



Монографія



**ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР
МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ:
КРЕАТИВНІСТЬ, ПРОЗОРИСТЬ
ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК**

Харків 2018

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет будівництва та архітектури

***ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР
МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ:
КРЕАТИВНІСТЬ, ПРОЗОРИСТЬ ТА
СТАЛИЙ РОЗВИТОК***

Монографія
за заг. ред. д-ра екон. наук, професора Л. Л. Калініченко

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Харківського національного університету
будівництва та архітектури
Протокол № 9 від 27.04.2018 р.

Харків 2018

УДК 338

Є24

Рецензенти:

Дикань В.Л. – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Українського державного університету залізничного транспорту;

Кузьминчук Н.В. – д-р екон. наук, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту Харківського національного університету «Харківський політехнічний інститут»;

Якименко-Терещенко Н.В. – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства та економічної теорії Харківського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету.

Відповідальний за випуск:

канд. екон. наук, доцент кафедри економіки ХНУБА Пакуліна А.А.

Є24 Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток: монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. Л. Калініченко. – Х. : ФОП Панов А. М., 2018. – 316 с.
ISBN 978-617-7541-74-4

Монографія містить результати досліджень відносно основних напрямків європейського вектору модернізації економіки: креативна економіка та підприємництво; європейські практики та вітчизняний досвід децентралізаційних процесів; енергоефективність, ресурсозбереження та зелена економіка; гендерна справедливість в соціально-економічних системах; інструменти забезпечення прозорості публічного сектору.

Розділи монографії друкуються в авторській редакції, в монографії максимально зменшено втручання в обсяг та структуру відібраних до друку матеріалів. Редакційна колегія не несе відповідальності за достовірність статистичної та іншої інформації, яку надано в рукописах, а також коректність цитованості матеріалу, і залишає за собою право не розподіляти поглядів деяких авторів на ті чи інші питання, які розглянуті у розділах.

Монографія буде корисною для широкого кола читачів: вчених, керівників підприємств та організацій, викладачів вищих навчальних закладів, аспірантів, студентів.

УДК 338

ISBN 978-617-7541-74-4

© Колектив авторів, 2018
© Харківський національний університет
будівництва та архітектури, 2018

ВСТУП

Світова економіка увійшла у якісно новий етап свого економічного розвитку, для якого притаманні універсалізація і глобалізація економічних відносин, формування загального економічного, правового та інформаційного простору, вироблення єдиних підходів до господарювання підприємств, їх прояву не лише в економічному, а й в соціальному середовищах.

Але економічна криза, нестабільна політична та соціальна ситуації в Україні та світі – в черговий раз за останні роки поставили світове співтовариство перед принциповим вибором: які шляхи і форми розв'язання соціальних конфліктів та економічної кризи є найбільш ефективними; як збалансувати економічні вигоди та соціальну захищеність. Є очевидним, що для збереження України як єдиної і неподільної, для зміцнення її територіальної цілісності і суверенітету актуальним є не тільки економічний розвиток, а й соціальна стабільність.

Креативність, прозорість та сталий розвиток дозволять соціалізувати економіку України та вивести її на Європейський рівень.

Культурні та креативні індустрії визнаються ЄС та інтегруються в його політичні документи та програми вже більше десяти років. Креативна економіка виходить за рамки традиційних мистецьких та культурних галузей та включає більшу кількість взаємопов'язаних видів діяльності та підгалузей. Ця сфера має потенціал, який визнається Радою Європи, різними організаціями системи ООН, а також національними, регіональними та місцевими органами влади та установами у всьому світі.

За останні 10 років світовий товарообіг креативної продукції і послуг збільшився більше ніж вдвічі та досяг 624 млрд доларів США. Разом з економічними вигодами креативна економіка створює нематеріальні цінності та забезпечує сталий розвиток, орієнтований на людину.

Креативна економіка — це галузь світової економіки, що швидко розвивається. Вона динамічна, генерує доходи, створює робочі місця і сприяє розвитку експорту, оскільки менше прив'язана до матеріальних ресурсів.

Креативна економіка сприяє соціалізації бізнесу. Перехід до соціальної моделі поведінки бізнесу обумовлений не тільки економічними процесами і усвідомленням економічної доцільності. Розвиток соціуму призвів до того, що він став активним істотним фактором трансформації бізнесу. Однак, провідну роль в підвищенні соціальної активності бізнесу відіграє держава. Досвід економічного і соціального розвитку індустріальних країн свідчить, що ринкова економіка принципово не може існувати в чистому вигляді.

Ще одним важливим кроком до сталого розвитку нашої держави є прозорість економічної діяльності.

Найважливішою умовою існування демократії є публічність політики, тобто гласність і відкритість будь-якої політичної дії. Публічна прозора політика забезпечує відкритість дій влади та можливість громадян контролювати дії влади, впливати на процеси розробки і впровадження державних рішень. Громадяни мають право і повинні впливати на процеси створення і реалізації законів, якість роботи державного апарату, рівень освіченості і громадянської самосвідомості політиків, які приймають важливі рішення.

КРЕАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВНИЙ СТРУКТУРНИЙ ЕЛЕМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. Зміна потреб споживачів, тенденція неживання майже половини підприємств в Україні в період кризи, гостра конкуренція змушує керівників підприємств різних галузей вдаватися до абсолютно нових спроб втримати свої позиції на ринку та відхилятися від класичних принципів управління задля вирішення існуючих господарських проблем. Спостереження показують, що знаходять вихід з кризового становища, а інколи і навіть досягають успіху ті компанії, які застосували нестандартні методи у підприємстві. Це відбувається завдяки використанню креативного потенціалу. Щоб бути лідером на ринку, підприємству необхідно самостійно створювати інновації і продукувати креативні ідеї. Не зважаючи на те, що очевидна актуальність виконання цього завдання, досі ще спостерігається відсутність теоретичної основи і методико-прикладних рекомендацій з управління креативним потенціалом підприємств.

Результати дослідження. Економісти порівняно недавно почали розглядати «креативність» як одну з економіко-управлінських категорій, оскільки поглиблення конкурентних відносин перетворило інформацію, передусім науково-технічну, в одну із визначальних складових продуктивних сил суспільства. Існує доказ, що підтверджує прямий зв'язок між креативним мисленням та ефективністю роботи організації. Креативний підхід також допомагає у вирішенні організаційних проблем, заохочує впровадження інноваційних рішень, рішень, які мотивують співробітників розвивати свої навички, а також сприяють ефективній роботі в команді [1].

Аналіз літератури та наукових праць сучасності, присвячених потенціалу підприємства, авторами яких є Алексєєв С.Б., Жебокритський Є.І., Бабина О.С., Должанський І. З., Загорна Т. О., Удалих О. О. свідчить, що потенціалу підприємства надається велике значення, але серед його складових не зустрічаються посилення на елемент креативності. Науковці розглядають маркетинговий, фінансовий, науковий, технічний, виробничий, інфраструктурний потенціал. Також ряд науковців приділяють увагу інформаційному та інноваційному потенціалу. Креативний потенціал в даних джерелах не знайшов свого місця у класифікації потенціалу підприємства. Нами підтримується думка ряду науковців про те, що існуючі наукові доробки не забезпечують системних уявлень про місце креативного потенціалу серед інших видів потенціалів підприємства. Більшість науковців розглядають в своїх дослідженнях креативний потенціал лише з точки зору психології, а не економіки чи менеджменту.

Розглянемо взаємозв'язок поняття креативності з потенціалом підприємства. Сучасне бачення ознаки креативності ідеї визначається творчою спрямованістю індивідів, що набуває вигляду креативного потенціалу і перебуває у прямій залежності з емоційним станом працівників та ефективністю засобів матеріальної та нематеріальної мотивації в підприємствах.

Трактування дефініції “потенціал підприємства”, що розробляються незалежними науковцями, містять дуже часто однаковий зміст. Тому важливо звернути увагу на змістовий аспект і ключові характеристики сучасного трактування поняття “потенціал підприємства” і всебічно розглянути сутність цієї дефініції. Наведемо думку деяких науковців щодо розкриття поняття «потенціал підприємства» в табл. 1.

Трактування науковцями дефініції “потенціал підприємства”

Автор, джерело	Визначення дефініції
Отенко І.П., Малярець Л.М. [2, с. 32].	Поняття “потенціал” (лат. – сила) – можливість, здатність, сила, що існує у прихованій формі й може виявлятися за певних умов. Зазвичай у загальнонауковому контексті поняття “потенціал” пов’язується із поняттями “сили” або “міцності”. Традиційно цей термін використовується для характеристики засобів, запасів і джерел, які можуть бути використані для вирішення певного завдання або досягнення певної цілі, а також для можливостей окремої особи, суспільства, держави
Бабина О.Є. [3, с. 24]	потенціал підприємства визначається якістю та кількістю ресурсів, що має підприємство, кваліфікацією персоналу, інноваційними, інформаційними й фінансовими спроможностями
Алексєєв С.Б., Жебокритський Є.І. [4, с. 55]	потенціал – це сукупність ресурсів і можливостей, які можуть бути використані підприємством для досягнення певних цілей.
Должанський І. З., Загорна Т. О., Удалих О. О [5, с.13]	“потенціал підприємства являє собою реальну або ймовірну здатність виконати цілеспрямовану роботу”
А. А. Турило [6, с.13]	Категорія «потенціал підприємства» за аналогією із своїм родовим поняттям «потенціал» у якості первинної ознаки сутнісних характеристик даного феномену відображає можливості розвитку підприємства.

На наш погляд, для сутності поняття «потенціалу підприємства» слід використовувати визначення Квасницької Р. та Тарасюк М., які вважають, що «потенціал підприємства – це складна, цілісна система, яка включає наявні можливості, здатності та ресурси, які постійно знаходяться у взаємозв’язку та можуть бути використані для реалізації стратегічних, тактичних та поточних цілей підприємства» [7, с.74].

Креативний потенціал входить до складу трудового потенціалу, адже саме трудові ресурси, тобто робітники є носіями креативного потенціалу на підприємстві. Як і інші елементи потенціалу як економічної системи, креативний потенціал виконує свою важливу роль. Без креативного потенціалу неможливе формування інноваційного потенціалу, адже креативний потенціал пропонує ідеї, які силами інноваційного потенціалу реалізують та виводять на ринок, залучаючи виробничий потенціал, для якого потім підбирають технічний та технологічний потенціали.

На думку Ковбатюк М.В., креативний потенціал підприємства – це вища форма продуктивної активності персоналу підприємства, інтелектуальні, фізичні, психологічні, соціальні поведінкові резерви працівників, які дозволяють виходити за межі стандартного вирішення господарських завдань, а також продукувати нові оригінальні ідеї, що є передумовою створення інноваційного продукту [8].

Ми погоджуємося з визначенням Савицької Н.В., що «креативний потенціал» є можливістю його носіїв творчо розвиватись, висувати нові ідеї щодо уникнення або вирішення виробничо–господарських проблем, а також властивістю перетворювати ідеї у

інноваційні продукти і технології із врахуванням зміни умов внутрішнього і зовнішнього середовищ організації. На відміну від інших видів потенціалів (виробничий, технологічний, комунікаційний тощо) підприємства, носіями креативного потенціалу є винятково суб'єкти управління [9]. Складовими креативного потенціалу є можливості суб'єктів управління:

- генерувати ідеї і формувати гіпотези,
- аналізувати інформацію і формулювати адекватні висновки,
- моделювати інноваційні продукти і технології.

Реалізація цих можливостей вимагає дотримання низки принципів, наведених на рис. 1. Якщо керівники підприємств будуть дотримуватись зазначених принципів в процесі формування і використання креативного потенціалу, то це буде відобразитись в прискоренні креативного розвитку організації, в досягненні приросту креативного потенціалу, в раціоналізації зусиль керівництва підприємства у вирішенні виробничо-господарських проблем нетрадиційними методами.

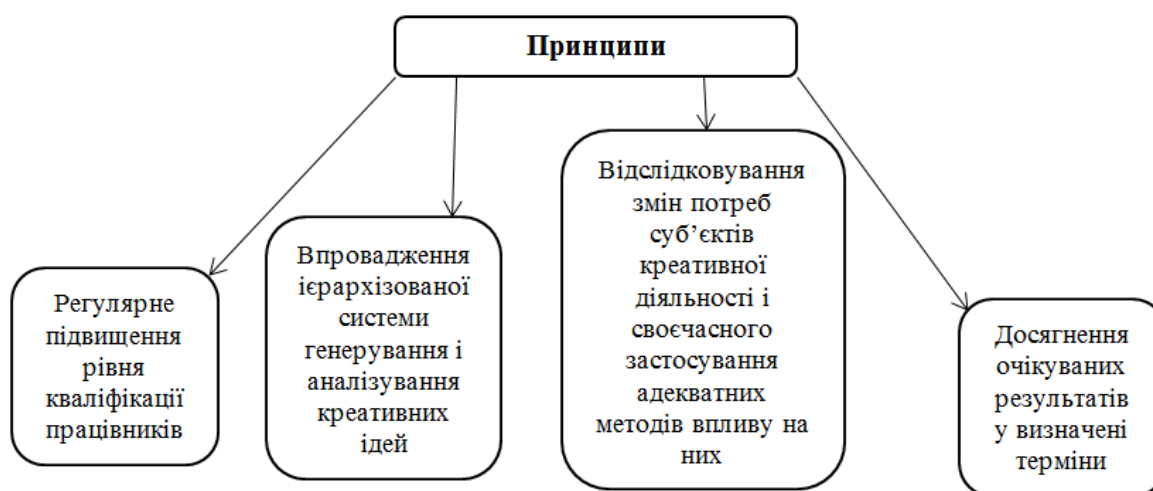


Рисунок 1 - Принципи формування і використання креативного потенціалу підприємства*

**Розроблено автором на основі [9]*

Слід зазначити, що науковцями та суб'єктами управління все ж активно йде обговорювання актуальності прояву креативності у вирішенні проблем виробничо-господарського характеру. Не зважаючи на те, що науковці визначають форми і напрямки стимулювання креативності, є здійснення спроб до планування креативної діяльності, її організації, мотивації працівників до креативності, досі майже не розроблений методичний інструментарій щодо оцінювання креативного потенціалу підприємств. Розглянемо методiku визначення креативного потенціалу підприємства, рекомендовану науковцем - Савицькою Н.В. (рис. 2)

За результатами розрахунку наведених на рис. 2 коефіцієнтів і показників можна визначити резерви для підвищення креативного потенціалу, а також тенденції його зміни за роками. Ця інформація необхідна для формування управлінських рішень щодо впливу на фактори, які діють на ефективність управління креативним потенціалом підприємства. Зазначимо, що для обчислення вищенаведених коефіцієнтів і показників використати дані офіційної статистики неможливо, оскільки необхідна первинна інформація від самих підприємств, тому запропонований комплекс показників адресований винятково суб'єктам креативної діяльності.

