблеми дослідження сучасного стану та механізмів реалізації державної продовольчої політики України знайшли відображення у працях Л. Агаркової (загальні тенденції розвитку пло-

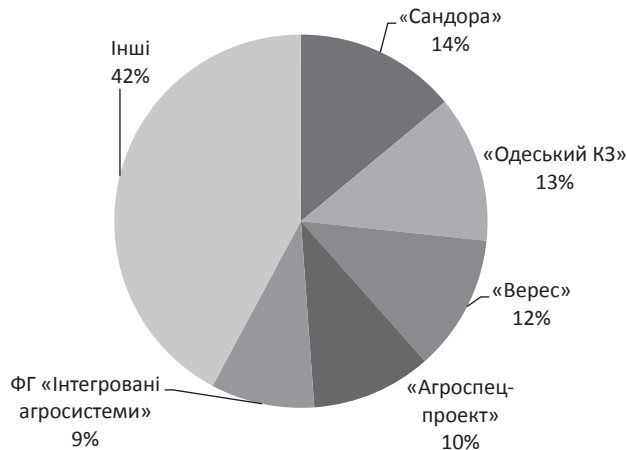
доовочевого підкомплексу), Д. Корніковського (економічні фактори впливу на кондитерську промисловість України), О. Маслака (питання розвитку ринку фруктів та овочів), О. Мозгової (шляхи розвитку ринку кондитерських виробів). Результати аналізу наукових досліджень та публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми, свідчать про наявність здобутків у виявленні інноваційних аспектів розвитку ринку кондитерських виробів України (С. Єрмак) і тенденцій розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах (Е. Демяненко); пошуці механізмів реалізації державної продовольчої політики України (О. Олійник), напрямів підвищення прибутковості підприємств кондитерської промисловості України (І. Поліщук та ін.), перспектив розвитку споживчого ринку плодово-ягідної продукції (В. Уланчук) та ринку плодоовочевої консервації в Україні й світі (О. Франчук).

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми,** яким присвячується стаття. Розглянувши стан та перспективи розвитку споживчого ринку джемів і не претендуючи на повноту аналізу, ми можемо стверджувати, що поза увагою науковців залишилися тенденції функціонування ринку джемів в Україні, що досі не стало предметом детального дослідження, незважаючи на актуальність даної проблеми в умовах світової інтеграції національної економіки.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є теоретичний аналіз рин-

ку джемів та виявлення тенденцій його розвитку в умовах європейської інтеграції України.

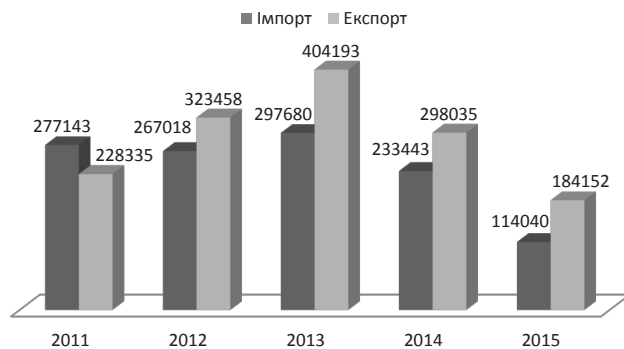
**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ринку перероблених плодоовочевих товарів в Україні чітко структурований і контролюється переважно кількома великими виробниками, які мають можливість переробляти власну сировину. Значна частка ринку належить компаніям, котрі представляють торгові марки «Верес», «Чумак», «Златодар», «Торчин продукт», «Ніжин», «Руна» (рис. 1). Ці підприємства останнім часом застосовують агресивну маркетингову політику, що забезпечує їм стабільну позицію на ринку.



**Рис. 1. Структура асортименту овочів консервованих натуральних за виробниками**

Джерело: розроблено авторами за даними [12]

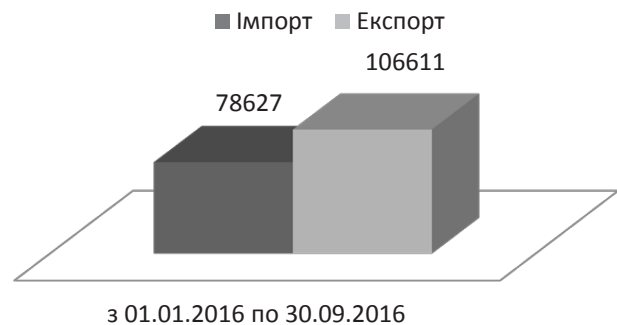
Боротьба за внутрішній ринок відбувається переважно між вітчизняними компаніями. Імпортні товари представлені переробленою продукцією з екзотичних культур (ананаси, персики, кукурудза спеціальних сортів, маслини тощо). З 2014 р. у зв'язку з девальвацією національної валюти вартість імпортової переробленої плодоовочевої продукції значно зросла, що стало причиною скорочення обсягів її імпорту в Україну (рис. 2). На наведеному нижче графіку за даними Державної фіскальної служби України видно, що існує стійка тенденція переважання експорту над імпортом. Безумовно, позитивне сальдо експортно-імпортних операцій створює вигоди для економіки країни. Проте подолання тенденцій останніх років можливе за рахунок зміни цін на зовнішньому ринку.



**Рис. 2. Обсяги імпорту та експорту перероблених овочів, плодів і горіхів за п'ять останніх років, тис. дол.**

Джерело: розроблено авторами за даними [11]

Падіння купівельної спроможності населення з кінця 2013 р. значно зменшило обсяги продажу переробленої плодоовочевої продукції високого і середнього цінових сегментів. На її ціну впливає сезонний характер збуту: восени, в період виробництва, обсяг попиту досить низький, а взимку, під час зберігання, кількість товару на ринку скорочується при зростанні попиту на нього. Результатом конкурентної боротьби є ставлення виробників до упаковки, вартість якої входить до складу ціни на готову продукцію. За результатами опитувань значна частина споживачів віддає перевагу скляній тарі як більш екологічній. В той же час перехід частини населення на консервацію власного приготування дещо знизив ємність ринку і одночасно спровокував зростання ціни на сировину та упаковку [1, с. 19].



**Рис. 3. Обсяги імпорту та експорту перероблених овочів, плодів і горіхів у 2016 р., тис. дол.**

Джерело: розроблено авторами за даними [11]

Джем – це продукт, одержаний з цілих або дрібних шматків фруктів, ягід та деяких овочів, уварених у цукровому або цукрово-патоковому сиропі до желеподібної консистенції. У готових якісних джемах не зберігається форма плодів, оскільки вони повністю розварюються. Проте джем не повинен розтікатися по поверхні.

Історія виникнення джему не зберегла конкретних фактів, однак, існує легенда, за якою шотландка Дженіт Кейлер вперше приготувала десерт з гірких апельсинів, доставлених її чоловіком з іспанських кораблів, що ховалися від негоди в бухті Данді. Назву цьому десерту спочатку дали на честь ім'я його винахідниці – Дженіт. Поступово ця назва переформувалася в «джем». Достовірність даної легенди досі не перевірена, проте, беручи її до уваги, можна припустити, що виникнення джему відноситься до XVIII ст. Надалі джем дуже швидко набув поширення і особливо полюбився мешканцям Англії, й до сьогоднішніх днів ці ласощі вважаються одним з традиційних продуктів туманного Альбіону: практично жоден сніданок британця не обходиться без бутерброда зі свіжим джемом [4, с. 401].

В Україні джем менш популярний, хоч асортимент сучасних магазинів обов'язково передбачає його наявність в декількох позиціях. Виробництво джему на ринку України є конкурентоспроможним. Його забезпечують 74 вітчизняних підприємства, що свідчить про прибутковість даного бізнесу. Прибуток від виробництва джему залежить від ефективності його збуту. Значна частка виробників реалізує власну продукцію через мережу посередників, це дозволяє зменшити обсяг витрат, пов'язаних з організацією збуту. Найбільш ефек-

тивним способом роздрібною реалізації є торгівля через власні магазини.

Основою для виробництва джему є плодово-ягідна сировина і цукор. За даними Держгеокадастру, в Україні сади займають 727,2 тис. га, а насадження в плодоносному віці – 206 тис. га. Лідером серед вирощуваних фруктових культур є яблуні. У 2015 р. валовий збір товарних яблук склав 1,18 млн. тонн. Фаворитами садівництва в Україні також є кісточкові: вишні, сливи, черешні, абрикоси і персики. Загальний збір товарних плодів кісточкових у 2015 р. склав 548 тис. тонн. Серед ягід найбільша частка в обсязі виробництва припадає на полуницю і суницю – всього 64 тис. тонн. Менше культивується малини, смородини і агрусу [3].

Цукрова галузь є однією з провідних в агрокомплексі України. Проте в 2015 р. в порівнянні з попереднім його виробництво скоротилося на третину. За оцінками експертів, Україна може виробляти до 3 млн. тонн цукру в рік за умови модернізації виробництва [5, с. 18].

Особливою характеристикою ринку джемів є сезонність: у літній період їх споживання знижується та зростає в зимовий і весняний період з піком у грудні. На динаміку і структуру попиту на джеми впливає також стала тенденція в Україні до приготування домашньої консервації.

За даними офіційної статистики, у 2015 р. в Україні було виготовлено 7,11 тис. тонн джемів, фруктового-ягідного желе та пасти, що на 26% більше обсягів попереднього року. Експорт джему також має яскраво виражений сезонний характер: у жовтні 2015 р. його обсяг склав 290 тон у порівнянні з вереснем цього ж року – 74 тони [2, с. 39].

Для мереж супермаркетів є характерними власні лінійки джемів. Наприклад, для мережі «Фуршет» джем виробляє ТОВ «Гопак», для METRO – «Асканія-Пак». Ця продукція відрізняється невисокою ціною і простим спектром смаків (вишня, полуниця, абрикос тощо).