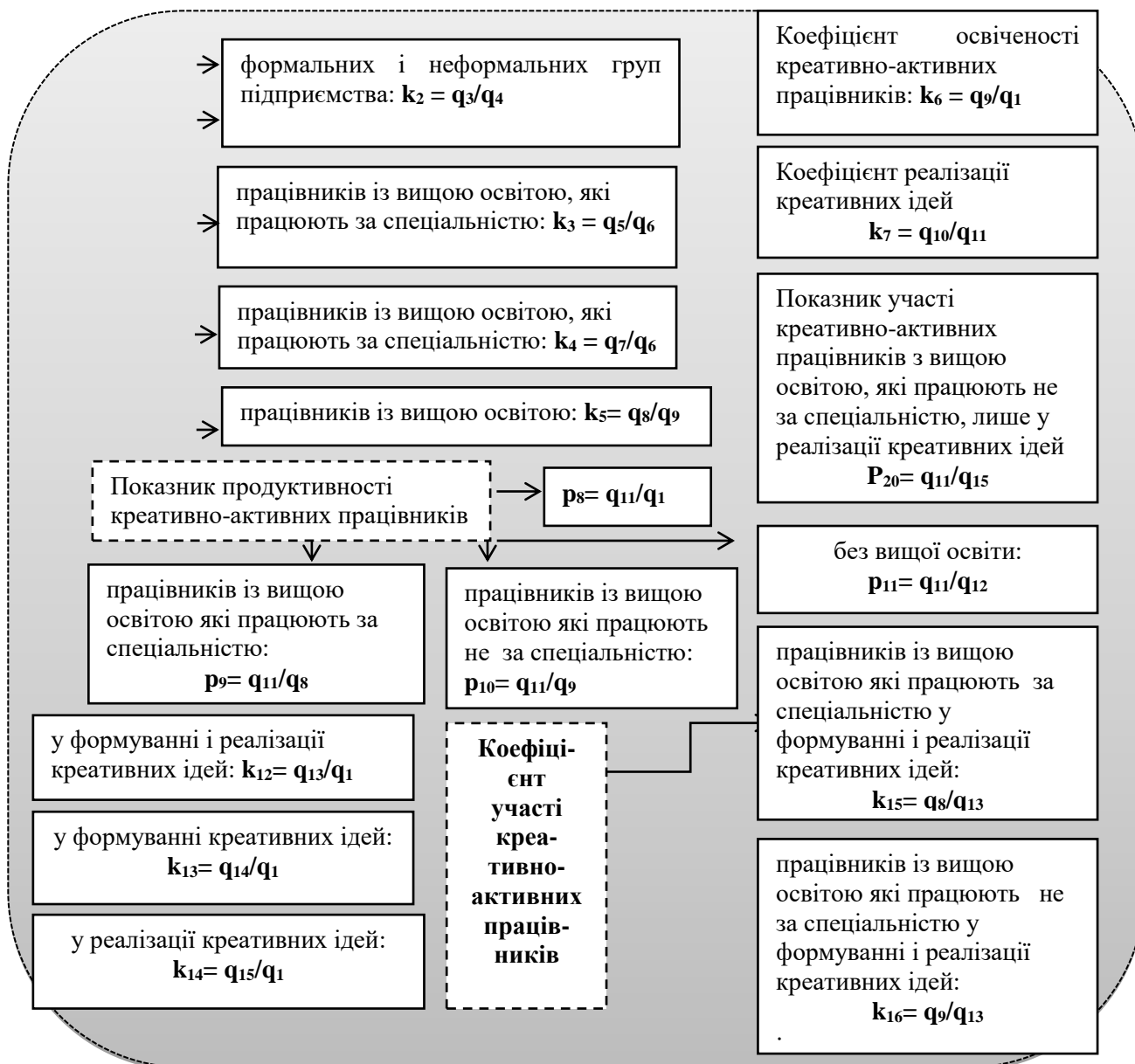


Рисунок 2 - Методика визначення креативного потенціалу підприємства*

*Розроблено автором на основі [9]

Умовні позначення до Рисунку 2:

q_1 – загальна кількість креативно-активних працівників; q_2 - загальна кількість працівників підприємства; q_3 - кількість креативно-активних груп в організації; q_4 - загальної кількості груп, які створено в організації; q_5 - середня кількість креативно-активних працівників з вищою освітою, які працюють за спеціальністю; q_6 - середня кількість працівників у креативно-активній групі; q_7 - середня кількість креативно-активних працівників з вищою освітою, які працюють не за спеціальністю; q_8 - кількість креативно-активних працівників з вищою освітою, які працюють за спеціальністю; q_9 - кількість креативно-активних працівників, які мають вищу освіту; q_{10} - кількість креативних ідей, які реалізовані; q_{11} - кількість висунутих креативних ідей; q_{12} - кількість креативно-активних працівників без вищої освіти; q_{13} - кількість креативно-активних працівників, які беруть участь як у формуванні креативних ідей, так і у виконанні робіт із підготовки їх для впровадження; q_{14} - кількість креативно-активних працівників, які беруть участь лише у формуванні креативних ідей; q_{15} - кількість креативно-активних працівників, які беруть участь лише у виконанні робіт із підготовки ідей для впровадження

Для аналізування креативного потенціалу підприємств за допомогою запропонованого комплексу коефіцієнтів було організоване дослідження трьох найбільших рітейл-компаній в Україні (ТОВ «АТБ-Маркет», ТОВ «Фозі-Фуд», ТОВ «Епіцентр К») з залученням експертів. Узагальнення отриманої інформації (табл. 2) засвідчило, що на підприємствах, які були досліджені, збільшується чисельність креативно-активних працівників і кількість креативно-активних груп.

Таблиця 2

Результати обчислення коефіцієнтів і показників, які характеризують креативний потенціал досліджуваних підприємств

Показники	ТОВ «АТБ-Маркет»	ТОВ «Фозі-Фуд»	ТОВ «Епіцентр К»	Показники	ТОВ «АТБ-Маркет»	ТОВ «Фозі-Фуд»	ТОВ «Епіцентр К»
k ₁	0,019	0,044	0,032	k ₁₅	1,2	6,66	2,92
k ₂	0,18	0,11	0,18	k ₁₆	2,49	10,69	5,17
k ₃	0,39	0,55	0,44	k ₁₇	1,9	1,4	1,87
k ₄	0,51	0,29	0,37	k ₁₈	3,5	2,32	3,36
k ₅	0,079	0,625	0,58	k ₁₉	0,8	0,86	0,69
k ₆	0,299	0,79	1,0	p ₈	2,69	4,74	2,74
k ₇	0,36	0,286	0,188	p ₉	7,24	9,14	6,01
k ₁₂	0,18	0,06	0,13	p ₁₀	3,63	5,7	3,39
k ₁₃	0,23	0,37	0,21	p ₁₁	12,0	23,11	13,6
k ₁₄	0,43	0,51	0,64	p ₂₀	6,1	8,28	4,43

На креативний потенціал усіх досліджених підприємств впливають практично одні і ті ж фактори. За результатами проведеного дослідження їх згруповано за такими класифікаційними ознаками:

- за змістом: кадрова укомплектованість; ступень освіти, робота за спеціальністю; наявні умови для саморозвитку і самовираження працівників; рівні інформаційного забезпечення працівників; наявні стимули, що призвані спонукати працівників до креативних пошуків; наявні стратегічні і тактичні плани з формування креативного потенціалу організації; послідовність керівників підприємства у реалізації розроблених планів; фінансова незалежність підприємства та достатність наявних ресурсів для реалізації креативних ідей; інтегрованість підприємства до наукових і виробничо-господарських структур, що розробляють і реалізують креативно-інноваційні
- проекти; стабільність національної економіки, зокрема рівня інфляції і відсоткової ставки;
- за силою впливу на досліджуваний об'єкт: фактори, що впливають на досліджуваний об'єкт сильно; фактори, що впливають на досліджуваний об'єкт слабо;
- за характером впливу: фактори, які впливають позитивно і фактори, які впливають негативно;
- за зв'язками: фактори з лінійними зв'язками і фактори з опосередкованими зв'язками.

Використання цієї класифікації доцільним є для ухвалення і реалізації управлінських рішень, зокрема щодо вибору джерел фінансування інновацій, умов налагодження науково-виробничої кооперації, методів впливу на креативно-активних суб'єктів, способів зниження ризиковості практичного впровадження креативних ідей тощо.

Висновки та наукова новизна. На основі аналізу і синтезу різних методичних підходів до трактування категорії «потенціал» в роботі була визначена сутність поняття «креативний потенціал підприємства». Складовими креативного потенціалу є можливості суб'єктів управління: генерувати ідеї і формувати гіпотези, аналізувати інформацію і формулювати адекватні висновки, моделювати інноваційні продукти і технології.

На основі методики рекомендованою науковцем Савицької Н.В. був визначений креативний потенціал найкрупніших торгових підприємств України. За результатами дослідження визначено, що на підприємствах, які реалізують інноваційні стратегії розвитку, збільшується чисельність креативно-активних працівників і кількість креативно-активних груп; у креативно-активних групах зростає частка працівників з вищою освітою, проте більшість з членів цих груп працюють не за спеціальністю; серед суб'єктів креативно-активних груп найбільша частка тих, які беруть участь лише у формуванні креативних ідей, а також тих, які беруть участь як у формуванні, так і в реалізації креативних ідей; велика розбіжність між кількістю висунутих і кількістю реалізованих креативних ідей зумовлена тим, що значна частка висунутих ідей належить креативно-активним працівникам без вищої освіти.

Слід зауважити, що закордонні компанії приділяють достатню увагу креативному потенціалу, його активізації, розвитку і приросту та утверджують свій статус лідера на світовому ринку. Підприємства України практично не використовують у своїй діяльності можливості креативного потенціалу, а, оскільки сучасний стан більшості суб'єктів господарювання, фахівці визнають як кризовий, то як тільки керівники компаній усвідомлять значення та важливість використання креативного потенціалу як засобу антикризового менеджменту, відкриється нова сторінка в історії національного підприємництва.

Список використаних джерел

1. Маслоу А. Мотивация и личность [Текст] / А. Маслоу . – [3-е изд.] – СПб.: Питер, 2006. – 352 с.
2. Отенко И.П. Механизм управления потенциалом предприятия: монография / И.П. Отенко, Л.М. Малярец. – Х. : ХГЭУ, 2003. – 220 с
3. Бабина О.Є. Потенціал як системна економічна категорія / О.Є. Бабина // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 36. – С. 23–26.
4. Алексеев С.Б., Жебокритський Є.І. Визначення поняття «ресурсний потенціал підприємства» / С.Б. Алексеев, Є.І. Жебокритський // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2014. - № 2 (77). - с. 53-56
5. Управління потенціалом підприємства / [Должанський І. З., Загорна Т. О., Удалих О. О. та ін.]. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.
6. Туріло А. А. Потенціал підприємства: сутність та методологічні підходи до визначення / Економічний вісник. - 2014. - №3. - С. 65 – 71
7. Квасницька Р. Структуризація потенціалу підприємства / Р. Квасницька, М. Тарасюк // Вісник КНТЕУ. - 2017. - № 1. - С. 73-82
8. Ковбатюк М.В. Формування креативного потенціалу на підприємстві / Ковбатюк М.В. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin>
9. Савицька Н.В., Управління креативним потенціалом підприємства: стратегія і тактика. / Н. В. Савицька, О. Л. Коломієць. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>

candidate of technical sciences, associate professor **Posternak I. M.**
The Odessa state academy of building and architecture
candidate of technical sciences, associate professor **Posternak S. A.**
Private company "Composite", Odessa

FORMATION STREAMS OF CRITICAL WAY OF THE COMPLEX TOWN- PLANNING POWER RECONSTRUCTION

Introduction. Under the forecast of analysts, the governments many leading countries soon will actively start creation state-private partnership for working out, testing and introduction innovative technologies to maximize benefit which their economy will receive from the fourth industrial revolution. This strategy, however, will demand global, and not just national, decisions. For creation new industrial systems it will be necessary to introduce not easier technologies new type, but also standards, norms and rules which should not have technical, geographical and political restrictions. Just as the leading countries now co-ordinate quotas on issue hotbed gases, they should agree together about compatibility the industrial equipment, about free data exchange and elimination other potential obstacles in a progress way. When the states-leaders will create a sheaf for joint development manufactures new type, in the others it is necessary - to try to put two ways in this sheaf or to reorient the economy on agriculture, sphere of services and those areas of the industry which can keep competitiveness without transition to revolutionary technologies. However, in due course such areas will become ever less. «For the countries crucial to raise the readiness for manufacture the future and to develop unique possibilities which will make their attractive directions in global industrial-marketing chains. If the countries cannot quickly enter a sheaf with leaders they can quickly appear are superseded», – believes WEF [1,2].

A problematic urgency – in Odessa isolated building contract organizations (constantly varying), performing works at low scientific and technical level, without the general vision of a specific problem of reconstruction of historical building of a city are engaged in reconstruction of historical building of a city.

Problem statement in a general view – as one of perspective forms of integration various complexes act in town-planning structure; in the course of formation of plans of social and economic development of large cities even more often there is a situation when for increase of efficiency used financial, material and a manpower concentration of efforts, but also new progressive forms of the organisation of building manufacture – corporate, scientific and technical is necessary not simply, power efficiency [3...7].

Allocation unresolved before parts of the general problem – in town-planning is shown the tendency to integration, both in sphere of production of goods, and in management sphere; the expanded reproduction demands the further increase of level a division of labor, concentration and specialization of building manufacture, an intensification of an exchange of results is industrial-economic activities.

Research objective – to offer the organizational structure using in practice the saved up scientific and technical potential for reconstruction of buildings of historical building of Odessa 1820...1920 years under standards power efficiency and to execute formation of streams (in the matrix form) a method of calculation of the organisation of internal painting and decorating of the Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR" – a method of critical way.

Subject of researches – formation streams of critical way of the organisation of internal painting and decorating "CSTC T-PPR".

Object of researches – a corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR".

Tendencies of economy a modern information society are that, which the science [8, c.29] becomes motive power innovative development of a society. For hi-tech, high technology, technically difficult goods and services the competitive potential is very important, as the enterprise, not capable to create the competitive goods in the future and services, it can appear in general the bankrupt. In the present it in the market can have competitive goods, but it a fruit of last works [9, s.21-22]. The concept

covers «a town-planning heritage» both separate buildings, and large quarters, zones of the historical centers and a city as a whole. «The city is the integral of human activity materialized in architecture...». Such capacious definition to a difficult city organism was given by architect A.K. Byrov [10, c.103]. A new city – the instant phenomenon. Time having arisen, it becomes a historical category in the course of the development and is object of modern consideration. Value of a historical architecturally-town-planning heritage is defined by following positions [10, c.105]: architectural and town-planning achievements of last epoch are one of the major components of a historical and cultural heritage; history and culture monuments, the historical architecturally-spatial environment enriches shape of modern cities; presence of the developed ensembles causes aspiration to harmony with surrounding context.

According to varying social and economic conditions of a life in a city organism naturally die off old fabrics and are born new, therefore updating of cities occurs consistently, by replacement of an out-of-date supply available and gradual transformation by this basis planned structures in whole or its separate elements. The purpose of reconstruction and restoration of an architecturally-town-planning heritage is preservation of composite and aesthetic features of the historical city environment. Town-planning reconstruction is a purposeful activity on change before the generated town-planning structure, caused by requirements of development and perfection. The concept reconstruction of cities has double sense. On the first, it reflects development of the occupied places, improvement of their spatial organisation, proceeding long time. On the second, it is material result, a building condition at present. Only having understood these parties of reconstruction in their interrelation, it is possible to approach correctly to an estimation of problems and to establish methods of a reorganization of cities. Reconstruction - the continuous process which is passing in each city differently depending on the previous growth and modern requirements. It predetermines value of a city as historical phenomenon in which various epoch intertwine. And in a modern city organism its components [10...14] continuously change.

Theoretical basis of research concerning organizational-economic bases, innovative potential, the system approach to management and power efficiency the building enterprises works of following scientists, in particular O.L. Galtsova and O.P. Holovko [15], S.A. Ushack'ij and A.V. Serdjuk [16], O.O. Pshyk-Kovalska [17], O.M. Gucaljuk [18], V.M. Kirnos, V.F. Zalunin and T.V. Tkach [19], V.O. Kozlovs'kij and I.V. Prichepa [20], N.I. Verkhohliadova, D.L. Levchynskyi and O.Ye. Rossikhina [21], G.V. Strokovich [22], O.I. Kirnos, O.Ju. Shheglova and D.S. Nikitin [23], L.O. Voloshchuk [24], V.V. Dzhedzhula [25].

Results of research. Before builders and architects there is an uneasy problem as reconstruction and the adaptation such objects under new functions should be spent taking into account all requirements and specifications on protection an architectural heritage and to have complex character taking into account prospects development all city, separate quarter and object. Carrying out reconstruction, it is extremely important to keep aesthetic and architectural qualities historical buildings, especially their facades. Therefore, the big attention it is necessary give reconstruction protecting designs.

For all protecting designs a building as a whole, first of all, it is necessary to develop the concept a thermal protection and to make the comprehensive list actions. It will help to make the decision concerning calculation parameters a thermal protection, a choice the sizes and carrying out separate actions for a thermal protection. For each constructive element there are various variants a thermal protection, and our problem - to choose most practical of them. At decision-making the estimation is made by following criteria: power efficiency and the importance within the limits of all complex actions for reconstruction; practical practicability with reference to an available building and risks of by-effects; improvement thermal characteristics, increase comfort and improvement appearance a building; cost and an estimation as a group received improvement quality.

Development concepts a thermal protection for protecting designs a building is important not less than the list of wishes or exceptions at a choice thermal protection material. It is important, because at use ecologically pure materials the maximum values can be reached only at higher expenses for designing, the big attention to details and as a group to higher cost all works.

Before the beginning planning power reconstruction it is necessary to be defined with quantity

power consumption to which it is necessary to aspire. In an original form it is recommended to stop on an intermediate variant somewhere in between the improved building and "the passive house". Exact values will be defined within the limits of the further planning. Basically it is possible to choose both the maximum thickness of isolation, and minimum. The matter is that in parallel with thermal protection measures on decrease in consumption energy, including on hot water supply, other measures are planned for economic-household installations and the equipment and other needs also. The principle question demanding the answer, is put so: what expenses are demanded by realization this or that measure, and what economy energy it will allow to achieve?

Not for all buildings historical building it is possible to achieve an optimum thermal protection, having kept in frameworks adequate expenses. For example, restrictions can be imposed by an available design or, say, the legislation on protection an architectural heritage. It is possible to compensate these restrictions for the account of use the improved heating system that will allow lower the expense primary energy considerably. Very important at the earliest stages planning to consider all accessible introduction power savings technologies and compare them taking into account their cost received at their expense economy and decrease emissions CO₂. Here frequently it is required to apply non-standard, and even the creative approach.

There are such constructive elements buildings for which thermal protection perfection is not unique or at least a reconstruction main objective. Some constructive elements building and without that require improvement, replacement or reconstruction, for example, them the decayed window covers, not tight or even the proceeding roof, the peeled off plaster on a facade concern. In such cases an expense for power reconstruction are inevitable, because suffers not only functionality a building and its suitability for residing, but also building aesthetics, and elimination these lacks any case will demand financial expenses.

The first samples of the joint-stock companies (and they were called as corporate) have appeared in days the Middle Ages. Cities were which had the right to self-management, universities and monastic order. Their feature was that, having actives, they existed irrespective the members. In XV century in the Great Britain, which known for existence of system the capable right, the English court has generated unique line this organizational form: the limited liability principle became lawful, and in 1886 this norm has been legally fixed in the USA.

Corporate forms of modern type have appeared in 1850 in the railway industry, and in 1880 – in areas which develop consumer goods.

In XX century there are new forms the organisation of business, in particular holdings and financial and industrial groups.

The factor which provides formation new forms of corporate business, increasing globalization economic. The globalization beginning as scale historical process it has appeared in occurrence and development the transnational corporations, which steels almost the most effective and the most viable the form of the organisation of the general business and manufacture.

Formation of corporate sector in Ukraine was carried out mainly through privatization – transformation of the operating enterprises on joint-stock companies. The structure of such enterprises was far not optimum in this connection they required reorganization.

Such activity has got the "re-structuring" name; it represented many-sided work which concerned different aspects of activity the enterprises. Nevertheless in overwhelming majority cases under re-structuring understood processes downsizing the separate enterprises, formation on a place of complete legal bodies of several subjects of managing with certain functions.

Organizational structures which were formed on the basis the former state enterprises, various enough and depend on scales of manufacture, the purpose of development corporation, other powerful factors. Within the limits corporation variety the separate enterprises can function, and there can be, on the contrary, a rigid control system by a principle linearly-staff where acceptance level of all more or less important decisions becomes isolated on the first person. It is necessary to notice, that basically reorganization actions went on crushing the enterprises by creation separate legal bodies.

Feature of the Ukrainian integrated corporations is that they were generated on the basis of industrial complexes of the Soviet period as to disintegration of the USSR they had the highest level of

branch integration whereas in the developed countries all big business functioned by a principle of inter branch integration, merge bank and industrial capitals. As a result all Ukrainian corporate structures represent complete industrial chains, but have not complete structure the financial block. Activity the integrated corporate structures is describe by instability the property rights as it is frequent those rights which are formally fixed, is the insufficient basis for realization by their owner.

Today search new forms of integration which would give the chance to strengthen and order relations the property and industrial-financial relations lasts. If to consider experience of the developed countries, it is possible to come conclusion, that there is no structure which would solve all these disagreements. At the same time in the course of evolution forms integration in the Western Europe and the USA began to prevail holdings and multidivisional structures. However in each of these structures constant search of an optimum parity and functioning its part for the purpose increase of efficiency activity all integrated corporation lasts.

The state (municipal) economic association - the association of the enterprises formed by the state (municipal) enterprises under the decision of the Cabinet of Ministers the Ukraine or in cases defined by the law by the decision of the ministries (other bodies to which sphere management the enterprises which form association enter), or under the decision competent local governments.

Be formed economic associations corporations, consortia, concerns and other associations can as association.

The corporation is the contractual association created on the basis association industrial, scientific and commercial interests the enterprises which have united, having delegated separate powers and the centralized regulation activity each of participants to controls.

In work the scheduling method in the organisation of building manufacture is used. The planned schedule is such design document, in which dynamically (i.e. in time) terms and costs of performance of works are displayed. The planned schedule can be presented in various forms (descriptive, matrix, a sheet-calendar, graphic, etc.) From which the most evident is the graphic form. Last is widely applied in the form of the linear schedule chart (Gantt chart) and the network schedule (count). In substantial aspect the planned schedule it is system unites technology, the organisation and economy building manufacture. Planned schedules are a basis both for the organisation building manufacture, and for projects management. Planned schedules it is developed as a part of following projects: the business plan the investment building project; the project organisation of building; the project a substantiation of investments; offers for its representation on the contract auctions; the project manufacture works; the project the annual organisation of works the building organisation; technological cards, etc.

The planned schedule also is a basis for formation of the schedule of financing building and the schedule a monetary stream (Cash Flow), connected with an estimation economic efficiency of the project.

The scheduling initial stage is connected with a choice of model the organisation works which to the greatest degree satisfies to requirements of manufacture, concrete economic and to specifications. Depending on taking place conditions the organizational-technological scheme which is a basis for working out of model the planned schedule is defined. The Organizational-technological scheme mainly defines topological statement a problem scheduling, and also essential conditions, criteria and restrictions. Methods and ways the organisation works are defined by concrete conditions building, character coordination of works in their technological sequence, in time and in space. Creation of the organizational-technological scheme of building object is the difficult creative process demanding high qualification the expert in the field scheduling building.

On planned schedules the general elements take place. We will consider the cores from them:

A) Division of building space into private fronts of works. The building space including either separate object, or group of objects, can be divided into separate private fronts works depending on character of design decisions and possibilities consecutive performance works on the allocated private fronts. Allocation private fronts of works from the general building space is a necessary condition the organisation the building stream as which basic sign it is necessary to consider combination in time performance different kinds of works for different parts of object or a complex objects. It is necessary to notice, that the private front is the generalized name of the allocated part of building space.

B) Division of building into private streams of works. Division building space into private fronts shows, where works are performed. Unlike it division of building into private streams defines, what should be performed works. As top level of the hierarchy reflecting specialization of work in building, cycles of works can be allocated. In turn, cycles of works include separate kinds of works. According to hierarchy the work kind is followed by building processes, their result of performance is release intermediate or final building production. Building processes can be simple and complex, i.e. including simple processes. Further simple processes are subdivided into working operations, invariant which the fixed cast, means and work tools is. Manufacture of working operations is carried out by means of their decomposition on separate working receptions.

Thus, there is quite accurate hierarchy at the work organisation in building manufacture: a cycle of works → a work kind → complex process → simple process → working operation → working reception.

For the description conditions performance kinds of works technological cards, for the description of processes - cards of labor processes serve. In some cases these descriptions are supplemented with technological normal which define all essential conditions and ways of the control of works and the operations, necessary for their qualitative and effective performance.

Between any two works entering into some complex of works, is more exact between any two events defining the facts of the beginning and the termination of two works of a complex, there can be communications or dependences. Communications is that unites separate elements in system, establishes relations, interdependences, conditionality and, at last, a generality of elements in system. Usually in building it is considered two basic types of communications.