До 50% асортименту переробленої плодоовочевої продукції в номенклатурі супермаркетів займають імпортні джеми. Вони відносяться до більш високої, ніж українська продукція, цінової категорії, вирізняються оригінальним дизайном та мають беззаперечну конкурентну перевагу – широке розмаїття смаків за рахунок добавок. Характерною рисою імпортних джемів є відсутність в рецептурі цукру: наприклад, у французьких St. Dalfour, італійських Bioitalia, німецьких SCHNEEKOPPE, грецьких Helios, британськмі JimJams і Wilkin & Sons. В Україні можна придбати сертифіковані органічні французькі джеми Jardin bio; зварені за традиційними рецептами французькі джеми Bonne Maman; ізраїльські джеми Nadarom з низьким вмістом цукру і лінійкою смаків на фруктозі; грецькі традиційні конфітюри «Золоте яблуко»; класичні грузинські джеми Kula й продукцію смаків діабетичної лінійки; 13 видів польських джемів Helcom із апельсиновим і ананасовим смаками включно; класичні німецькі джеми і конфітюри Zorbiger, виготовлені за сімейними рецептами сім'ї Zuegg; австрійські класичні джеми D'arbo, автентичність технології яких зберігається з 1879 р. На вітчизняному ринку найбільшими імпортерами джемів є Німеч-

чина – 32% обсягу постачання імпортних джемів, Австрія – 25%, Швеція – 19%, Франція – 18%, Росія – 6%. В той же час українські виробники експортують незначну частину продукції – близько 4% обсягів власного виробництва. Експорт здійснюються в країни СНД [7, с. 133].

Основними виробниками української переробленої плодоовочевої продукції є Група компаній «Верес», ТОВ «Гайсинський консервний комбінат», ПАТ «Могилів-Подільський консервний завод», Компанія «Пані Крістіна», ТОВ «Тотал», Компанія «Шафран Еліт», Національна багато-профільна компанія «Асканія-Пак».

Група компаній «Верес» працює на ринку переробленої плодоовочевої продукції з 1997 р. і на даному етапі є його лідером. Продукція ТМ «Верес» постачається в 20 країн світу, а її асортимент налічує більше 100 найменувань. У даного виробника замкнутий цикл виробництва, що дозволяє контролювати якість на всіх його етапах. Джеми ТМ «Верес» представлені трьома смаками: персиковий, полуничний і абрикосовий. Їх номенклатуру доповнюють вишневий конфітюр і асортимент фруктів з цукром.

ТОВ «Гайсинський консервний комбінат» спеціалізується на випуску фруктово-ягідної переробленої продукції. Даний виробник є лідером на ринку джемів: його номенклатура передбачає можливість виробництва 24 різновидів цього товару, включно з продукцією на основі фруктози замість цукру. Виробник позиціонує свої джеми як продукт преміум-класу.

ПАТ «Могилів-Подільський консервний завод» (Вінницька обл.) виготовляє продукцію ТМ «Дари ланів». Як сировинна база даним виробником використовуються власні сади. Асортимент ТМ «Дари ланів» нараховує 80 найменувань фруктово-ягідної переробленої продукції, в т. ч. чотири види джемів: смородиновий, абрикосовий, вишневий і полуничний. Виробник експортує продукцію в Білорусь, Канаду, Угорщину, Казахстан, Молдову.

Компанія «Пані Крістіна» існує на вітчизняному ринку з грудня 1997 р. і випускає перероблену продукцію під трьома торговими марками. У 2012 р. виробником придбана нова лінійка обладнання, що дозволило розпочати виробництво джемів і соків. Як сировинна база використовуються власні угіддя для вирощування овочів і фруктів. Під ТМ «Holiday» реалізуються шість смаків джемів, в т. ч. нетрадиційних для інших виробників: гарбузовий і яблучно-грушевий.

ТОВ «Тотал» (м. Дніпро) на ринку переробленої плодоовочевої продукції працює 12 років. Підприємство виробляє плодово-ягідні наповнювачі для кондитерської та молочної галузей промисловості, різноманітні джеми і топінги для сфери ритейлу NoReCa, джеми в баночках ТМ «Еммі».

Компанія «Шафран Еліт» існує з 2008 р. Вона виробляє і реалізує топінги, джеми, наповнювачі та сиропи для кондитерського, молочного й хлібобулочного виробництва. Її джеми додаються в морозиво, йогурти, коктейлі, сирки, кондитерські та хлібобулочні вироби.

Національна багато-профільна компанія «Асканія-Пак» працює на ринку з 2002 р. та займається виробництвом порційних продуктів одноразового вжитку. Крім того, «Асканія-Пак» є



трейдером з широким асортиментом на ринку гнучких пакувальних матеріалів.

Новим брендом на українському ринку є «Корисна Кондитерська» від компанії «СТЕВІЯСАН КОРПОРЕЙШН». Особливістю продукції даного виробника є те, що замість цукру використовується стевія. В ТМ «Корисна Кондитерська» присутня лінійка з семи джемів, серед яких джеми з лохини і чорниці.

Мода на продукти українського походження спровокувала виробництво джемів із застосуванням потужностей невеликих кустарних підприємств. Разом з тим, пристойну частку в обсягах їх виробництва зайняли варення, соуси, горіхові пасти. Нішова позиція на конкурентному ринку дозволила невеликим кустарним підприємствам побудувати вдалу стратегію позиціонування бренду і знайти свого споживача [9, с. 53].

Результати огляду споживчих уподобань на ринку кондитерських виробів доводять, що в Україні найбільш популярними є такі смаки джемів: полуничний, абрикосовий, вишневий і персиковий. Попитом споживачів характеризуються смак змішаних лісових ягід та яблучний. До переваг яблучного джему додаються його корисні властивості, головна з яких утворюється хімічним складом яблука, якому притаманні вітаміни А, В<sub>1</sub>, В<sub>6</sub>, В<sub>2</sub>, В<sub>9</sub>, Е, С, РР, а також мінеральні елементи – залізо, кальцій, фосфор, магній, цинк, натрій, мідь, йод. Завдяки наявності вітаміну С яблучні ласощі корисні при застудах, вони посилюють імунітет, а пектини джему очищують кишковик, знімають запалення, сприяють загоєнню ран і виразок. Вміст кальцію в яблуках зміцнює зуби і кісткову тканину. Яблучний джем сприятливо діє на мозок і серце, при його регулярному вживанні вирівнюється артеріальний тиск. Таким чином, яблучний джем є джерелом біологічно активних речовин, більшість з яких зберігаються й після його приготування.

Поширеною упаковкою для роздрібного продажу джемів є скляна банка ємністю від 300 до 400 грамів. Попитом користується порційні упаковки вагою 28 грамів [8, с. 36].

Результати огляду ринку кондитерських виробів дозволяють констатувати, що споживач джемів – міський мешканець із середнім рівнем доходу та рівнем «вище середнього». Це обумовлюється не тільки роздрібною ціною джемів, а й тим, що в ритмі життя великого міста у людей не вистачає часу і сил на приготування консервованих продуктів. Ключовий покупець – жінки віком від 25 до 55 років. Чоловіки купують джеми значно рідше. Основним чинником вибору джемів є їх якість.

Оскільки солодощі відносяться до розряду товарів імпульсивного попиту, на їх придбання впливає сезон. Влітку джеми купують набагато менше, ніж взимку. Перед святом масляної обсяги продажів джемів завжди збільшуються.

Позиціонування джемів базується на таких принципах:

- акцент на «домашнє» виробництво;
- акцент на індивідуальність бренду, виключність смаку;
- акцент на «апетитне» подання продукції.

Кожен з підходів передбачає певний стиль упаковки.

Етикетки домашніх джемів часто виконані з крафтового матеріалу, кришка банки обертається тканиною або папером для більшої асоціації з джемом «від бабусі». Шрифти повторюють рукописні, що підкріплює образ традиційної handmade-продукції.

Індивідуальність бренду та виключність смаку зазвичай характерні для джемів категорії «преміум». Етикетки оформлюються або мінімалістично, або яскраво прикрашаються. Упаковка виділяється незвичайними фарбами, ретельно продуманим завершеним образом.

Джеми з акцентом на апетитному поданні продукції зазвичай притаманні середньому ціновому сегменту. Їх упаковка дуже традиційна, етикетка – яскрава, часто із зображенням фруктів. Оформлення етикетки супроводжується ілюстраціями додаткових атрибутів: хлібу, чаю, вершкового масла, що розмазується по тосту. Як приклад, можна навести лідера британського ринку джемів – ТМ JimJams, українські ТМ «Верес» і Holiday [10, с. 52].

Серед тенденцій розвитку ринку джемів можна окреслити такі.

Перша: розвиток виробників-представників малого бізнесу (невеликих домашніх підприємств), які зуміли встояти у період кризи й продовжують своє зростання на ринку. Вони не зможуть посунути основних гравців ринку джемів через більш високу ціну власного продукту, проте будуть розвивати нішу особливої солодкої переробленої плодовоовочевої продукції.

Друга: стратегія об'єднання – основні учасники ринку джемів зможуть боротися з падінням обсягів продажів шляхом спільної реклами своїх торгових марок. Як приклад, ефективною може стати стратегія об'єднання рекламних кампаній борошна і джемів (для зимового періоду), морозива і джемів (для літнього періоду).

Третя: нових клієнтів допоможуть знайти виставки і ярмарки. Міжнародна виставка «The International Sweets and Biscuits Fair» з 1971 р. збирає виробників солодощів зі всього світу. Це найбільша спеціалізована виставка продукції кондитерської промисловості. В Україні особливо популярними стали ярмарки «В пошуках made in Ukraine» і «ВсіСвої».

Четверта: перспективним для українських виробників джемів може стати європейський ринок «нішевих» продуктів, що обумовлюється масовістю попиту в Європі на ягоди та продукцію з них. Українські фермери мають досвід постачання органічних ягід в ЄС. У джемів є всі шанси закріпити успіх. У Європі одна банка органічного джему коштує від шести до восьми євро. За умови грамотного позиціонування органічні джеми можуть знайти свого покупця в Європі. Складність криється в обсягах постачання: невеликі підприємства не можуть запропонувати партії для великих замовників європейського ринку. Виходом може стати створення кооперативів виробників джемів.

П'ята: нестабільність ринку – з ринку можуть піти слабкі підприємства з малою часткою або невпізнаним брендом, якщо вони не можуть розрахуватися за кредитними боргами або мають негативні фінансові показники.

Шоста: є значна ймовірність перепрофілювання виробництва джемів. Наприклад, замість

випуску порційній продукції може виникнути потреба в налагодженні постачання джемів для хлібобулочного сектора, підписанні контрактів на умовах прямого постачання для великих підприємств або виготовленні продукції в баночках суто для сфери ритейлу HoReCa.

Сьома: зважаючи на нестабільний курс долара і підвищення цін на сировину, у вигідній ситуації опиняться ті підприємства, що мають власні сільськогосподарські угіддя.

Восьма: фахівці прогнозують хоч і незначну, проте динаміку підвищення споживання переробленої плодоовочевої продукції взагалі, й джемів в т. ч.

**Висновки з даного дослідження і перспективи** подальшого розвитку в цьому напрямку. Після підписання Угоди про вільну торгівлю з ЄС українські виробники джемів поступово

виходять на європейський ринок. Українська продукція більш дешева, ніж французька, австрійська або грецька. Її якість не поступається якості європейських товарів. Головною умовою стає отримання європейських сертифікатів якості. Як негативний фактор виступає логістика, що «з'їдає» різницю в ціні. З даною проблемою вже можуть справлятися виробники із західної України через територіальну близькість до кордону.

Оскільки в публікації неможливо розкрити усі аспекти висвітлюваної проблеми, подальші наукові пошуки пов'язуються нами з товарознавчою оцінкою плодово-ягідних джемів і розширенням їх функціональних властивостей за результатами дослідження попиту в торговельній мережі Харківщини, а також з дослідженням особливостей їх митного оформлення.

## Список літератури:

1. Агаркова Л. В. Тенденції розвитку плодоовочевого підкомплексу / Л. В. Агаркова // Економічний вісник України. – 2014. – Вип. 5. – С. 18-20.
2. Демяненко Е. А. Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах / Е. А. Демяненко // Молодий вчений. – 2016. – Вип. 9(36). – С. 35-50.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Єрмак С. О. Інноваційні аспекти розвитку ринку кондитерських виробів України / С. О. Єрмак, В. В. Плотноцька // БізнесІнформ. – 2016. – Вип. 11. – С. 398-403.
5. Корніковський Д. О. Аналіз економічних факторів впливу на кондитерську промисловість України / Д. О. Корніковський // Економіка харчової промисловості. – 2014. – Вип. 4(24). – С. 17-23.
6. Маслак О. В. Розвиток ринку овочів / О. В. Маслак // Агробізнес сьогодні. – 2016. – Вип. 10(329). – С. 132-140.
7. Мозгова О. І. Аналіз ринку кондитерських виробів / О. І. Мозгова // УкрАгроКонсалт. – 2015. – Вип. 3. – С. 8-11.
8. Олійник О. В. Сучасний стан та механізм реалізації державної продовольчої політики України / О. В. Олійник // Державне будівництво. – 2015. – Вип. 1. – С. 30-41.
9. Поліщук І. І. Сучасний стан та оцінка прибутковості діяльності підприємств кондитерської промисловості України / І. І. Поліщук, А. І. Ковальчук // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2015. – Вип. 6(20). – С. 52-56.
10. Сучасний стан справ в кондитерській галузі України // Діловий Вісник Торгово-промислової палати України. – 2015. – Вип. 8(219). – С. 52.
11. Уланчук В. С. Споживчий ринок плодоягідної продукції: стан та перспективи розвитку / В. С. Уланчук // Вісник економічної науки України. – 2015. – 145 с.
12. Франчук О. О. Розвиток ринку плодоовочевої консервації в Україні та світі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://udau.edu.ua>

**Шубина Л.Ю., Майковская В.И., Лелюх А.А.**

Харьковский торгово-экономический институт  
Киевского национального торгово-экономического университета

## ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК ДЖЕМОВ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

### Аннотация

Исследованы теоретические вопросы формирования потребительской ценности джемов. Рассмотрен ассортимент джемов в разрезе производителей и розничных торговцев. Установлено, что борьба за внутренний рынок происходит между отечественными компаниями, а импортные джемы представлены преимущественно продукцией из экзотических культур. Выявлены факторы формирования спроса на джем. Сделана попытка обоснования тенденций развития потребительского рынка джемов в условиях европейской интеграции Украины.

**Ключевые слова:** переработанная плодоовощная продукция, ассортимент джемов, потребительский рынок джемов, покупательная способность населения, потребительские предпочтения, спрос потребителей, ключевой потребитель.

**Shubina L.U., Maykovska V.I., Lelyuh A.A.**  
 Kharkov Trade and Economic Institute  
 Kyiv National University of Trade and Economics

## JAMES' CONSUMER MARKET: STATE AND DEVELOPMENT PERSPECTIVES

### Summary

Theoretical questions of values formation use are analyzed. The range of jam's manufactures cutaway and retail dealers is considered. It is established that the struggle for domestic market occurs between domestic firms, but imported jams are mostly represented by exotic cultures. Jam's demand factors are revealed. The trends justification development of Ukrainian European jam's costumer market integration was made.

**Keywords:** proceeded fruit-and-vegetable production, the range of jam, costumer jam market, purchasing power of the population, consumer preferences, consumer demand, key costumer.

УДК 338.46

## ЕКОНОМІЧНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

**Юдіна (Каламбет) С.В., Кисельова О.М., Галаганов В.О.**  
 Дніпровський державний технічний університет

У статті досліджуються основні тенденції розвитку ринку освітніх послуг, що пов'язані з: умовами інформатизації суспільства й інтернаціоналізації економічних процесів; формами освітніх послуг в створюваному освітньому інформаційному середовищі; особливостями дистанційних освітніх послуг. Визначено сутність моделі відкритої освіти як результату еволюційного шляху розвитку і становлення інформаційної складової освіти людини. Досліджено основні принципи дистанційної освіти, до яких відносяться: вільний доступ, дистанційність навчання. Особливу увагу приділено принципу гуманізації, який реалізується через наявність пільг для соціально незахищених груп населення і вільний графік навчання. З огляду на особливості дистанційної форми навчання, визначено специфічні характеристики дистанційних освітніх послуг.

**Ключові слова:** ринок освітніх послуг, інформаційне середовище, дистанційна освіта, навчання, специфічні характеристики дистанційної освіти.

**Постановка проблеми.** За останні роки в Україні відбулися політичні, економічні, соціальні перетворення, пов'язані з демократизацією суспільства, становленням ринкових відносин, які торкнулися усіх галузей економіки та соціальної сфери, зокрема й системи вищої освіти. З огляду на це важливо розглядати її не лише як соціальну інституцію держави, а й як галузь ринкової економіки, що забезпечує ефективність розвитку країни.

Головними функціями освіти є підвищення освітнього та культурного рівня членів суспільства, сприяння раціональному використанню вільного часу і зростання продуктивності праці. Розвиток освіти, як і всієї невиробничої сфери, базується на основі нематеріального виробництва. Водночас ця галузь суттєво впливає на зростання матеріального виробництва. Тому розвиток та вдосконалення освітньої галузі є важливою передумовою подолання кризової ситуації як в економіці, так і в суспільстві в цілому.

Освіта є стадією, що передуює інноваційному трансферу наукових досягнень в економіці знань. Процес освіти, що випереджає матеріалізацію та комерціалізацію знань, потребує певної фінансової підтримки держави і недержавних організацій. Недостатній рівень її та нераціональне ви-

користання гальмує впровадження інноваційних напрямків розвитку економіки знань.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання освіти, джерела її фінансування й результативності завжди перебували у центрі уваги науковців. Ці питання у різний час вивчали вітчизняні й зарубіжні учені, зокрема В. Андрієнко, Г. Артюх, Л. Батченко, Г. Бекер, Т. Боголіб, І. Дронова, В. Жамін, Т. Лев, Ю. Лисенко, В. Марцинкевич, С. Мічківський, М. Слоква, К. Суботіна, Т. Шульц, В. Щетинін та інші. Ними були розроблені концепція людського капіталу, за якою освіта – це інвестування в індивідів, що породжує віддачу, як і будь-яке інше капіталовкладення, проведені розрахунки ефективності освіти, досліджувані проблеми правового забезпечення фінансування системи вищої освіти, тощо.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Дослідження вище згаданих науковців стосуються лише або фінансового механізму, або ними розглядаються питання впровадження нових інноваційних підходів до управління освітніми закладами. Незважаючи на підвищену активізацію наукової думки щодо вирішення проблем економіки навчальних закладів, проблеми розвитку ринкових відносин в системі вищої освіти як самостійний об'єкт до-



слідження ще не одержала достатнього відображення у вітчизняній літературі. Розвиток ринку освітніх послуг потребує поглиблення теоретичних досліджень економічної природи освітніх послуг, сутності і ролі вищої освіти в розвитку національного господарства та особливостей попиту та пропозицій освітніх послуг.

**Мета статті.** Метою даної статті є дослідження питань доступності освіти на основі широкого впровадження дистанційних освітніх послуг, які відрізняються потенційною економічною привабливістю.

**Виклад основного матеріалу.** Основні тенденції розвитку ринку освітніх послуг пов'язані, в першу чергу, з:

- умовами інформатизації суспільства й інтернаціоналізації економіки;
- формами освітньої послуги в освітньому інформаційному середовищі;
- особливостями дистанційних освітніх послуг.

В умовах динамічного мінливого світу, глобальної взаємозалежності і конкуренції, необхідності широкого використання і постійного розвитку технологій, що ускладнюються, найбільш фундаментальне значення має інформатизація сфери освіти. Зміст і якість освіти, її присутність, відповідність потребам конкретної особистості у вирішальній ступені визначають стан інтелектуального потенціалу сучасного суспільства. Інтенсивний розвиток сфери освіти на основі інтеграції в нього інформаційних і телекомунікаційних технологій стає найважливішим національним пріоритетом, що ставить задачу формування єдиного освітнього інформаційного середовища на всій території держави, а в майбутньому і у всьому світовому просторі.

В усіх розвинутих і в багатьох країнах, що розвиваються, здійснюються широкомасштабні програми інформатизації освіти, вишукуються шляхи підвищення результативності загальної освіти, вкладаються значні засоби в розробку і впровадження нових інформаційних технологій. Усе більш повно виявляються у світовій практиці тенденції широкого використання інформаційних технологій навчання як найважливішого елемента системи, формування відкритої освіти.