Resource communication is a dependence between two adjacent works of one kind (carried out on adjacent private fronts), showing, that the beginning of performance of the subsequent work can be carried out after the termination of performance of previous work. Resource communications can change in time (a stretching of resource communications). Hence, they reflect degree a continuity performance of works in adjacent private fronts and as a result - degree a continuity of use resources in each private stream.

Face-to-face communication is a communication between two adjacent works of the different kinds which are carried out on one private front. Face-to-face communication shows dependence of the beginning performance of work the subsequent kind on the termination performance of work a previous kind within one private front. Face-to-face communications can change in time (a stretching of face-to-face communications). Hence, face-to-face communications reflect degree of a continuity of development private fronts of works.

As leading sign expediency application coordination principles of management the generality the economic purposes and the problems, demanding industrial cooperation acts.

From positions methodology management CSTC T-PPR is the economic object the new class which has received the name integration. Its specificity follows from its integrated approach that assumes:

1. High level coincidence interests of the basic industrial organizations entering in CSTC T-PPR at preservation a branch accessory and its corresponding inclusiveness in branch systems of planning, financing, logistics and management;
2. The interrelation of economic activities defining them dependence in achievement both own, and branch purposes, forming the given complex;
3. Territorially caused social and economic unity, impossible without realization the coordinated economic policy, free from administrative restrictions.

Such are the most general features, testifying that at the organisation management CSTC T-PPR it is impossible to adapt only an operating economic mechanism, search of new forms and methods is necessary. In effect, the main problem is today a maintenance coordination in activity of the controls concerning various links and levels building branch. Suggest them to unite "under the general roof" more often. But such structures are too bulky, unhandy, and are not always realized in practice, especially in building. It is necessary to organize thus participants CSTC T-PPR that they, realizing own purposes, would reach also the general results - we will tell, with partners in building of those or other

building objects or with accessory manufacturers, though and not participating directly in works, but providing them, etc. Such mechanism is a coordination. Integrity CSTC T-PPR is given by not so much spatial organisation, how many that end result - a product of manufacture of reconstruction which and is created by builders. Now, when the emphasis becomes on economic control levers, neglect lessons coordination management in relation to primary economic cells are necessary for considering.

At legislative level in Odessa operate: the Program of support of investment activity in territory of a city Odessa on 2016... 2018 [26] which acceptance is caused by necessity creation conditions for activation of the investment activity directed on improvement environment for conducting business and economic activities, improvement of the general macroeconomic indicators, as consequence maintenance of constant social and economic development of a city Odessa; and the Complex Program of development building in the city Odessa on 2013... 2018 [27] which is directed on the decision such basic problem questions town-planning sphere of a city Odessa as housing construction development, and also updating a technical condition of objects social appointment and an engineering-transport infrastructure.

Successfully to develop CSTC T-PPR it is necessary to consider changes in a control system of municipal economy, and the happened cardinal changes in economy. Especially it concerns problems with acceleration of technical updating of sphere of manufacture of building materials.

Reconstruction of historical building has the big social and economic value. Its primary goals consist not only in prolongation of service life buildings, but also in liquidation physical and an obsolescence, improvement conditions residing, equipment of residential buildings by the modern engineering equipment, increase operational characteristics and architectural expressiveness. In Odessa in a context of the international integration to standards power efficiency buildings city target programs operate: the City target program of inclusion of the central historical part of building Odessa to the basic list of the World inheritance of UNESCO on 2013...2018 [28] and the City Program power efficiency of Odessa on 2013...2018 [29].

As a result of an unsatisfactory condition of an available housing, an street-road system, engineering communications, deterioration of comfort of residing, and as a whole losses of integrity perception the historical environment in the central historical area the city, and also deterioration of tourist and investment appeal the city complex target program «Preservation of authentic building and development of the historical centre of Odessa» [30] is developed.

Within the limits of these programs it is necessary to execute reconstruction of buildings historical building of Odessa 1820 ... 1920 years under standards power efficiency in which it is necessary to execute enough considerable quantity of internal painting and decorating.

Working out and introductions new and improvement of existing technologies in capital construction is defined by necessity of decrease in material and labour expenses for their performance, and also necessity reduction a reinvestment cycle building of buildings and constructions.

As researcher O.S. Semid'janova in article [31, c.29] "the basic criteria for decrease in duration performance works and as consequences – labor input decrease, introduction in working process of the modern equipment and materials with the improved characteristics" is marks.

Application the mechanized methods manufacture internal painting and decorating raises efficiency of application building mixes as allows to organize performance works by a line method and to reduce duration of complex processes manufacture works. Wide introduction in practice building dry building mixes has opened possibilities mechanization manufacture plaster works with use both foreign, and the domestic equipment.

Any complex works can be executed various methods with different terms of the beginnings and the terminations works, with different character use resources and development private fronts of works and according to technical and economic indicators different in size. Basically methods calculation the organisation works are defined taking into account the restrictions imposed on communication between works.

The line method the organisation works is formed by means of spatial division the general front works into private fronts works and parallel performance into them polytypic private streams works.

Line methods the organisation works can be calculated in the different ways, therefore they have

received names of methods calculation the organisation works. We will consider a method of critical way (M- CW).

For calculation formation streams on method M-CW we will consider the line organisation of works presented by a matrix durations and the schedule internal painting and decorating, at reconstruction of buildings of historical building Odessa 1820...1920 years under standards power efficiency (tab. 1).

On four building objects (buildings of historical building Odessa 1820...1920 years), defined as private fronts of works, are carried out four kinds of works in rigid technological sequence (A→B→C→D) on each object: plaster works (index A), priming works (index B), under paint putty works (index C) and works on colorings (index D). The sequence development private fronts works also is fixed by the following sequence: 1→2→3→4.

Table 1

Matrix durations and the schedule internal painting and decorating, at reconstruction buildings of historical building of Odessa 1820...1920 years under standards power efficiency, calculated by a method of critical way (M- CW)

Index and the name of works	Private front of work				Total duration of work
	I	II	III	IV	
A. Plaster works	0 7	7 16	16 22	22 30	30=30-0
	<u>7</u>	9	6	8	30=7+9+6+8
	0 7	10 19	31 37	39 47	47=47-0
B. Priming works	7 9	16 19	22 24	30 33	26=33-7
	<u>2</u>	3	2	3	10=2+3+2+3
	7 9	19 22	37 39	47 50	43=50-7
C. Underpaint putty works	9 22	22 39	39 50	50 65	56=65-9
	<u>13</u>	<u>17</u>	<u>11</u>	<u>15</u>	56=13+17+11+15
	9 22	22 39	39 50	50 65	56=65-9
D. Works on colouring	22 27	39 47	50 54	65 71	49=71-22
	5	8	4	<u>6</u>	23=5+8+4+6
	48 53	53 61	61 65	65 71	23=71-48
Total durations of fronts of works	27=27-0	40=47-7	38=54-16	49=71-22	Stretching of communications: resource – 42/50 frontal – 35/51
	27	37	23	32	
	53=53-0	51=61-10	34=65-31	32=71-39	

Source: It is developed by authors on the basis scheduling.

Each kind of work is carried out by a constant cast which pass to the following object only after the full termination work on previous object. If the given complex works was carried out by a consecutive method its minimum duration would be equal to the sum of durations of all works entering into a given complex (1):

$$T = 7+9+6+8+2+3+2+3+13+17+11+15+5+8+4+6 = 119 \text{ days.} \quad (1)$$

For the line organization works at performance any work on any object performance two obligatory conditions is required:

1) the termination the given kind of work a resource on previous object (resource readiness of executors);

2) the termination a previous kind of work on the given object (technological readiness private front of work).

In the centre of each element tab. 1 values durations works in days are shown. At formation of schedules works the primary goal consists in calculation terms manufacture works or, otherwise,

terms the beginnings and the terminations works.

For the given stream (tab. 1) as restriction maintenance of continuous performance of each kind of work (a zero stretching of resource communications), and as criterion function – the greatest possible rapprochement of adjacent kinds of works (private streams) is entered.

The algorithm of calculation of a building stream on a method of a critical way includes following stages:

I. Calculation of early terms performance events.

II. Calculation of late terms performance events.

III. Calculation of reserves of time and definition of the critical works defining corresponding critical ways.

I. Calculation of early terms performance events includes consecutive performance of following settlement operations:

I.1. The zero moment of time is accepted to the early beginning of the first by the form and first work first by the form on front (AI).

I.2. The early termination of work is defined by the sum of the early beginning and its duration.

I.3. The early beginning of the subsequent work in case of its dependence on set of previous works is defined by the maximum termination of these (previous) works.

The calculated terms of manufacture works are put down in the top elements of a matrix (at the left - the early beginnings, on the right - the early terminations).

II. Calculation of late terms performance events includes consecutive performance of following settlement operations:

II.1. The early termination of the given work is accepted to later termination of last by the form and last work on front (DIV).

II.2. Later the work beginning is defined by a difference of its late termination and its duration.

II.3. Later the termination of previous work in case of its influence on set of the subsequent works is defined by the minimum beginning from these (subsequent) works.

The calculated terms of manufacture of works are put down in the bottom elements of a matrix (at the left - the late beginnings, on the right - the late terminations).

III. Calculation of reserves of time and definition of the critical works defining corresponding critical ways, includes consecutive performance of following settlement operations.

III.1. Full reserves of time of events (the beginnings and the terminations of works) by means of subtraction from late term of corresponding early term pay off.

III.2. Critical works on the basis of zero value of a full reserve of an operating time are defined.

III.3. Critical ways (can be more than one) are defined, each of which connects critical works in the consecutive chain connecting initial and final events. The sum of works of any critical way is equal to the general duration of performance of all works for the given schedule.

III.4. The method of a critical way also establishes a free reserve of time for any work which is defined as the greatest possible delay of the early termination of the given work, not leading to increase in the early beginnings of all subsequent works.

For a stream calculated on a method a critical way and presented to tab. 1, in last column of the table are shown total duration kinds of works which are compound in relation to the simple works which are carried out on separate private fronts. Calculated duration show, that the increase duration in relation to the sum duration simple works occurs at the expense of stretching (breaks) resource communications. Last line of tab. 1 similar data for the private fronts with the same name for which the increase duration in relation to the sum duration simple works occurs at the expense of stretching (breaks) face-to-face communications are shown. In the last (the right bottom) an element total stretching of resource and face-to-face communications are shown at early terms performance events (in numerator) and at late terms performance events (in a denominator).

Conclusions and scientific novelty. It is offered to create in the city Odessa "the Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR", as the innovative organizational structure using in practice the saved up scientific and technical potential for reconstruction buildings historical building of Odessa 1820...1920 years under standards power efficiency. The considered method of calculation of building stream M-CW possesses positive property of reception minimum of the general duration of all complex of carried out works (on a method of a critical way the most high-speed schedule of works pays off) with a view of the maximum approach of the profitable period operation of the project; however thus, as a rule, there are breaks, as in development of separate private fronts of works, and in use of resources.

References

1. Закіянов Д. До майбутнього не готові: ВЕФ оцінив виробничий потенціал України. M!nd – незалежний журналістський бізнес-портал. URL: <https://mind.ua/publications/20180876-do-majbutnogo-ne-gotovi-vef-ociniv-virobnichij-potencial-ukrayini> (дата звернення: 12.03.2018).
2. Readiness for the Future of Production Report 2018/ Committed to improving the state of the world, World Economic Forum: Insight Report. Geneva. Switzerland. 2018. 254 p. URL: <http://wef.ch/fopreadiness18> (Last accessed: 12.03.2018).
3. Posternak I. M., Posternak S. A. (2016). Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR" Odessa. The development of international competitiveness: state, region, enterprise: materials of the International scientific conference. Lisbon, Portugal: Baltija publishing. Part II. Volume 1. Business economics and corporate management: innovation problem. pp. 6–8.
4. Posternak, I. M., & Posternak, S. O. (2016). Korporativnij naukovo-tehnicnij kompleks mistobudivnoï energorekonstrukcii KNTK MERek: vitoki [Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction CSTC T-PPR: sources]. In *Scientific horizons – 2016* (Vol. 1, pp. 26–29). Sheffield: Science and education LTD (in Ukrainian).
5. Posternak, I. M., & Posternak, S. A. (2016). Sohranenie ob'ektov kulturnogo naslediya Odessyi s uchetom energomenedzhmenta [Preservation objects of a cultural heritage of Odessa with the account power management]. *Preservation of historic buildings in the central part of Odessa via inscribing in the UNESCO world heritage list* (pp. 220–223). Odessa: Astroprint (in Russian).
6. Posternak I. M., Posternak S. A. Die kalenderplanung bei der organisation des baues des komplexes städtebaulich energetisch-rekonstruktion. *Economy and society: a modern foundation for human development: materials of the II International scientific conference, Germany, Leipzig, June 23th, 2017; Leipzig university: Faculty of economics and management science. Baltija publishing, 2017. Part II. P. 44–47.*
7. Posternak I. M. Effektivnyie formy i otsenka mehanizma organizatsii stroitel'nogo proizvodstva [Effective forms and evaluation of the mechanism organization of building production]. *Strategiczne pytania światowej nauki – 2014: materials of the X International scientific and practical conference. Poland, Przemysl, February 7–15, 2014. Przemysł: Nauka i studia, 2014. Volume 5. Ekonomiczne nauki. P. 100–102* (in Russian).
8. Buj, D., Biloshic'kij, A, & Goguns'kij, V. (2014). Scopus ta inshi nauko metriczni bazi: prosti pitannja ta nechitki vidpovidi [Scopus and other scientometric base: simple questions and unclear answers]. *Vishha shkola*, 4, 27–40.
9. Chernov, S. K., & Koshkin, K. V. (2010). Konceptual'nye osnovy razvitija naukoemkih predpriyatij v konkurentnoj srede [Conceptual bases of development of high-tech enterprises in the competitive environment]. *Vostochno-Evropejskij zhurnal peredovyh tehnologij*, 1/2(43), 20–22 (in Russian).
10. Prucyn, O., Rymashevskij, B. (1990). Arhitekturno-istoricheskaja sreda [Architectural and historical environment]. Moscow: Strojizdat (in Russian).
11. Rossohin, S. O. (2009). Onovlennja mist i modernizacija zhitlovogo fondu Ukraïni: problemi i perspektivi [Urban renewal and housing modernization Ukraine: Problems and