Відкрита освіта – система, у якій реалізується процес навчання і здійснюється індивідуумом досягнення і підтвердження освітнього цензу. Основу освітнього процесу відкритої освіти складає цілеспрямована, контрольована, інтенсивна самостійна робота того, кого навчають, який може вчитися в зручному для себе місці, за індивідуальним розкладом, маючи при собі комплект спеціальних засобів навчання і погоджену можливість контакту з викладачем по телефону, факсу, електронній чи звичайній пошті, а також особистого контакту.

Модель відкритої освіти – результат еволюційного шляху розвитку і становлення інформаційної цивілізації як невід'ємної її частини. Модель відкритої освіти виходить з відкритості світу, процесів пізнання й освіти людини. Традиційні форми одержання освіти: очна, заочна, екстернат у системі відкритої освіти інтегруються в єдиний освітній простір. Мета відкритої освіти – підготовка тих, хто навчається, до повноцінної й ефективної участі в суспільній і професійній областях в умовах інформаційного суспільства.

Розвиток відкритої освіти вимагає впровадження інформаційних технологій – технологій, заснованих на комп'ютерному устаткуванні, комп'ютерних мережах, мультимедійних системах, а також інтернаціоналізації інформаційного простору для здійснення експорту й імпорту освітніх послуг [10, с. 32-33].

В Україні в даний час також очевидний швидкий процес розвитку інформаційно-обчислювальної і телекомунікаційної техніки.

Відбувається різке збільшення освітніх установ, організацій, причетних до інформаційних технологій і взагалі до інформаційної системи в сфері освіти. Інформатизація виявляється на всіх рівнях сфери освіти:

На мегарівні процеси інформатизації в більшому ступені характеризуються появою глобальних інформаційно-комунікаційних систем, розвитком електронних мереж, Інтернету. Процеси інформатизації сфери освіти на макрорівні безпосередньо залежать від національних цілей держави, економічної ситуації, обсягу ресурсів, що направляються в цю область. На перший план тут виходить зростаюча роль людського капіталу в соціально-економічному розвитку суспільства. На мезорівні державна політика інформатизації освіти реалізується на регіональному рівні (область, місто). На мікрорівні (вуз, факультет, кафедра) конкретні управлінські рішення, ініціатива окремих колективів мають більший вплив на процеси локальної інформатизації. Взаємодією окремого студента і викладача характеризують нанорівень, де народжуються нові підходи до освіти, нові види освітніх послуг. Завдяки використанню нових інформаційних технологій, шлях до їхнього втілення і тиражування став набагато коротшим.

Освіта є складовою частиною соціальної сфери суспільства, а тому основні проблеми, шляхи й етапи інформатизації освіти в основному збігаються з загальними положеннями інформатизації суспільства в цілому. Засоби інформатики одночасно можуть бути використані для прилучення молодого покоління до інформаційної культури, що стає особливо актуальним у зв'язку з переходом до інформаційного суспільства. За прогнозами вчених такий перехід в Україні намічається в 2050 році, для США і Японії – у 2020 році, для ведучих країн Західної Європи – у 2030 році [3, с. 132].

На наш погляд доцільно виділяти три основних етапи інформатизації сфери освіти:

1. Комп'ютеризація. До найбільш істотних результатів цього етапу в області освіти можна віднести екстенсивне поширення і первісне насичення обчислювальною технікою освітніх закладів України. Одночасно на цьому етапі намічається формування основ інформаційної культури, а також початок комп'ютерного освоєння наявних інформаційних фондів в освіті.

2. Персоналізація інформаційного фонду. Етап характерний інтенсивним застосуванням обчислювальної техніки на всіх рівнях освіти, з перекладом інформаційних фондів у комп'ютерну (машинну) форму, а також з різким зростанням комп'ютерної грамотності молоді.

3. Інтеграція інформаційних фондів. Виникнення високого рівня інформаційної культури, створення інтегрованих комп'ютерних інформаційних фондів з вилученим доступом при на-



ступному задоволенні зростаючих інформаційних потреб усього населення.

Процес інформатизації сфери освіти здійснюється по двох основних напрямках:

- некерована інформатизація, що реалізується знизу з ініціативи педагогічних працівників і охоплює найбільш актуальні сфери діяльності і предметні області;

- керована інформатизація, що підтримується матеріальними ресурсами з боку держави і відповідно до загальних принципів має концепцію і програму.

Аналізуючи поставлені державою цілі формування єдиного освітнього інформаційного середовища, можна визначити основну задачу її створення – це надання широким верствам населення якісної і доступної освіти.

Дослідження конкурсу на вступних іспитах до вищих навчальних закладів в Україні показує, що кількість бажаючих навчати у декілька разів (2,6) перевищує тих, хто вступив до вищих навчальних закладів. Сформувався контингент осіб, що потребують освітніх послуг. Це представники різних груп людей: від керівників підприємств (організацій) і їхніх підрозділів, фахівців відділів і служб, підприємців і фермерів, кваліфікованих робітників та службовців до студентів технікумів (коледжів), учнів старших класів загальноосвітніх шкіл, безробітних і частково безробітних та ін. З потенційного контингенту осіб, що мають потреби і можливості одержання вищої освіти можна виділити кілька груп:

- офіцери, що звільняються зі Збройних Сил і особи, що проходить дійсну термінову службу в рядах Збройних Сил, МВС і прикордонних військ України;

- звільнені і скорочені цивільні особи, зареєстровані у Службі Зайнятості;

- особи, що готуються до вступу у вузи, студенти, що прагнуть одержати другу рівнобіжну освіту і фахівці, що мають освіту і бажають придбати нові знання чи одержати другу освіту;

- особи різного віку, що проживають у малоосвоєних регіонах країни;

- особи, що мають медичні обмеження для одержання регулярної освіти чи знаходяться в стаціонарних умовах;

- керівники регіональних органів влади і управління і менеджери різного рівня, що працюють на підприємствах різних форм власності;

- біженці, зареєстровані у службах зайнятості;

- інші можливі категорії населення [4, с. 49-50].

Вищевикладене дає можливість говорити про передумови формування єдиного освітнього інформаційного середовища. З одного боку, це процеси інформатизації суспільства, з іншого боку, необхідність підвищення інтелектуального потенціалу суспільства і зростаюча роль людського капіталу в економічних процесах. На підставі цього, вважаємо за доцільне дати наступне визначення єдиному освітньому інформаційному середовищу – це системно-організована сукупність засобів передачі даних, інформаційних ресурсів, засобів технічного забезпечення, спрямована на задоволення освітніх потреб населення і формування людського капіталу.

Нова форма одержання освіти, реалізована за допомогою розвитку єдиного освітнього інформа-

ційного середовища повинна стати адекватною інформаційному суспільству формою освіти. Ця форма одержання освіти повинна дозволити:

- зробити вищій і інший рівні освіти доступним для широких шарів населення поза залежністю від місця проживання, вікового цензу умов життя і роботи на основі повної рівності й у залежності від здібностей кожного і, тим самим, реалізувати потреби населення в освітніх послугах, а країни в якісно підготовлених фахівцях;

- реалізувати важливі і конструктивні ідеї випереджальної і безупинної освіти, бути здатною реагувати на постійно мінливі запити ринку праці;

- компенсувати скорочення державного фінансування, підсилити міжнародну інтеграцію, підвищити соціальну і професійну мобільність населення;

- зберігати і збільшувати знання, кадровий і матеріальний потенціал, накопичений вітчизняною системою освіти, повніше використовувати педагогічний і науковий потенціал вузів, ефективно використовувати існуючі і перспективні засоби нових інформаційних технологій і вирішити ряд інших соціально-економічних задач.

Таблиця 1

**Конкурс на вступних іспитах до вищих навчальних закладів (кількість поданих заяв на 100 зарахованих)**

Рік	I-II рівнів акредитації						III-IV рівнів акредитації					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Усього	80	67	90	13	40	56	29	41	30	72	35	37
За формами навчання												
денною	93	78	3	29	56	66	01	43	34	88	42	11
вечірньою	70	62	6	84	87	39	04	59	36	72	15	35
заочною	19	20	2	34	34	44	58	54	67	87	8	52

Джерело: [4, с. 47]

Цим вимогам задовольняють освітні послуги, реалізовані через дистанційні освітні послуги (ДОП), що формують систему дистанційного освіти (ДО).

З початку 90-х років українське педагогічне і наукове співтовариство України стало звертати увагу на дистанційну освіту, особливо після прийняття в 1995 році Концепції про створення і розвиток єдиної системи ДО в Україні. Кількість освітніх установ у тому чи іншому ступені, що використовують технологію дистанційної освіти, стрімко росте.

Перш ніж розглядати поняття «дистанційна освітня послуга», необхідно відзначити, що в економічній літературі більшість авторів оперує термінами дистанційне навчання і дистанційна освіта, а поняття дистанційної освітньої послуги передбачається, але не визначається прямо.

Терміном дистанційне навчання найчастіше позначається сукупність інформаційних технологій, що забезпечують доставку тим, кого навчають, основного обсягу досліджуваного матеріалу, інтерактивна взаємодія тих, яких навчають, і викладачів у процесі навчання, надання сту-

дентам можливості самостійної роботи з освоєння досліджуваного навчального матеріалу, а також у процесі навчання. З іншого погляду, це нова ступінь заочного навчання, на якій забезпечується застосування інформаційних технологій, заснованих на використанні персональних комп'ютерів, відео аудіотехніки, космічної й оптоволоконної техніки [1, с. 52].

Полат Е.С. під дистанційним навчанням розуміє організований по визначених темах, навчальним дисциплінам навчальний процес, що передбачає активний обмін інформацією між учнями і викладачем, а також між самими учнями, і, що використовує в максимальному ступені сучасні засоби нових інформаційних технологій (аудіовізуальні засоби, персональні комп'ютери, засоби телекомунікацій [7, с. 87].

На думку А.Н. Тихонова дистанційне навчання – систематичне цілеспрямоване навчання, що здійснюється на деякій відстані від місця розташування викладача [8, с. 124]. При цьому процеси викладання і навчання розділені не тільки в просторі, але і в часі.

Андрєєв А.А. бере за основу приведені вище визначення дистанційного навчання, і формулює визначення дистанційного навчання як дидактичну категорію. На його думку, дистанційне навчання – це цілеспрямований процес інтерактивної взаємодії навчальних і тих, що навчаються, між собою і з засобами навчання, інваріантний (індиферентний) до їхнього розташування в просторі і часі, реалізований у специфічній дидактичній системі [1, с. 53].

Як більш широке поняття виступає дистанційна освіта, де процес навчання і виховання в інтересах особистості, суспільства, держави приймає дистанційні форми, однак, спрямований на виконання тих же задач, що й освіта в цілому. Фахівці міжнародного центра ДО «ЛИНК» під дистанційною освітою розуміють симбіоз очного і заочного навчання, що використовує концепцію проблемного навчання, індивідуального підходу, ділові гри й інші методи активного навчання [9, с. 7].

При дистанційній освіті забезпечується високоефективне фундаментальне навчання без відриву від виробництва при дуже високій присутності і низькій вартості. Так Андрєєв А.А., у своєму трактуванні поняття «дистанційна освіта» пропонує визначити її як систему, у якій реалізується процес дистанційного навчання і здійснюється індивідуумом досягнення і підтвердження освітнього цензу.

В Законі України «Про вищу освіту» у статті 49 «Форми навчання у вищих навчальних закладах» зазначено 2 форми освіти, а саме:

- 1) очна (денна, вечірня);
- 2) заочна (дистанційна) [2].

Тобто, заочна форма навчання ототожнюється з дистанційною. Окремо визначення дистанційної освіти не наводиться. В той же час, можемо зауважити, що дистанційні освітні послуги знаходяться більш близько по характеристиках і специфіці сервісних відносин до послуг заочної освіти, але мають істотні, навіть зовні помітні відмінності. Наприклад, вільний графік у часі при надходженні й у процесі навчання; розширені можливості спілкування з викладачем з використанням нових інформаційних технологій,

спеціалізовані комплекти засобів навчання для ефективної самостійної роботи й ін.

Наведені вище визначення відбивають здебільшого або соціальну, або дидактичну суть дистанційної форми освітніх процесів, або відбивають аспекти розвитку інформаційних мереж і інформатизації суспільства. Для детального економічного аналізу особливостей ринку освітніх послуг необхідно звужити понятійні рамки розглянутого питання до визначення «дистанційна освітня послуга». Сутність дистанційних освітніх послуг розкривається наступним визначенням: дистанційні освітні послуги – це особливий вид освітніх послуг, що формуються в умовах становлення єдиного освітнього інформаційного середовища.

Виходячи з основних принципів дистанційної освіти, визначених В. І. Левіним: вільний доступ (тобто право кожного, без вступних іспитів, починати учитися й одержати середню чи вищу освіту), дистанційність навчання (тобто навчання при мінімальному контакті з викладачем з упором на самостійну роботу), принцип гуманізації (присутність для соціально незахищених груп населення і вільний графік навчання) [5, с. 67]. З огляду на особливості дистанційної форми навчання, позначені А.А. Андрєєвим, пропонується виділити наступні специфічні характеристики дистанційних освітніх послуг:

1. Присутність. Кожна людина може включитися в систему дистанційної освіти незалежно від свого соціального статусу.
2. Гнучкість. Навчання в зручний для учнів час, у зручному місці й у зручному темпі.
3. Паралельність. Навчання «без відриву від виробництва».
4. Дистантність. Відстань від місця перебування того, хто навчається, до освітньої установи (за умови якісної роботи зв'язку) не є перешкодою для ефективного освітнього процесу.
5. Розмір контактної аудиторії. Необмежене число тих, що навчаються.
6. Модульність. Формування з набору незалежних навчальних курсів навчального плану, що відповідає індивідуальним чи груповим потребам.
7. Відповідність новим інформаційним технологіям. Застосування в процесі навчання комп'ютерів, інформаційних мереж, баз даних і т.п. [6, с. 48].

Формування системи дистанційної освіти в Україні викликано затребуваністю подібних освітніх послуг з боку споживача. В даний час на ринку дистанційних освітніх послуг присутні такі освітні установи, що використовують в освітньому процесі технології дистанційного навчання.

Найкращою по якості, але самою витратною є, на думку експертів, очна освіта, а найбільш економічною – дистанційна. За результатами досліджень деяких економістів дистанційна освіта обходиться на 50% дешевше традиційних форм. Основним аргументом на користь дешевини дистанційних освітніх послуг і їх потенційної економічної привабливості для виробника є сама по собі дистанційність, що визначає розмір контактної аудиторії освітнього закладу, що робить подібні послуги.

Будь-яка людина у будь-якому куточку світу, що має доступ до глобальних інформаційних мереж є потенційним клієнтом. Викладені вище

факти показують, що в міру розвитку єдиного інформаційного середовища, коло таких людей неухильно розширюється, що незмінно перетворює сферу дистанційної освіти в майбутньому в галузь, що інтенсивно розвивається і прогресує, що відповідає логіці розвитку системи освіти в цілому. До початку етапу повного розгортання українська система ДО повинна мати у своєму розпорядженні можливості для навчання до 1,5 млн. чоловік у рік по напрямках і спеціальностям основної вищої освіти і до 2 млн. чоловік у рік по напрямках додаткової освіти. Той факт, що така можливість може бути реалізована, у першу чергу зв'язаний з більш високою адаптивністю дистанційного навчання до рівня базової підготовки і здібностям тих, що навчаються. Визначені переваги створюють також відсутність твердого календарного плану і спеціальні методики навчання.

Розширення можливості одержання освіти для великого числа людей за допомогою дистанційної освіти підвищує соціальну ефективність освіти в цілому, що можна буде оцінити через такі показники, як позитивний вплив освітнього процесу на розвиток особистості і створення для неї найбільш комфортних умов життя, на поліпшення всіх сторін суспільних відносин, на формування відкритого демократичного суспільства, поліпшення добробуту населення, посилення соціальної захищеності особистості.

Визначаючи сутність дистанційної освітньої послуги, необхідно відзначити неоднозначність її положення на ринку. З одного боку, дистанційна освіта є найбільш перспективним на ринку освітніх послуг, і її роль у формуванні інтелектуального потенціалу суспільства в майбутньому досить велика, отже, віднесення його до категорії суспільних благ очевидно, отже послуги дистанційної освіти повинні розглядатися як суспільні чи спеціальні освітні послуги. Однак, з іншого боку, як показує дійсність, дистанційні послуги сфери освіти скоріше є особливими освітніми послугами і найчастіше сприймаються як вид приватного блага. На нашу думку, така ситуація носить тимчасовий характер і викликана, по-перше, тим, що не сформувався ринок освітніх послуг у цілому (через перехідний період в економіці України), а по-друге, тим, що не завершився перехід від індустріального до інформаційного суспільства. Коли ж ринок освітніх послуг прийме свої цивілізовані форми і сформується єдине освітнє інформаційне середовище, структура поділу дистанційних освітніх послуг буде аналогічною структурі поділу всіх інших освітніх послуг на суспільні, спеціальні й особливі. Аналіз економіко-інформаційних аспектів ринку освітніх послуг на сьогоднішній день дозволяє говорити про век-

тор розвитку цього ринку у бік дистанційної освіти. Напрямок його задають нецінові детермінанти ринку освітніх послуг. З одного боку, рівень інформатизації й інтернаціоналізації ринку, з іншого боку, необхідність нарощування інтелектуального потенціалу суспільства інтенсивність нагромадження людського капіталу. Ці детермінанти є основними у визначенні динаміки ринку освітніх послуг.

**Висновки і пропозиції.** Таким чином, підводячи підсумок, можна зробити наступні висновки:

1. Незважаючи на те, що споживачами послуг освіти є особистість, суспільство, держава, дія подібних послуг спрямована безпосередньо на людину, і освітня послуга, по об'єкту обслуговування, відноситься до категорії особистих послуг.

2. Різний ступінь приналежності освітніх послуг до суспільних благ визначає характер попиту на них: пасивний, активний і особливий, у зв'язку з цим серед освітніх послуг варто виділяти: суспільні, спеціальні й особливі.

3. Економічна природа освітньої послуги полягає в тому, що, виступаючи як комплексне благо і будучи інвестиційним товаром, вона виробляється і споживається з метою збільшення людського капіталу. Форма, у якій виступає цей товар на ринку – освітня програма, як комплекс освітніх послуг, націлений на зміну освітнього рівня чи професійної підготовки споживача і забезпеченого відповідними ресурсами освітньої організації.

4. Нецінові фактори, що роблять вплив на ринок освітніх послуг, укладені в специфічних детермінантах двосторонньої дії: рівень комерціалізації сфери освіти, ступінь державного впливу, інтенсивність нагромадження людського капіталу і динаміка попиту на ринку праці.

5. Специфіка ціноутворення на ринку освітніх послуг залежить від приналежності тієї чи іншої послуги до однієї з трьох основних груп освітніх послуг: суспільної, спеціальної чи особливої. Відповідно до цього можна виділити три типи цін на освітні послуги: суспільну, спеціальну й особливу.

6. Перехід до інформаційного суспільства, інформатизація й інтернаціоналізація сфери освіти задає вектор розвитку ринку освітніх послуг в область дистанційної освіти.

7. Дистанційна освітня послуга – це особливий вид освітніх послуг, що формуються в процесах становлення єдиного освітнього інформаційного середовища.

8. Єдине освітнє інформаційне середовище – це системно-організована сукупність засобів передачі даних, інформаційних ресурсів, засобів технічного забезпечення, спрямоване на задоволення освітніх потреб населення і формування людського капіталу суспільства.

## Список літератури:

1. Андреев А.А. Введение в дистанционное обучение, (ч. II) / А.А. Андреев. – М.: МЭСИ. – 1997. – С. 50-55.
2. Закон України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 01.07.2014 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://vnz.org.ua/zakonodavstvo/111-zakon-ukrayiny-pro-vyschu-osvitu>
3. Колодюк А. Проблематика переходу до інформаційного суспільства / А. Колодюк. – К.: Політичний менеджмент. – 2004. – № 6. – С. 129-137.
4. Кузнецова Л.В. Динаміка прийому абітурієнтів до вищих навчальних закладів України за роки незалежності / Л.В. Кузнецова. – Культура і мистецтво у сучасному світі. – 2015. – № 14. – С. 46-52.
5. Левин В.И. Новые компьютерные технологии обучения в региональной инфраструктуре / В.И. Левин. – Пенза: ЦНТИ. – 1998. – С. 67-68.