- Prospects]. *Stroitel'stvo, materialovedenie, mashinostroenie*, 50, 455–461 (in Ukrainian).
12. Kravchunovs'ka, T. S. (2009). Do pitannja kompleksnoi rekonstrukcii kvartaliv [On the issue of complex reconstruction quarters]. *Stroitel'stvo, materialovedenie, mashinostroenie*, 50, 271–276 (in Ukrainian).
 13. Gabriel, I., & Ladener, H. (2010). *Vom Altbau zum Niedrigenergie und Passivhaus*. Dresden: Staufen bei Freiburg.
 14. Verhogljadova, N. I., & Levchinskij, D. L. (2009). Kompleksnoe razvitie i planirovanie rekonstrukcii zhilov zastrojki [Integrated development planning and reconstruction of residential buildings]. *Stroitel'stvo, materialovedenie, mashinostroenie*, 50, 90–94 (in Russian).
 15. Galtsova O.L., Holovko O.P. The development of construction industry of Ukraine: the issues of institutional context. *Розвиток економіки України: трансформації та інновації: колективна монографія / ред. д.е.н., проф. Гальцова О. Л. Запоріжжя: Класичний приватний ун-т. 2017. Т. 2. С. 159–169.*
 16. Ushac'kij, S. A., & Serdjuk, A. V. (2011). Organizacijno-ekonomichni osnovi formuvannja ta rozvitku rinku dostupnogo zhitla [Organizational-economic bases of formation and development of the affordable housing]. Vinnicja: VNTU (in Ukrainian).
 17. Pshyk-Koval'ska O. O. (2016). Kontseptualni zasady pravovoho zabezpechennja ta derzhavnoi pidtrymky rozvytku budivelnjkh pidpryemstv u napriamku zdiisnennja budivnytstva sotsialnogo zhytla [Conceptual framework of legal security and state support of construction enterprises in the direction of construction of social housing]. In L. M. Savchuk (Ed.), *Sotsialnoekonomichni ta tekhnichni rozvytok pidpryemstv: problemy, rishennja, otsinka efektyvnosti* (pp. 43–51). Dnipropetrovsk: Porohy (in Ukrainian).
 18. Gucaljuk, O. M. (2016). Orhanizatsiia upravlinnja innovatsijnym rozvytkom intehrovanykh obiednan pidpryemstv [Organization of innovative development of integrated enterprise associations]. In L. M. Savchuk (Ed.), *Upravlinnja innovatsiinoiu, investytsiinoiu ta ekonomichnoiu diialnistiu intehrovanykh obiednan ta pidpryemstv* (pp. 273–281). Dnipropetrovsk: Porohy (in Ukrainian).
 19. Kirnos, V. M., Zalunin, V. F., & Tkach, T. V. (2009). Organizacionno-jekonomicheskoe regulirovanie pri planirovanii rezul'tativnosti dejatel'nosti predpriyatij stroitel'nogo kompleksa [Organizational-economic regulation in the planning impact of the construction companies]. *Stroitel'stvo, materialovedenie, mashinostroenie*, 50, 243–249.
 20. Kozlovs'kij, V. O., & Prichepa, I. V. (2013). Upravlinnja innovatsijnym potentsialom promyslovykh pidpryemstv [Management of innovative potential of industrial enterprises]. Vinnycia: VNTU (in Ukrainian).
 21. Verkhohliadova, N. I., Levchynskij, D. L., & Rossikhina, O. Ye. (2009). Systemnyi pidkhid do upravlinnja konkurentospromozhnistiu budivelnogo pidpryemstva [System approach to management competitive construction company]. *Stroytel'stvo, materyalovedenye, mashinostroenye*, 50, 95–98 (in Ukrainian).
 22. Stokovich, G. V. (2016). Kontseptsiiia stratehichnogo upravlinnja yakistiu funktsionuvannja pidpryemstva [The concept of strategic quality management of the enterprise]. In L. M. Savchuk (Ed.), *Sotsialno-ekonomichni ta tekhnichni rozvytok pidpryemstv: problemy, rishennja, otsinka efektyvnosti* (pp. 110–120). D: Porohy (in Ukrainian).
 23. Kirnos, O. I., Shhegl'ova, O. Ju., Nikitin, D. S., & Tkach, T. V. Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm zabezpechennja efektyvnogo vykorystannja resursiv budivelnogo pidpryemstva pry rekonstruktsii zhytla [Organizational-economic mechanism to ensure effective use of resources of construction enterprises in the reconstruction of housing]. *Stroitel'stvo, materialovedenie, mashinostroenie*, 50, 249–254 (in Ukrainian).
 24. Voloshchuk, L. O. (2015). Innovatsiyni rozvytok ta ekonomichna bezpeka promyslovykh pidpryemstv: problemy kompleksnogo upravlinnja [Innovative development and economic security of industrial enterprises: complex management problems]. Odesa: Bondarenko M. O. (in Ukrainian).
 25. Dzhedzhula, V. V. (2014). Enerhozberezhennja promyslovykh pidpryemstv:

metodolohiia formuvannia, mekhanizm upravlinnia [Energy saving industrial enterprises: Methodology of formation, management mechanism]. Vinnytsia: VNTU (in Ukrainian).

26. Prohrama pidtrymky investytsiinoi diialnosti na terytorii mista Odesy na 2016-2018 [Programme support investment in the city of Odessa in 2016-2018] (Ukraine) 16 March 2016, No 438-VII. Retrieved from <http://omr.gov.ua/ru/acts/council/81386/> (Last accessed: 12.03.2018).

27. Kompleksna Prohrama rozvytku budivnytstva u misti Odesi na 2013-2018 [Integrated Development Programme building in Odessa in 2013-2018] (Ukraine) 17 December 2013, No 4196-VI. Retrieved from <http://omr.gov.ua/acts/council/56540/> (Last accessed: 12.03.2018).

28. Miska tsilova prohrama vkluchennia tsentralnoi istorychnoi chastyny zabudovy Odesy do osnovnogo spysku Vsesvitnoi spadshchyny YuNESKO na 2013-2018 roky [City target program include central historical part of Odessa area to the main UNESCO World Heritage Site in 2013-2018 years] (Ukraine) 16 April 2013, No 3313-VI. Retrieved from <http://omr.gov.ua/acts/council/49938/> (Last accessed: 12.03.2018).

29. Miska tsilova prohrama enerhoefektyvnosti m. Odesy na 2013-2018 roky [City target program of energy efficiency. Odessa in 2013-2018 years] (Ukraine) 21 December 2012, No 2454-VI. Retrieved from <http://omr.gov.ua/acts/council/47098/> (Last accessed: 12.03.2018)..

30. Official Site of Odessa. (2016, November 1). Razrabotka koncepcii razvitija Central'nogo istoricheskogo areala Odessy [Development of the concept of the central historical area of Odessa]. Retrieved from <http://omr.gov.ua/ru/essential/89744/> (Last accessed: 12.03.2018).

31. Semid'janova, O. S. (2009). Ozhidaemyj jekonomiko-tehnologicheskij jeffekt ot vnedrenija innovacionnyh tehnologij v process proizvodstva vnutrennih odelochnyh rabot [Expected economic and technological effect from the introduction of innovative technologies in the production process of interior decorating]. Stroitel'stvo, materialovedenie, mashinostroenie, 50, 503–507.

канд. екон. наук, доцент **Білецька І. М**

Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету

канд. екон. наук, доцент **Клапків Ю. М.**

Тернопільський національний економічний університет

канд. екон. наук, доцент **Свірський В. С.**

Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету

РИНОК СТРАХОВИХ ПОСЛУГ: ЧИННИКИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ І РОЗВИТКУ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ СТРАХУВАННЯ

Вступ. В умовах інтернаціоналізації світових господарських зв'язків, посилення глобальної конкуренції та бурхливого розвитку фінансового сектору особливого значення набувають питання здатності підтримувати сталі темпи економічного зростання через складний фінансовий механізм. Для вирішення згаданих проблем необхідно забезпечити ефективне функціонування ринку страхових послуг. Без цього розвиненого сегменту фінансового сектору неможливо забезпечити прискорений соціально-економічний розвиток держави, убезпечити різноманітні сфери функціонування суб'єктів господарювання, підвищити суспільний добробут. Значущість ринку страхових послуг полягає у його здатності перетворити тимчасово вільні фінансові ресурси індивідуальних інвесторів у активний інвестиційний капітал. Відтак, спрощується доступ до значних ресурсів та прискорюються господарські процеси у реальному секторі економіки, реалізуються інвестиційні проекти по розміщенню вільних коштів, активізується, полегшується процес управління фінансовими ризиками. Водночас, розвиток ринку страхових послуг супроводжується численними проблемами соціально-економічного та організаційно-правового характеру. Потребує вдосконалення загальне сприятливе середовище страхової сфери.

Різноманітні питання становлення й розвитку страхового ринку висвітлені у працях таких вітчизняних і зарубіжних вчених як О. П. Архипов, В. Д. Базилевич, О. І. Барановський, В. Блекберн, О. Д. Вовчак, І. Габідулін, О. О. Гаманкова, Т. Є. Гварліані, О. А. Гвозденко, В. Б. Гомелля, Н. Б. Грищенко, М. С. Жилкіна, О. М. Залетов, О. Д. Заруба, О. М. Зубець, М. С. Клапків, О. В. Кнейслер, О. В. Козьменко, В. В. Корнєєв, М. В. Мних, С. С. Осадець, К. Пфайффер, В. К. Райхер, Л. І. Рейтман, Т. А. Ротова, А. С. Руденко, Н. В. Ткаченко, К. Є. Турбіна, В. М. Фурман, В. В. Шахов, Д. Хемптон, Н. Н. Худиел, Р. Т. Юлдашев та ін. Меншою мірою досліджені питання формування сприятливого середовища для запровадження та поширення нових технологій страхування на ринках, що розвиваються. Розробці окремих аспектів цієї наукової проблеми у вітчизняній літературі присвячені праці О. О. Гаманкової, В. О. Заколюдяжного, Л. В. Нечипорук, В. В. Тринчука, Т. В. Цихан, Я. П. Шумелди, Л. В. Шірінян.

Високо оцінюючи наукові здобутки вказаних авторів, можна констатувати брак загальноприйнятого системного підходу і відповідних інноваційних розробок для страхового ринку України. Слід зауважити, що подальшого дослідження потребує комплекс питань, пов'язаних із запровадженням ефективного середовища взаємодії суб'єктів на ринку страхових послуг та стимулювання нових технологій страхування. Елементом цього процесу є удосконалення та обґрунтування науково-методичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо групування чинників розвитку з метою спрямування зусиль і ресурсів на стимуляцію окремих із них.

Метою дослідження є розробка науково-обґрунтованого комплексного сприятливого середовища для розвитку новітніх технологій ринку страхових послуг України. Мета зумовлена необхідністю впровадження наукових підходів на ринку фінансових послуг, ефективної системи моніторингу вітчизняного страхового ринку, контролю і системності дій уповноважених органів та якісного розвитку технологій, що використовуються для розвитку ринку страхових послуг України.

Результати дослідження. У ХХ-ХХІ ст. на формування сприятливого зовнішнього середовища ринку страхових послуг впливають різні чинники (визначники), що зумовлює необхідність їхнього групування з метою оцінювання.

Визначники розвитку ринку страхових послуг України можна розподілити на зовнішні та внутрішні, залежні від суб'єкта попиту і незалежні. Зовнішніми визначниками є мегасередовище (міждержавний рівень), макросередовище (національний рівень), мезосередовище (рівень територіально-адміністративних утворень) мікросередовище (рівень підприємства чи внутрішнє бізнес-середовище) та віртуальне середовище.

В умовах посилення процесів глобалізації, інтеграції та транснаціоналізації світового економічного простору зростає його роль як єдиного мегасередовища для функціонування суб'єктів господарювання. Унаслідок нівелювання національних кордонів відбувається формування в світовому масштабі комплексу виробничо-збутових структур, розгалуженої інформаційної мережі, знімаються обмеження щодо переміщення робочої сили, капіталу, ресурсів, товарів й послуг. Формується глобальне середовище, яке характеризується новим відсутністю бар'єрів діяльності, міжнародним поділом праці, розширенням спеціалізації тощо. Тісно переплелись фактори господарського середовища, колишні зовнішні стали внутрішніми не лише для транснаціонального, але й для національного бізнесу.