6. Малькова З.А. Школа и педагогика за рубежом / З.А. Малькова. – М.: Просвещение. – 1983. – 192 с.
7. Полат Е.С., Моисеева М.В., Петров А.Е. Дистанционное обучение / Е.С. Полат, М.В. Моисеева, А.Е. Петров. – М.: ВЛАДОС. – 1998. – 192 с.
8. Тихонов А.Н., Абрамешин А.Е., Воронина Т.П. Управление современным образованием: социальные и экономические аспекты / А.Н. Тихонов, А.Н. Абрамешин, Т.П. Воронина. – М.: Бита-пресс. – 1998. – 256 с.
9. Тихонов А.Н., Иванников О.Д. Технологии дистанционного обучения / А.Н. Тихонов, О.Д. Иванников. – М.: Высшее образование в России. – 1994. – С. 3-10.
10. Тору І. Колективний розвиток освіти через відкриті технології, відкритий контент і відкриті знання (у перекладі І. Іщенко) / І. Тору. – К.: Наука. – 2009. – 256 с.

**Юдина (Каламбет) С.В., Киселёва О.М., Галаганов В.О.**

Днепропетровский государственный технический университет

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В УКРАИНЕ**

### **Аннотация**

В статье исследуются основные тенденции развития рынка образовательных услуг, связанных с: условиями информатизации общества и интернационализации экономических процессов; формами образовательных услуг в создаваемой образовательной информационной среде; особенностями дистанционных образовательных услуг. Определена сущность модели открытого образования как результата эволюционного пути развития и становления информационной составляющей образования человека. Выделены основные принципы дистанционного образования, к которым относятся: свободный доступ, дистанционность обучения. Особое внимание уделено принципу гуманизации, который заключается в наличии льгот для социально незащищенных групп населения и свободном графике обучения. Учитывая особенности дистанционной формы обучения, определены специфические характеристики дистанционных образовательных услуг.

**Ключевые слова:** рынок образовательных услуг, информационная среда, дистанционное образование, обучение, специфические характеристики дистанционного образования.

**Yudina (Kalambet) S.V., Kiselyova O.M., Galaganov V.O.**

Dniprovsk State Technical University

## **ECONOMIC AND INFORMATION ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL SERVICES MARKET IN UKRAINE**

### **Summary**

The article examines main trends in the development of the educational services market related to: conditions of informatization of the society and internationalization of economic processes; forms of educational services in the created educational information environment; features of distance education services. The essence of the open education model is determined as a result of the evolutionary path of development and formation of the information component of human education. Authors researched basic principles of distance education, which include: free access, distance learning. Particular attention is paid to the principle of humanization, which consists in availability of benefits for socially vulnerable groups of population and a free schedule of training. Given the features of distance education, authors defined specific characteristics of distance educational services.

**Keywords:** educational services market, information environment, distance education, training, specific characteristics of distance education.



## ПРОПОЗИЦІЯ ПРОДУКТОВИХ ІННОВАЦІЙ ТА РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ ТОВ ПТК «ШАБО»

Яшкіна О.І., Ніжнік О.О.

Одеський національний політехнічний університет

В статті розглянуті особливості маркетингових комунікацій для ринку лікєро-горілочаної продукції та чинники для розробки і виведення на ринок нового товару, а також для ТОВ ПТК «ШАБО», запропонований інноваційний вид продукції та розроблена для нього комунікаційна політика.

**Ключові слова:** маркетинг, інновації, комунікації, технологія, реклама.

**П**остановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Український ринок алкогольних виробів є одним з найдинамічніших. Виробників алкогольних напоїв досить багато, що призводить до конкуренції серед виробників, кожен хоче утримати свою долю на цьому ринку, а в кращому випадку підвищити її та завойовувати нові ринки в нових країнах чи містах. Для цього виробникам потрібно постійно підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції, покращувати якість продукції, розробляти нові маркетингові стратегії, підтримувати імідж підприємства, та безумовно оновлювати асортимент товару. Актуальність цієї теми – полягає у тому щоб додати нового у виробництво, змінювати традиції виробництва, сьогодні споживачі віддають перевагу тим брендам, які втілюють в життя інновації та світові тренди. Інноваційний тип розвитку алкогольної продукції є головним фактором розвитку цілісного господарського механізму в складному ринковому середовищі. На сьогодні щодо кількості брендів український алкогольний ринок сформований та має безліч всеукраїнських національних алкогольних марок. Але щоб бути безумовним лідером на цьому ринку підприємствам потрібно мати науково-технічну розвиненість основного капіталу, наявність інноваційного менеджменту та стабільність постійно прогресуючого кадрового та інтелектуального потенціалів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В Україні дослідженнями проблем ефективного функціонування та інноваційного розвитку підприємств лікєро-горілочаних виробів, займались відомі вчені економісти такі як: О. Ткаченко, В. Адрийчук, П. Борщевський, О. Бутнік-Сіверський, П. Гайдуцький, І. Лукинов, В. Месель-Веселяк, Т. Мостенська, В. Петров, О. Рибалко, Ф. Токар, А. Череп, В. Яценко, А.М. Авідзба, С.А. Азізов, М.В. Афонін, А.Н. Бузні, В.В. Власов, О.М. Гаркуша, В.С. Горбачов, А.Б. Гульчак, М.О. Дудник, П.І. Літвінов, Л.О. Мармуль, І.Г. Матчина, В.А. Рибінцев, П.Т. Саблук, І.І. Червен та інші. Поряд з цим, в наукових публікаціях, присвячених зазначеній проблематиці, недостатньо обґрунтованими залишаються проблеми розвитку алкогольної продукції. Особливої гостроти набирають питання задоволення нових потреб ринку, розширення асортименту продукції, використання незадіяних потужностей, реструктуризації неефективних підприємств.

**Мета статті** полягає в обґрунтуванні вибору інноваційної продукції для майбутнього розвитку

на нових ринках, та для завоювання більшої долі підприємством ТОВ ПТК «Шабо».

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Багатовікові традиції шабського виноробства лягли в основу створення в 2003 році компанії «Шабо» – українського виноробного комплексу з повним циклом виробництва. Діяльність компанії спрямована на вирощування і переробку винограду, виробництво і реалізацію алкогольної продукції Shabo, створеної виключно з добірного винограду. За короткий термін підприємство стало одним із лідерів у галузі. Сьогодні широкий асортимент продукції Shabo представлений у всіх регіонах України, а також в Грузії, в Ізраїлі, в Китаї, в країнах Прибалтики, в Росії, в Словаччині, в Фінляндії, в Японії але існує ще багато країн та багато нових ринків, які ТМ «Шабо» має змогу покорити, та звернути увагу всього світу до алкогольної продукції українських виробників. Компанія «Шабо» виробляє благородні напої Shabo на власних виробничих потужностях, розташованих у безпосередній близькості від виноградників Шабо. За оснащенням виробничо-технологічна база підприємства є однією з кращих в Європі. Вірність традиціям і сучасні технології виноробства дозволяють створювати алкогольні напої Shabo, в яких втілено найкращі характеристики теруару, що сформувалися у відбірних виноградних ягодах [1].

Для ринку лікєро-горілочаної продукції характерними особливостями маркетингових комунікацій є:

– Пріоритетність просування бренда. Безумовно, потрібно донести до цільових аудиторій нове або оновлене позиціонування цінності бренда, підготувати базу для формування лояльності до нового (або оновленого) бренда. Спеціалісти стверджують, що рекламна кампанія є основним інструментом для виведення торговельної марки на ринок та створення образу, із залученням двох найефективніших носіїв (телебачення та зовнішньої реклами). На сьогодні використовують саме емоційно орієнтовані засоби просування за рахунок значного приросту попиту у споживачів.

– Підтримка і посилення іміджу. Дане явище полягає у багаторазовій участі у міжнародних виставках, підтвердження комісіями якості продукції на світовому рівні. Саме підприємства з виробництва алкогольних напоїв беруть за критерій успішності – міжнародне визнання та місце в рейтингу з виробництва алкогольної продукції. Кожен виробник прагне показати власну престижність та неодноразово нагадує про це

споживачу. За рахунок таких дій підприємство створює корпоративну культуру – для покращення власного іміджу.

– Цілеспрямована орієнтація у застосуванні маркетингових інструментів на рекламу. Більшість підприємств перенасичують телебачення брендовими відео-роліками. З одного боку, такий засіб дозволяє найбільш повно проінформувати споживача про товар, але з іншого боку у сучасному бізнесі телебачення не є найбільш оптимальним вибором для кожного підприємства [2, с. 39].

Пропозиція нового товару – це перспектива високо заробітку, але разом з цим, ще й ризикова авантюра. Успішна маркетингова кампанія є найбільш підходящим засобом для розробки і виведення нового товару на ринок. З'ясувати, що саме захоче придбати споживач завтра – основне завдання передових фірм (рис. 1).

Інновація (англ. innovation – введення нововведень) трактується по-різному. У своєму первісному значенні інновація – це «створення нового». На думку П. Друкера інновація – це дія, яка наділяє ресурси новою здатністю виробляти матеріальні та інтелектуальні цінності. У широкому сенсі під терміном «інновація» розуміється прибуткове використання новацій, що проявилися у вигляді нових технологій, видів продукції і послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного, маркетингового, адміністративного або іншого характеру [3, с. 7].

Віскі – це міцний і неприборканий напій. Він зумів адаптуватися до постійних змін на ринку і впливам моди, при цьому зберіг власний характер і автентичність. На сьогоднішній день ринок віскі в Україні повністю забезпечується за рахунок імпорту. Виробництва вітчизняного віскі немає. Компанія «Атлантіс» (Алеф Виналь) – єдина вітчизняна компанія, яка займається розливом шотландського віскі ТМ «OLDERSON» на території України.