Макросередовище – це ті зовнішні умови, які впливають рівною мірою на всі інституції, що діють на ринку, і на які компанії не мають впливу. Воно створює загальні умови функціонування ринку страхових послуг. В більшості випадків таке середовище не носить специфічного характеру по відношенню до окремо взятого суб'єкта ринку. У складному макросередовищі діє чимала кількість чинників. Цим чинникам властивий високий рівень інваріантності, невизначеності та непередбачуваності можливих ефектів. До основних чинників макросередовища належать економічні, політичні, соціальні, технологічні та екологічні.

Мезосередовище – це чинники, що безпосередньо стосуються страхової інституції, її можливостей і певним чином піддаються його впливу. До чинників мезосередовища

належить вплив, який спричиняють суб'єкти ринку страхових послуг: страхувальники, страховики, страхові посередники, ділові партнери та інші контактні аудиторії, що прямо або опосередковано впливають на ринок.

Мікросередовище є специфічним для конкретної інституції, та виражається у:

- доступі страхової компанії на ринок (як перешкоди часто розглядаються економічний, просторовий, правовий, інфраструктурний, психологічний та інші чинники);
- специфіці галузевого ринку (привабливість ринку, правила гри, структура потреб, специфіка клієнтів тощо);
- специфіці конкуренції (тип конкуренції, ринкова позиція фірми в галузі, тип покупців і постачальників, загроза нових зон, появи субститутів тощо);
- специфіці регіону функціонування страховика;
- потенціалі послуг страхування (асортимент послуг, які надаються, мобільність пропозиції у порівнянні з потребами, диференціації продукції);
- інноваційному потенціалі (використання інновацій і технологій для диференціації та поліпшення якості пропозиції) [1];
- потенціалі маркетингу (репутація компанії, застосування маркетингового інструментарію з метою підвищення конкурентоспроможності пропозиції тощо) [2].

На межі ХХ-ХХІ ст. віртуалізація господарської діяльності призвела до зміни традиційних уявлень про межі галузей. Це вимагає зміни правил ринкової гри і на ринку страхових послуг. В умовах постіндустріального інформаційного суспільства віртуалізація поступово ставатиме панівною характерною ознакою сучасного бізнес-середовища.

Для віртуального середовища характерні такі ознаки:

- віртуальний ринок, представлений інформаційними і комунікаційними послугами, що діє в реальному часі цілодобово і охоплює весь світ, у результаті чого знімаються різні часові і просторові перепони для здійснення страхових операцій;
- внутрішні- і міжорганізаційні динамічні мережі поєднують функціонерів і партнерів, використовують у роботі гнучкі форми поділу праці й об'єднання компетенцій в страховому бізнесі, що призводить до зниження витрат його ведення.
- ефективність віртуальних страхових відносин забезпечується за рахунок економії витрат на приміщення і персонал (гнучкої організації роботи і гнучкого штату; розширення спектру надання самокерованих послуг; залучення фахівців високого рівня незалежно від їхнього місця проживання; можливості створення робочих груп в різних часових зонах для забезпечення цілодобової роботи над терміновими проектами тощо);

Чинниками розвитку попиту на ринку страхових послуг можуть бути такі:

- свідомість страхової одиниці створюється впливом навколишнього соціально-культурного середовища (економічна політика держави (лібералізм, протекціонізм, тощо);
- ціни на послуги страхування (диференціювання, система стимулів, гнучкість у застосуванні цін тощо).

На нашу думку, попит на страхову послугу є похідною потреби у страховому захисті. Вона виникла у відповідному сприятливому для її задоволення середовищі. Більшість людей у житті керується прагненням до досягнення економічної безпеки. Згідно із пірамідою потреб А. Маслоу, а отже, необхідністю задоволення фізіологічних потреб, потреби в безпеці, що виражає прагнення людини зберегти певний життєвий рівень, соціальних потреб, визнання і поваги, а також самореалізації, вони формують зовнішнє середовище для страхової компанії [3]. Основою стратегії страховика є усвідомлення необхідності забезпечення основних потреб, таких як їжа, сон, одяг, житло. А послуга страхування пов'язана із забезпеченням потреби в безпеці і є на другому місці.

Для вітчизняного ринку страхових послуг характерна деяка перевага впливу пропозиції над попитом. Слід зазначити, що характер впливу з боку пропозиції пояснюється, як правило, зацікавленнями споживача страхової послуги, а також позитивною дією існуючих правил і норм, що регулюють відносини страховика (страхової компанії чи перестраховика) та страхувальника (застрахованого, вигодонабувача). Існує перевага інституціонального характеру впливу з боку

пропозиції, яка стає відчутною, у зв'язку з поширенням обов'язкових, суспільно необхідних видів страхування. Однак, примус страхування, який за більш або менш вагомих причин обмежує свободу рішень на ринку страхових послуг, лише незначною мірою стосується фізичних осіб і домашніх господарств [4].

Необхідність отримання дозволу на діяльність, функціонування нагляду за цією діяльністю, існуючі гарантії для страхового захисту – це інформація, яку здебільшого не усвідомлює потенційний споживач, який здебільшого переконаний, що діяльність страхових компаній на ринку не підлягає обмеженням. Водночас споживачеві відомо, що є вільна цінова конкуренція на цьому ринку, де клієнти як, слабша сторона, як правило, безпорадні щодо поведінки іншої сторони. Крім того, можна стверджувати, що як менш цікавий ринок захист споживача на інших ринках товарів і послуг виявляється набагато демонстративнішим (особливо через засоби масової інформації), ніж аналогічні дії на ринку страхових послуг, адже ухвалення рішення про вибір і придбання послуги на цьому ринку є значно складнішим процесом.

Таким чином, можемо дійти висновку про необхідність вироблення особливої громадської довіри до страхових послуг, на забезпечення якої не вистачає інструментарію страхових компаній. Однак, для формування сприятливого середовища подібна діяльність є необхідна, адже в загальному йдеться про формування переконання у реальності страхового захисту. Це переконання є одним із найбільш важливих чинників вибору методу страхування як управління ризиками, зокрема у разі формування сприятливого середовища для поширення страхових послуг.

Формування суспільної довіри до ринку страхових послуг іноді може відбуватися у складних економічних та політичних умовах. Так, у 1918 р. в умовах розвалу царської Російської імперії, націоналізації та поширення ідей більшовиків, продажі страхових послуг неочікувано зростали, акумулюючи в цей ринок значні фінансові ресурси (особливо це стосувалось сегменту накопичувального характеру) [5]. Фактично в умовах непередбачуваного майбутнього, в середовищі націоналізації, громадянської війни, конфіскацій приватного капіталу відбулось суттєве зростання продажів страхових послуг. Саме вони в той період виступили в ролі механізму збереження капіталу від інфляції чи конфіскації. Цей історичний приклад підтверджує, що значні, на перший погляд, реформації, які мали б знищити у постцарській Росії страхову індустрію як таку, часом створюють сприятливе середовище для її розвитку та поширення нових видів страхування або активізації продажів існуючих страхових послуг.

Відповідно на формування сприятливого середовища для дистрибуції страхових послуг впливають психологічні чинники: мотивація, сприйняття, навчання, переконання й орієнтації, а також соціальні, культурні та особисті (рис. 1).

Польські вчені [6] основними соціальними чинниками впливу відзначають такі:

- референтні групи;
- сім'я;
- статус і соціальну роль.

Значний вплив на життя людини має культура, цінності та ідеї, які передаються з покоління в покоління. Аналізуючи вплив сім'ї на прийняття рішення споживачами, необхідно враховувати три таких аспекти: процес соціалізації, життєвий цикл сім'ї, способи прийняття рішень у цій сім'ї. Перший аспект охоплює період придбання умінь, знань та уявлень, які визначають спосіб реагування як споживача. Життєвий цикл сім'ї – другий аспект, що задає спосіб поведінки її членів і визначає їхні потреби. Третій важливий аспект – це спосіб прийняття рішень у сім'ї, наприклад, спільно подружжям, окремо чоловіком, у погодженні із дружиною, автономно, тобто залежно від виду продукту, іноді рішення приймає дружина, іноді чоловік.

Статусність – це найменш вагомий соціальний чинник, який впливає на рішення про купівлю. Споживачі часто купують продукти або послуги, які для них є символом певного соціального становища.

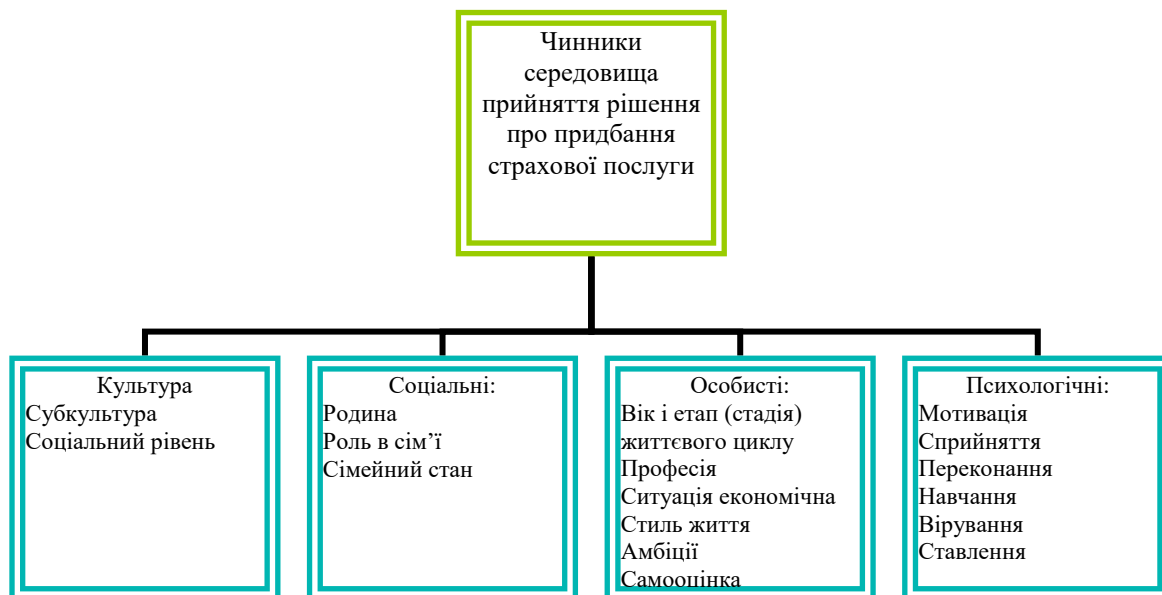


Рисунок 1 – Чинники середовища, що впливають на поведінку споживача

Серед особистих чинників, що впливають на рішення про покупку, виокремлюють демографічні, тобто стать, вік, дохід, професію, життєвий цикл сім'ї, та ситуативні. Так, процес прийняття рішення покупцем складається з кількох етапів: визначення наявності проблеми; пошуку інформації; оцінювання альтернатив; ухвалення власного рішення; поведінка після придбання [7]. На першому етапі клієнт починає усвідомлювати потребу і визначає появу проблеми, яку необхідно вирішити. Потреба у страховому захисті загострюється через зовнішні або внутрішні подразники. Придбання страхового захисту, як майнового страхування, так і полісу страхування життя, може спонукати потреба в безпеці. Економічні чинники, такі як рівень доходу чи рівень забезпеченості визначають форму страхування чи інтерес до інвестиційних складових страхової послуги.

Суттєвим класифікаційним критерієм є поділ чинників на формальні та неформальні. До формальних чинників, що стимулюють сталий розвиток ринку страхових послуг, можна зарахувати обов'язкові види страхування. Формує сприятливе середовище для сталого розвитку ринку страхових послуг передусім нормативно-правове регулювання. Саме воно має полегшити коливання або флуктуації ринку шляхом регулювання більш пермісивного чи суворого доступу до фінансових інструментів, що забезпечують локалізацію капіталів. Крім того, враховуючи той факт, що майбутнє буває непростим у прогнозуванні через невизначеність та азартність, зміни етичних норм, право має сприяти суб'єктам ринку щодо вироблення механізму запобігання таким небезпекам. Неформальними визначниками розвитку страхового ринку є чинники, що випливають з юридичних передумов, наприклад, традицій і звичаїв.

Іншу групу передумов ставлять такі: індивідуальні й колективні. Індивідуальні чинники, які стимулюють розвиток страхового ринку, пов'язані з особливостями і перевагами індивідуума (фізичної особи), що страхуються (наприклад, схильність до азартних ігор, ризику, рівень устремління, індивідуалізм, снобізм). Колективні чинниками стосуються потреб і переваг груп осіб або інститутів, мають загальний характер (наприклад, очікування забезпечення реальності страхового захисту, надійність системи страхування й окремих страховиків).

Особливу групу формування психологічні визначники характеру. Вони впливають на рішення одиниць і схильність до придбання страхової послуги як методу трансферу ризику. До психологічних чинників, що визначають розвиток ринку страхових послуг, належать страхова свідомість, схильність до ризику, ефект наслідування та емоційні чинники, авторитетність, суб'єктивні відчуття загрози тощо [8].

Вагомою групою чинників є суб'єктивні та об'єктивні. До об'єктивних належать ті, які пов'язані з об'єктивним ризиком; суб'єктивні пов'язані із суб'єктивністю сприйняття на заданий момент у конкретній ситуації чи середовищі визначеного ризику.

Всі ці визначники можуть стимулювати (позитивно вплинути) або інгібувати розвиток ринку страхових послуг. Синтетично детермінанти розвитку страхового ринку представлено на рис. 2.

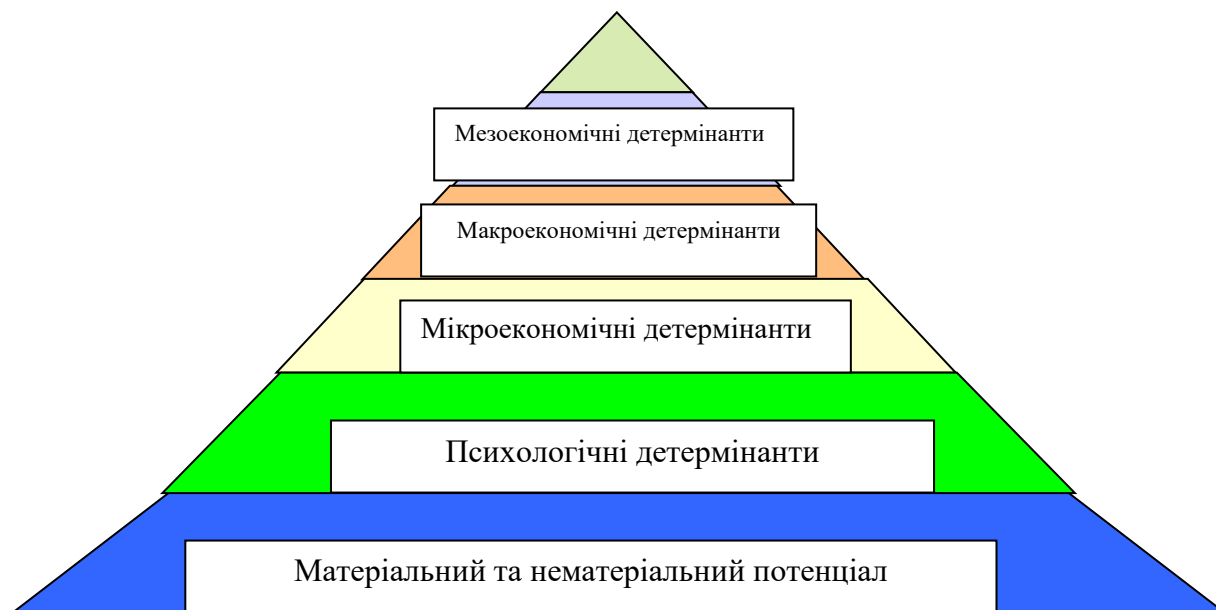


Рисунок 2 – Детермінанти середовища розвитку ринку страхових послуг

З метою забезпечення сталого розвитку ринку страхових послуг необхідно підвищити його здатність до саморегуляції для відновлення стабільності. Відповідно необхідні реституція правил відповідальності учасників ринку і збільшення опору до його потрясінь. Відбувається запровадження нових правил дій на фінансових ринках, таких як Базель III, де визначено важливість власного капіталу і кредитного плеча. Ці норми дають змогу виокремити 3 основи контролю: мікро- рівень, мезо- рівень та макрорівень. Така градація хоч і стосується сталого розвитку фінансового середовища, має застосування також у страховому секторі економіки.

Фінансові інновації змінили профіль ризику фінансових інституцій, значно сприяли зростанню фінансових і нефінансових взаємозв'язків, зумовили до переплетення інструментів та інститутів. Ринки та інститути виявилися більш чутливі до ударів, ніж регулятори могли очікувати. У формуванні нових видів і технологій страхування відіграли важливу роль фінансові потрясіння.

Основи сталого економічного розвитку не можуть бути регуляторні обмеження лише для банківських установ, що не впливають на фінансові інституції. В сучасному середовищі істотним є вид діяльності, що здійснюється, її вплив на фінансову стабільність, а не назва установи. Фінансові інновації, часто були арбітражем нормативно-правової бази чи передбачали ухилення від сплати податків, але необхідно наголосити, що надмірне регулювання може зашкодити ефективності.

Поширення нових видів і технологій страхування базується на фінансових інноваціях. Мають вплив на формування сприятливого середовища передусім технологічні інновації та фінансові, які необхідно розмежовувати. В економіці, базованій на знаннях, у практиці фінансові інновації ґрунтуються на сучасних технологіях (опціони, е-банкінг, платформи колективного інвестування – краудінвестингові платформи, високочастотний алгоритмічний трейдинг (High-Frequency Trading), інвестування в соціальних мережах (social trading) [9],

запозичення грошей у мережі – соціальні кредитування, а також краудфандинг (англ. Crowdfunding) [10]. Сприятливе середовище (регулювання, інновації) можна розглядати як окремий чинник виробництва, (на рівні праці, землі або капіталу), оскільки певне середовище стимулює або обмежує господарську діяльність.

Інновації на ринку страхових послуг можуть стосуватися нових технологій, інститутів або ринків збуту. Таким чином, вони можуть мати характер процесів, інституцій, а також видів і продуктів страхування [11].

Інституційні інновації – це створення нового типу фінансових компаній (наприклад, спеціалізованих компаній, товариств взаємного страхування, кредитних карт, посередників) та альянсів, пулів.

Інноваційні продукти визначені як похідні, а також їхні окремі види (наприклад, погодні похідні, що застосовують у страхуванні аграрних ризиків), сек'юритизовані активи (іпотечні продукти, цінні папери і облігації й забезпечені страховим полісом) чи ісламські облігації (sukuki) [12].

Інновації процесу демонструються у нових каналах і моделях реалізації страхових продуктів (через додатки до смартфона, е-банкінг, м-банкінг, соціальні медіа) та через нові шляхи застосування технології страхування.

З позиції розвитку сприятливого середовища економічні інновації впливають на зменшення недосконалості ринку. Однак, на відміну від нововведення не здійснюють суттєвого впливу на зростання добробуту. Відповідно до теорії Модільяні-Міллера їхній вплив на прогрес є доволі умовним, але суттєвим для видозміни існуючих досі продуктів або процесів [13].

Економічний аналіз інновацій у страховій справі зосереджується на пошуку відповідей на питання щодо загроз ринку (наприклад, податкові, інформаційні, нормативні обмеження, транзакційні, азартні, етичні або моральні ризики) [14]. Такі загрози стимулюють поширення нових видів і технологій страхування, тобто мотивують винаходити і запроваджувати фінансові інновації.

Фінансові інновації виконують багато функцій. Наприклад, цінні папери, забезпечені активами, необхідні насамперед для перетворення вимог у ліквідні ресурси, фактично цінні папери, які є предметом торгу на ринку капіталів, що дозволяють урізноманітнити і переносити ризики. За аналогією, кредитний дефолтний своп (CDS) використовує трансферт ризику, адже певні суб'єкти зобов'язуються за певну плату взяти на себе ризик непогашення кредитів.

Розвиваються також інновації у страховому сегменті, наприклад, у сферах соціальних ризиків (безробіття) або економічних (природні катастрофи) [15]. Основні характеристики сучасних фінансових інновацій – це підвищення ліквідності певного суб'єкта, процесу або ринку, а також перерозподіл капіталу.

Основні проблеми, які найчастіше пов'язують із фінансовими інноваціями, базуються насамперед на асиметрії інформації, що веде до негативного відбору [16]. Часто умови страхових договорів, що базуються на використанні високих технологій, настільки складні, що їх важко зрозуміти фахівцеві, а ризик часто недооцінюється. У період криз ці проблеми посилюються, незважаючи на існування рейтингових агентств та здійснення інших заходів, орієнтованих на підвищення прозорості стабільності ринку [17].

Сучасне середовище насичене фінансовими інноваціями, в яких складно виокремити бажані та небажані цілі. Відбувається їхнє «перехрещення», де бажаними є захист від ризиків, їхнє розсіювання або передача, а небажаними – спекуляції. Частим мотивом фінансових інновацій є арбітраж регулювання, а особливо податкового (в світі притаманна конкуренція регулювання, тобто пошук оптимальної юрисдикції, наприклад, на реєстрацію компанії або податкової резиденції).

Одним із прикладів поширення нових видів страхування є кіберстрахування, тобто

страховий захист від втрати інформації, кібератаки [18]. Особливо це стосується сфер, де інтелектуальна чи інформаційна складова є основою вартістю продукту, наприклад, сучасна фармацевтична галузь чи фінансові посередники.

Здебільшого цей вид страхування передбачає захист інформації клієнтів від викрадення. Обсяг ринку цієї страхової послуги за 2016 р. у США склав \$36,9 млн., що на 89% більше, ніж у 2015 р. Згідно з прогнозами розвитку, цей вид страхування досягне у 2020 р., орієнтовного рівня збитків у \$2 трлн. [19]. Увагу до себе привернув цей вид страхування після зменшення на 1,9% акцій фармацевтичного гіганта «Abbott Laboratories АВТ» через можливість проведення маніпуляцій хакерами щодо деяких дефібриляторів та кардіостимуляторів.

Не меншою є кількість позитивних прикладів використання високих технологій для здешевлення страхових полісів. Страхування у сфері транспорту вийшло на новий рівень завдяки використанню технологій GPS та мініатюрних GPS-трекерів. Їхнє застосування дає змогу не лише зменшити ймовірність викрадення транспортного засобу чи його вантажу. Використання цієї технології в поєднанні із мобільними додатками дає можливість встановлювати знижку на вартість страхового полісу КАСКО залежно від стилю водіння і пробігу транспортного засобу. Дані про якість водіння збираються протягом певного періоду за допомогою спеціального навігаційно-зв'язкового пристрою, встановленого в автомобілі.

Так, реалізації інновацій, для запровадження яких потрібна участь держави, відбувається значно повільнішими темпами. Впродовж останніх шести років ведеться підготовка до запровадження електронної форми страхового договору. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, 2 лютого 2017 р. прийняла розпорядження, яким затвердила Положення про особливості укладання електронних договорів обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів. Розроблене відповідно до Закону України «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів» [20] та Закону України «Про електронну комерцію» [21]. Незважаючи на тривалу роботу у напрямку розробки та практичного застосування електронної форми страхового договору обов'язкового страхування автоцивільної відповідальності та відчутні позитивні зрушення, фактичне використання такої можливості досі є потенційною перевагою та значним спрощенням процедури.

Формування сприятливого середовища для запровадження та поширення нових видів і технологій страхування в умовах сталого розвитку економіки України неможливе без врахування ролі соціальних мереж. Заслугує на увагу можливість донесення інформації через соціальні мережі (Facebook, LinkedIn, Twitter та ін.), які є каналом комунікації між страховою компанією та клієнтом і сприяють формуванню сталого контакту між ними. Страхові компанії створюють свої сторінки у соціальних мережах та використовують їх з метою популяризації власних послуг, страхової справи та донесення до потенційного клієнта нових можливостей і сучасних страхових послуг. В окремих країнах соціальні мережі дозволяють придбання страхових послуг та повідомлення про страхові випадки. Особливо актуальним є використання месенджерів «Viber» та «WhatsApp» для комунікації між клієнтом та страховою компанією при страхуванні виїжджаючих за кордон чи інших видах міжнародного страхування, де використання стандартних методів зв'язку може бути вартісним і незручним для клієнта.

Таким чином, соціальні мережі та сучасні месенджери видозмінюють середовище діяльності страхових компаній, мають вплив на розробку нових страхових послуг і технологій їхньої реалізації чи врегулювання претензій. Ефективна комунікація в соціальних мережах дає змогу постійно нагадувати про власний бренд, розвивати довіру до бренду та створює можливість безпосереднього контакту.

Зважаючи на поширення нових видів і технологій страхування, що значно ускладнює

вибір страхової послуги, заслуговує на увагу проблематика страхової грамотності, яку можна трактувати як сукупність дій і процесів щодо передачі знань про страхування, спрямованих на формування прозорості страхових послуг і навичок раціонального використання страхового захисту.

Неможливо переоцінити наявність різних форм страхової просвіти, чи навчань, які б пояснювали сутність страхового захисту, а також правил організації та функціонування ринку страхових послуг. Не може від нього ухилитися держава, адже такими чином реалізується управління соціальними ризиками та забезпечується сталий розвиток економіки.

Послідовна державна політика у страховій сфері має базуватись на формуванні сприятливого середовища для запровадження та поширення нових видів страхових послуг з метою забезпечення сталого розвитку.

Фактично дії держави не можуть обмежуватись лише питаннями про умови правової організації чи функціонування ринку страхових послуг. Саме держава має сприяти розвитку страхування через поширення грамотності громадян на страхову тематику.

Перекладання державою освітніх функцій і заходів на вищі навчальні заклади економічного профілю не дає змоги досягнути встановлених цілей.

Водночас освітніми заходами мають бути зацікавлені, зокрема, страхові компанії. Однак, страхові компанії, ніби несвідомо, більшу увагу зосереджують на рекламних бюджетах, фактично переманюючи одна в одної клієнтів за рахунок більш інтенсивної реклами, ніж турбуючись про загальний інформаційний розвиток ринку, наповнення власного веб-сайту, чи поширення страхової грамотності та як результат, відповідного навчання потенційних споживачів страхового захисту.

Висновки та наукова новизна. Незважаючи на більш як чвертьстолітній перехід України до ринкової економіки, ринок страхових послуг, якщо враховувати основні його параметри, як і раніше, на рівні європейських держав вважається слабо розвиненим та потребує формування сприятливого середовища з метою забезпечення його сталого розвитку. На страховому ринку України спостерігаємо боротьбу страхових компаній за його частку, а не за розвиток. Це стратегія базується на архетипі мислення, що на ринку страхових послуг, домінують активні продажі та послуга продається, а не купується.