Основний обсяг імпорту віскі в Україну – 95% від загального обсягу – поступають Великобританія, США Ірландія і країни ЄС. Лідером серед них є Великобританія. У січні-березні 2016 року Україна імпортувала з Великобританії 51,1 тис. Дал віскі (58% – частка в загальному обсязі імпорту) на суму 87,4 млн. грн. У першому кварталі цього року Великобританія зменшила поставки віскі в Україну на 6,0% в натуральному вираженні в порівнянні з першим кварталом 2015 року. Друге місце рейтингу в 2016 році відвоювали країни ЄС, хоча ще в 2015 році на їх місці було віскі ірландського походження (в поточному році Ірландія посіла третє місце).

На думку аналітиків AR-group, обсяг імпорту віскі в 2016 році не може бути менше ніж в 2015-му році. По-перше, тому що ринок віскі в 2015 році вже відреагував на негативні макроекономічні фактори зменшенням обсягів. По-друге, віскі, як еліт-

ний алкоголь, відноситься до високого цінового сегменту алкоголю і його споживач досить платоспроможний, він буде продовжувати купувати дорогий віскі [4].

З грудня 2016 року, набрала чинності постанова Кабміну, згідно з якою підвищується розмір мінімальних оптово-відпускних і роздрібних цін на окремі види алкогольних напоїв.

«Пекучою» буде роздрібна ціна для гурманів, які віддають перевагу віскі, рому та джину, наголошується, що рішення пов'язано з тим, що запроваджений у вересні 2015 року розмір мінімальних цін сьогодні вже не відповідає реальним витратам суб'єктів господарювання на виробництво та реалізацію алкогольних напоїв. Зокрема, з початку 2016 року зросло акцизне зобов'язання та ціни на спирт.

У пояснювальній записці до документа зазначається, що станом на січень 2016 року ціна на спирт становила в середньому 240 грн за декалітр з урахуванням ПДВ, а з квітня поточного року підвищилася до 285 грн за декалітр. Зросли й інші складові.

Тому було проведено корекцію мінімальних оптово-відпускних і роздрібних цін на окремі види алкогольних напоїв залежно від коду продукції:

– на віскі, ром і джин – на 37 – 63% (до 750 грн за 1 л);

Пропонується компанії ТОВ ПТК Шабо, саме спробувати виробництво купажного віскі, адже він найбільш поширений. У кожній країні, де роблять віскі, технологія виробництва відрізняється, в першу чергу через види використовуваної сировини. У Шотландії класикою виробництва вважається виготовлення віскі з ячмінного солоду, в Ірландії використовують суміш солоду жита і ячменю, в США і Канаді – суміш кукурудзи, жита і пшениці, а ТОВ ПТК Шабо мали б змогу розробити власний вид віскі на основі винограду. З одного боку, ринок віскі вельми привабливий для вітчизняних виробників, обсяги продажу щороку зростають, і напевно великі українські підприємства з виробництва алкогольних напоїв зацікавляться виробництвом віскі, але з іншого боку, український

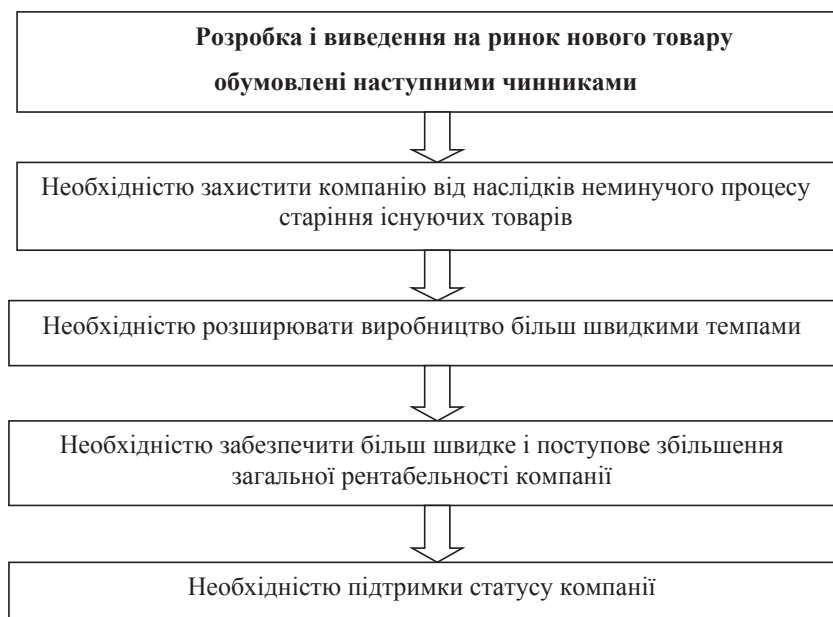


Рис. 1. Чинники розробки та виведення нового товару

споживач цінує класичний віскі (шотландський, ірландський і американський) за його походження, імідж і престиж, який несе в собі бренд і за його незмінну високу якість. Кожен віскі має свій унікальний і неповторний смак, за що його і цінують споживачі, ТОВ ПТК Шабо може стати одним з перших виробництв в Україні котрі виробляють віскі, та ще й не просто віскі, а свій унікальний, на основі винограду.

Технологічний випуск віскі можливий для ТОВ ПТК Шабо, більшість необхідного обладнання вони вже мають. Вартість виробничої лінії в середньому становить 5 500 000 грн. Витрати можна істотно скоротити шляхом придбання б/в обладнання. Часові терміни для початку виробництва віскі: пів року на закупку обладнання, налагодження технологій виробництва, організацію роботи цехів (табл. 1).

Віскі пробну партію планується постачати в невеликій кількості в усі точки продажу в Україні, згодом експортувати закордон, також невелику кількість, щоб подивитися на результати, та на реакцію споживачів. Ціни на віскі залежатимуть від витримки напою, об'єм 0,5 л. витримка не менше 3-х років приблизно коштуватиме 400 грн, віскі з витримкою до 12 років – 750 грн, віскі з витримкою більше 12 років 1400 грн. Перед тим як новий товар з'явиться на полицях магазинів та супермаркетів, планується провести рекламну кампанію. Метою рекламної кампанії буде залучення нових покупців, перетворення випадкових покупців у постійних (табл. 2).

**Висновки.** Правильне управління фінансами та економікою компанії неможливо без добре функціонуючих служб маркетингу. Необхідно відстежувати тенденції ринку.

Інноваційний шлях розвитку вимагає від суб'єктів господарської діяльності перебудови системи управління та створення на основі принципів маркетингу системи оперативного пошуку нових сфер та способів реалізації власного потенціалу які спиралися би на нову якісну продукцію, нові технології, нові методи організації виробництва і збуту. Лише прискорений розвиток інноваційних процесів, який базується на ефективному використанні науково-технічного потенціалу є основним фактором підвищення результативності промисловості та економічного зростання.

Запропоновано компанії виробництво нового товару, а саме купажованого віскі на основі винограду був досліджений технологічний випуск для нової продукції, запропонована рекламна

кампанія для товару. ТОВ ПТК «Шабо», може стати одним з перших виробництв в Україні котрі виробляють віскі, та ще й не просто віскі, а свій унікальний, на основі винограду. Можна спробувати потіснити конкурентів, також експорт віскі за кордон був би не поганим кроком ТОВ ПТК Шабо підкорити новою високоякісною продукцією.

Таблиця 1

**Технологія виробництва віскі**

Технологічний випуск віскі
1. Закупка нових імпортних технологій та обладнання;
2. Закупка спирту;
3. Закупка потрібної сировини;
4. Організація відділень і цехів;
5. Прийом на роботу кваліфікованих працівників;
6. Обладнання для лабораторій якості та смаку.

Таблиця 2

**Комунікаційна політика**

Рекламна кампанія ТОВ ПТК Шабо для віскі
1) Розміщення банерів в торгових точках при вході в торгову точку чи алкогольний відділ;
2) Дегустація віскі у магазинах та супермаркетах;
3) Реклама на телебаченні, в інтернеті, та на власному сайті, соціальні мережі; у журналах (спеціальних виданнях); друкована реклама;
4) Дегустація у Центрі культури вина Шабо;
5) У кожному місті обираємо 1 супермаркет де буде проходити акція в мережі Таврія В, працюватимуть 3 промоутера, кожен з яких буде виконувати свої обов'язки, а саме: · консультант буде знаходитися в алкогольному відділі і консультувати покупців, розповідати історію про бренд, про смакові якості, запрошувати на дегустацію. · промоутер за стійкою з дегустацією буде перебувати на підході до алкогольного відділу, також повинен розповідати про смакові якості, пропонувати покупцям всі способи подачі віскі (з часточкою яблука, з водою, з кубиками льоду і в чистому вигляді). Промоутер за стійкою дегустації і консультант повинні розповідати акцію і демонструвати можливі подарунки. · промоутер за стійкою з подарунками знаходиться за касовою зоною, видає подарунки за покупку при демонстрації йому нашого продукту і пробитого чека. Також промоутер може інформувати покупців при вході в супермаркет.
6) Участь у виставках;
7) Сувенірна продукція: фірмові магніти компанії, фірмові склянки для віскі з символікою Шабо, футляр для пляшки з підставкою.

**Список літератури:**

1. Електронний ресурс: <http://shabo.ua/sp/company>
2. Косар Н.С. Особливості брендингу підприємств лікєро-горілчаної галузі України / Н.С. Косар, Н.С. Кузьо, І.І. Білик // Національний університет «Львівська політехніка», 2013 г. – С. 39.
3. Пермічей Н.Ф., Палеева О.А. Маркетинг інновацій: Навчальний посібник. – Н. Новгород: Нижегород. гос. архіт.-буд. ун-т, 2007. – 88 с.
4. Електронний ресурс: [ar-group.kiev.ua/novosti/77-import-viski-osnovnye-tendencii-2016](http://ar-group.kiev.ua/novosti/77-import-viski-osnovnye-tendencii-2016)

**Яшкина О.И., Нижник О.А.**

Одесский национальный политехнический университет

## **ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПРОДУКТОВЫХ ИННОВАЦИЙ И РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ ООО ПТК «ШАБО»**

### **Аннотация**

В статье рассмотрены особенности маркетинговых коммуникаций для рынка ликероводочной продукции и факторы для разработки и вывода на рынок нового товара, а также для ООО ПТК «Шабo», предложенный инновационный вид продукции и разработана для него коммуникационная политика.

**Ключевые слова:** маркетинг, инновации, коммуникации, технология, реклама.

**Yashkina O.I., Nizhnik O.A.**

Odessa National Polytechnic University

## **PRODUCT INNOVATIONS OFFER AND DEVELOPMENT FOR MARKETING COMMUNICATIONS LTD PTC «SHABO»**

### **Summary**

In the article features of marketing communications for the market of alcoholic beverages products and factors for development and introduction of new goods to the market are considered, as well as for Shabo PTK LLC, the proposed innovative product type and developed a communication policy for it.

**Keywords:** marketing, innovation, communication, technology, advertising.



## НАШІ АВТОРИ

1. **Березіна Світлана Борисівна** – кандидат економічних наук, доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка
2. **Бордюгова Елеонора Анатоліївна** – магістр Одеського національного морського університету
3. **Бут Аліна Сергіївна** – студентка Харківського інституту фінансів Київського національного торговельно-економічного університету
4. **Верич Ганна Олександрівна** – студент Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
5. **Гавенко Михайло Станіславович** – аспірант кафедри маркетингу та товарознавства Хмельницького національного університету
6. **Галаганов Василь Олександрович** – студент Дніпровського державного технічного університету
7. **Горголюк Кристина Віталіївна** – студентка Донбаської державної машинобудівної академії
8. **Денисевич Єлизавета Сергіївна** – студентка Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету
9. **Друшляк Анжела Олегівна** – студентка Харківського національного університету будівництва та архітектури
10. **Егорова Кристина Павлівна** – студентка Одеського національного політехнічного університету
11. **Зайцева Діана Євгеніївна** – студентка Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету
12. **Кисельова Оксана Миколаївна** – магістр Дніпровського державного технічного університету
13. **Ковтун Едуард Олександрович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та адміністрування Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету
14. **Колесникова Анастасія Русланівна** – студентка Харківського національного університету будівництва та архітектури
15. **Кондратенко Діана Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та кредиту Харківського національного університету будівництва та архітектури
16. **Косарева Ірина Павлівна** – кандидат економічних наук, доцент, Харківський інститут фінансів Київського національного торговельно-економічного університету
17. **Крикуненко Олексій Сергійович** – студент Київського національного університету імені Тараса Шевченка
18. **Лелюх Анастасія Андріївна** – студентка Харківського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету
19. **Лобза Алла В'ячеславівна** – доктор філософії в галузі економіки, доцент кафедри економіки і соціально-трудова відносин Університету митної справи та фінансів
20. **Лозінський Ростислав Станіславович** – студент кредитно-економічного факультету Одеського національного економічного університету
21. **Лозовський Олександр Миколайович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та адміністрування Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету
22. **Майковська Вікторія Ігорівна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри товарознавства та експертизи якості товарів Харківського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету
23. **Маколкіна Олена Володимирівна** – асистент кафедри економічної кібернетики Вінницького національного аграрного університету
24. **Малахова Олена Леонідівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри банківської справи Тернопільського національного економічного університету
25. **Мандзій Анна Романівна** – студентка Тернопільського національного економічного університету
26. **Маслак Ольга Іванівна** – доктор економічних наук, професор, завідувача кафедрою економіки Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського
27. **Масюк Юлія Володимирівна** – кандидат економічних наук, професор, Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет
28. **Налобіна Тетяна Андріївна** – студентка Луганського національного аграрного університету
29. **Намазова Валерія Музанфарівна** – студентка Харківського інституту фінансів Київського національного торговельно-економічного університету
30. **Незбутня Ольга Вікторівна** – студентка Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету
31. **Ніжнік Оксана Олександрівна** – студентка Одеського національного політехнічного університету
32. **Олійник Надія Юріївна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

33. **Онешко Світлана Володимирівна** – кандидат економічних наук, старший науковий співробітник Одеського національного морського університету
34. **Пирог Ольга Володимирівна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету «Львівська політехніка»
35. **Писар Надія Богданівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри теоретичної і прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника
36. **Пушка Ольга Сергіївна** – асистент, секретар кафедри Національного університету харчових технологій
37. **Речка Катерина Миколаївна** – кандидат економічних наук, доцент, Таврійський державний агротехнологічний університет
38. **Романькова Оксана Миколаївна** – кандидат хімічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і аудиту Донбаської державної машинобудівної академії
39. **Самойленко Ірина Олегівна** – студентка Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету
40. **Синківський Іоан Ігорович** – студент Тернопільського національного економічного університету
41. **Сирчин Олександр Леонідович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри банківської справи Одеського національного економічного університету
42. **Скавронська Ірина Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин і міжнародної інформації Тернопільського національного економічного університету
43. **Слободянюк Наталя Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
44. **Слодовник Зоряна Михайлівна** – студентка Тернопільського національного економічного університету
45. **Сокурченко Петро Іванович** – кандидат економічних наук, доцент, директор Кременчуцького інституту ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля»
46. **Сорока Анастасія Валентинівна** – студентка Харківського національного університету будівництва та архітектури
47. **Столяренко Олена Олексіївна** – викладач кафедри економіки та економічної безпеки Львівського державного університету внутрішніх справ
48. **Тіхонова Дар'я Юріївна** – асистент кафедри Національного університету харчових технологій
49. **Топольницька Тетяна Богданівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри теорії економіки та управління Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
50. **Черниш Наталя Олександрівна** – студентка Університету митної справи та фінансів
51. **Чмир Владислав Олегович** – студент Одеського національного політехнічного університету
52. **Чукурна Олена Павлівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету
53. **Чуприна Людмила Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку, аудиту і економічного аналізу Харківського інституту фінансів Київського національного торговельно-економічного університету
54. **Шарко Віталій Вікторович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету
55. **Ширяєва Людмила Володимирівна** – доктор економічних наук, професор, Одеський національний морський університет
56. **Шубенкіна Вікторія Олександрівна** – бакалавр Одеської державної академії будівництва та архітектури
57. **Шубіна Лідія Юріївна** – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та експертизи якості товарів Харківського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету
58. **Юдіна (Каламбет) Світлана Валеріївна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та обліку Дніпровського державного технічного університету
59. **Яковенко Ярослава Юріївна** – аспірант Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського
60. **Яшкіна Оксана Іванівна** – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету

## ВИМОГИ ДО ПУБЛІКАЦІЇ СТАТЕЙ

### Редакція наукового журналу

пропонує всім бажаючим студентам, аспірантам, докторантам, здобувачам, молодим фахівцям, викладачам, науковцям та іншим зацікавленим особам опублікувати свої статті за різними науковими напрямками

### ДЛЯ ПУБЛІКАЦІЇ СТАТТІ НЕОБХІДНО:

1. Заповнити електронну форму реєстрації, обов'язкову для публікації.

2. Надсилати на електронну пошту редакції info@molodyvcheny.in.ua статтю та квитанцію про сплату вартості публікації наукової статті (сплачується лише після повідомлення про прийняття матеріалів). Обов'язково в темі листа вкажіть **науковий розділ журналу**, в якому ви бажаєте опублікувати статтю.

3. Редакція рецензує вашу статтю протягом 2-3 днів. *Статті студентів публіку-*

*ються за наявності рецензії або співавтора з науковим ступенем.*

4. Якщо стаття успішно пройшла рецензування, ми відправляємо вам лист з інформацією: «Стаття пройшла рецензування, прийнята до публікації».

5. Як тільки електронна версія журналу розміщується на сайті, ми повідомляємо вам про це. Потім, після виходу журналу з друку, ми відправляємо вам друкований примірник в потрібній кількості.

### ВИМОГИ ДО ЗМІСТУ НАУКОВОЇ СТАТТІ:

• Наукові статті повинні містити такі необхідні елементи (з виділенням по тексту статті):

– **постановка проблеми** у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями;

– **аналіз останніх досліджень і публікацій**, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, на які посилається автор;

– **виділення невирішених раніше частин загальної проблеми**, яким присвячується стаття;

– **формулювання цілей статті** (постановка завдання);

– **виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;

– **висновки з даного дослідження і перспективи** подальшого розвитку в цьому напрямку.

• Автори, які подали матеріали для публікації, погоджуються з наступними положеннями:

– відповідальність за достовірність поданої інформації в своїй роботі несе автор.

– автори зберігають за собою всі авторські права і одночасно надають журналу право першої публікації, що дозволяє поширювати даний матеріал із зазначенням авторства та первинної публікації в даному журналі.

### СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ НАУКОВОЇ СТАТТІ:

• індекс УДК (у верхньому лівому кутку сторінки);

• прізвище та ініціали автора(-ів), місце роботи (навчання), вчений ступінь, вчене звання, посада – трьома мовами (українською, російською, англійською);

• назва статті – трьома мовами (українською, російською, англійською);

• анотації (мінімум 5 речень) та ключові слова (мінімум 5 слів) – трьома мовами (українською, російською, англійською);

• текст статті може бути українською, російською, англійською, німецькою, польською або французькою мовами;

• список літератури.

## **НОТАТКИ**



*Науковий журнал*  
**«Молодий вчений»**

№ 4 (44) квітень, 2017 р.

Щомісячне видання

Коректор: В. Бабич  
Дизайн: А. Юдашкіна  
Комп'ютерна верстка: О. Данильченко

Контактна інформація редакції журналу.  
Поштова адреса: 73005 Україна, м. Херсон,  
а/с 20, Редакція журналу «Молодий вчений»  
тел.: +38 (0552) 399 530  
[info@molodyvcheny.in.ua](mailto:info@molodyvcheny.in.ua)  
[www.molodyvcheny.in.ua](http://www.molodyvcheny.in.ua)

Підписано до друку 26.05.2017 р.  
Формат 60x84/8.  
Папір офсетний. Цифровий друк.  
Ум.-друк. арк. 18,6. Тираж 100 прим.  
Зам. 0517-53.

ТОВ «Видавничий дім «Гельветика»  
73034, Україна, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а  
E-mail: [mailbox@helvetica.com.ua](mailto:mailbox@helvetica.com.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:  
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.