Визначники сприятливого середовища для розвитку ринку страхових послуг України можна розподілити на зовнішні та внутрішні, залежні від суб'єкта попиту і незалежні. Зовнішніми визначниками є мегасередовище (міждержавний рівень), макросередовище (національний рівень), мезосередовище (рівень територіально-адміністративних утворень) мікросередовище (рівень підприємства чи внутрішнє бізнес-середовище) та віртуальне середовище.

Інновації на ринку страхових послуг можуть стосуватися нових технологій, інститутів або ринків збуту. Вони можуть мати характер процесів, інституцій, а також видів і продуктів страхування.

Формування сприятливого середовища для поширення страхових послуг зумовлене не наявними ресурсами, а розміром доходів фізичних осіб. Саме тому на нашу думку, лише підвищення рівня суспільного добробуту позитивно впливатиме на інтерес до страхового захисту і вдосконалення функціонування ринку страхових послуг в Україні.

Список використаних джерел

1. Денисенко М. П. Інновації на страховому ринку України / М. П. Денисенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 21. – С. 80.
2. Нечипорук Л. В. Теоретичні аспекти дослідження потреб споживачів страхових послуг /Л. В. Нечипорук // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого», 2014. – № 2. – С. 129.
3. Маслоу А. Мотивация и личность / Абрахам Гарольд Маслоу. – СПб. : Питер, 2009. – С. 60–74.

4. Клапків Ю. М. Економічні аспекти обов'язковості суспільно необхідних видів страхування / Юрій Клапків // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: європейський вектор—нові виклики та можливості, Вид. Львівської політехніки, 2015. – С. 172.
5. Залєтов О. М. Убезпечення життя : моногр. / О. М. Залєтов.— К. : Бізон, 2006. – С. 22–24.
6. Rodek K. Marketing ubezpieczeń na życie / K. Rodek, J. Yisan. – Poltext, Warszawa , 1997. – s. 56–57.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга / Филип Котлер. – Litres, 2015. – С. 160.
8. Беспалова А. Сучасні вимоги до страхових послуг / А. Беспалова // Финансы, учет, банки. – 2016. – №1 (21) . – С. 44–45.
9. Siemionczyk G. Social trading – gdy nie umiesz inwestować / G. Siemionczyk // Bloomberg Businessweek Polska. – 2013. – Nr. 23.
10. Приказюк Н. В. Роль Інтернету в реалізації страхових послуг / Н. В. Приказюк, Т. П. Моташко // Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. – 2014. – № 156. – С. 53.
11. Molyneux P. Financial Innovation Financial Times Lexicon [Електронний ресурс] / P. Molyneux // That Make Your Life Easier in 2012. – Режим доступу: <http://lexicon.ft.com/term?term=financial-innovation>.
12. Möslein F. Finanzinnovation als Rechtsproblem: Einordnung, Bewertung und Regulierung / Florian Möslein // Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft (ZBB). – 2013. – №1. – S. 1–16.
13. Modigliani F. The cost of capital, corporation finance and the theory of investment/ Franco Modigliani, Merton Miller // The American economic review. – 1958. – S. 270–272.
14. Луцишин З. Moral Hazard зростання зовнішньої заборгованості України в умовах доларизації економіки / З. Луцишин; Т. Цвігун // Міжнародна економічна політика. – 2012. – №1–2. – С. 102–104.
15. Приказюк Н. В. Нові можливості для розвитку страхової системи України / Наталія Валентинівна Приказюк, Тетяна Петрівна Моташко // Український журнал прикладної економіки. – 2016. – Том 1. – № 4. – С. 179.
16. Кравчук, Н. Я. Фінансові дисбаланси світової економіки в умовах асиметрій глобального розвитку: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.02 / Наталія Ярославівна Кравчук. – Тернопіль : ТНЕУ, 2014. – С. 41.
17. Truszkowski J. Niepowodzenia w wykorzystaniu instrumentów pochodnych na rynkach finansowych/ J. Truszkowski // Instrumenty pochodne w globalnej gospodarce, Narodowy Bank Polski, Warszawa, 2012.
18. Bolot J. Cyber Insurance as an Incentivefor Internet Security/ Bolot, Jean; Lelarge, Marc// Managing information risk and the economics of security. Springer US. – 2009. – P. 277.
19. Teitelbaum R. Cyber Insurance Becomes a Must for More Manufacturers [Електронний ресурс] / R. Teitelbaum // The Wall Street Journal. – Режим доступу: <https://www.wsj.com/articles/cyber-insurance-becomes-a-must-for-more-manufacturers-1492426801>.
20. Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів : Закон України від 1 липня 2004 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 1. – Ст. 1.
21. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2015ю – № 45.– Ст. 410.

АНАЛІЗ ІСНУЮЧИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ВПЛИВУ ГЕНДЕРНОЇ ДИСКРИМІНАЦІЇ НА РИНОК ПРАЦІ

Вступ. Питання гендерної нерівності на сучасному етапі розвитку суспільства є дуже важливою складовою соціального та економічного розвитку держави. Гендерна нерівність є одним з тих факторів, що заважають розвитку країни. По-перше, це позначається на втратах від підвищеної дитячої смертності і захворюваності, низький рівень імунізації дітей безпосередньо пов'язаний з рівнем освіти матері, її доходу, самостійності. По-друге, чим нижче рівень освіти матері (особливо це відноситься до неповних сімей), тим нижче рівень її заробітної плати та розмір інвестицій в людський капітал дітей і віддача від їх освіти. Через вище названі причини все більш актуальним стає питання зайнятості жінок у економічній системі світу.

Проблемі, що досліджується, присвячено багато праць як вітчизняних, так і зарубіжних авторів, серед яких можна відзначити: Дж. Анкер, Дж. Батлер [1], Т. Бек, О. Верлан [2], К. Делфі, К. Кімел, С. Айвазова, О. Вороніна, І. Жеребкіна, О. Здравомисловий, Е. Мезенцева, Г. Герасименко, О. Гришнова, К. Левченко, Е. Либанова, О. Макарова, Т. Марценюк, Т. Мельник, Н. Чухим та багато інших.

Але незважаючи на очевидний прогрес, гендерна дискримінація як і раніше охоплює багато сфер суспільства. Наприклад, в сфері доступу до ресурсів і розпорядження ними, в сфері економічних можливостей, в сфері влади та представлення інтересів. З цієї причини досягнення гендерної рівності стає центральним показником розвитку кожної країни.

Результати дослідження. Крім проблем, пов'язаних з гендерною сегрегацією, на становище жінок на ринку праці впливає і дискримінація з боку роботодавця.

Дискримінація – це нерівні можливості на ринку праці групи працівників, виділених за певною ознакою, і мають однакову продуктивність з іншими працівниками (групова дискримінація), або нерівні можливості окремих працівників порівняно з працівниками, які мають аналогічні характеристики якості робочої сили (індивідуальна дискримінація).

За визначенням, сформульованим у Конвенції МОП 111 «Про дискримінацію в галузі праці і занять», дискримінація означає «будь-яке розрізнення, недопущення або перевагу, що проводиться за ознакою раси, кольору шкіри, статі, релігії, політичних переконань, іноземного походження або соціального походження, що призводить до знищення або порушення рівності можливостей чи звернень у галузі праці та занять». Будь-яке розрізнення, недопущення або перевага відносно певної роботи, що ґрунтується на її специфічних вимогах, не вважається дискримінацією.

Можна виділити декілька видів дискримінації на ринку праці в сфері дії або з результатами.

1. Дискримінація при наймі на роботу (або, навпаки, при звільненні з роботи). Вона відбувається тоді, коли ту чи іншу групу населення при інших рівних умовах останніми беруть на роботу і першими звільняють.

2. Дискримінація у доступі до певних професій або посад. Вона відбувається, коли якій-небудь групі населення забороняють або обмежують доступ до певних видів діяльності, професіями, посадами, незважаючи на те, що вони здатні виконувати ці роботи.

3. Дискримінація при оплаті праці. Вона виникає у випадку більш низької оплати праці одних працівників у порівнянні з іншими за виконання однієї і тієї ж роботи. Тобто в тому разі, коли відмінності в оплаті праці не пов'язані з відмінностями в ефективності праці

4. Дискримінація при просуванні по службі, у професійній кар'єрі. Вона спостерігається, коли працівники дискримінованої групи обмежуються у вертикальній мобільності.

5. Дискримінація при здобутті освіти або професійної підготовки. Вона може виражатися або в обмеженні доступу до отримання освіти та професійної підготовки, або в наданні освітніх послуг більш низької якості. Цей вид дискримінації не можна повною мірою віднести власне до дискримінації на ринку праці, так як отримання освіти зазвичай передуює трудовій діяльності. Але, незважаючи на "до трудовий" характер цього виду дискримінації, її причини та наслідки з неї найтіснішим чином пов'язані з функціонуванням ринку праці.

Численні дослідження і з боку працівників, так і з боку роботодавців показують, що найбільш актуальним видом дискримінації на українському ринку праці є дискримінація при наймі та звільненні.

За статистичними даними України, кількість зайнятих жінок віком 15-70 років у I півріччі 2017 року становила 7,8 млн. осіб, зайнятих чоловіків – 8,3 млн. осіб. Рівень зайнятості серед жінок у I півріччі 2017 року склав 51,4% (у I півріччі 2016 року – 51,5%), серед чоловіків – 61,1% (у I півріччі 2016 року – 61,4%).

За причинами незайнятості, як серед жінок так і серед чоловіків найбільшою є частка звільнених за власним бажанням або за згодою сторін, вивільнених з економічних причин, не працевлаштованих після закінчення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів. Рівень безробіття за віковими групами представлений на рис. 1

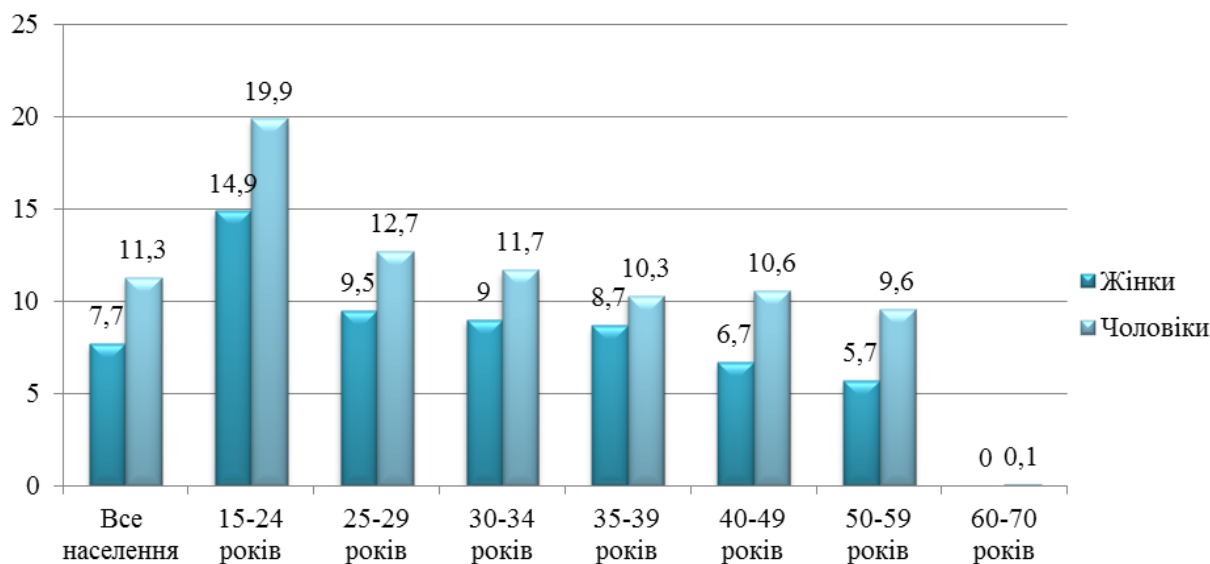


Рисунок 1– Рівень безробіття за віковими групами у I півріччі 2017 року, % (за статтю)

Серед жінок рівень безробіття (визначений за методологією МОП) становив 7,7% (у I півріччі 2016 року – 7,5%), а серед чоловіків – 11,3% (у I півріччі 2016 року – 11,1%).

Кількість економічно неактивних жінок віком 15-70 років у I півріччі 2017 року становила 6,7 млн. осіб (або 44% населення відповідного віку), кількість економічно неактивних чоловіків становила 4,3 млн. осіб (або 31% населення відповідного віку). У структурі економічно неактивних громадян як серед жінок, так і серед чоловіків, найбільшою є частка пенсіонерів (52,6% - жінки, 55,4% - чоловіки), учнів та студентів (16,2% - жінки, 27,5% - чоловіки), осіб, які виконують домашні обов'язки або знаходяться на утриманні (28,6% - жінки, 10,4% - чоловіки) (рис.2).

Протягом січня-вересня 2017 року серед 913,9 тис. осіб, які мали статус зареєстрованого безробітного, 53% з них склали жінки – 482,0 тис. осіб. За сприянням державної служби зайнятості протягом січня-вересня 2017 року отримали роботу 274,3 тис. жінок, зокрема 147,6 тис. осіб з числа зареєстрованих безробітних, а також 334,6 тис. чоловіків, з яких 163,8 тис. осіб мали статус безробітного. Серед жінок, кожна четверта

знайшла роботу в оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті; кожна п'ята у сільському, лісовому та рибному господарстві; 16% – у переробній промисловості. Серед чоловіків 44% отримали роботу у сільському, лісовому та рибному господарстві; 20% - у переробній промисловості; 9% - у торгівлі та ремонті.

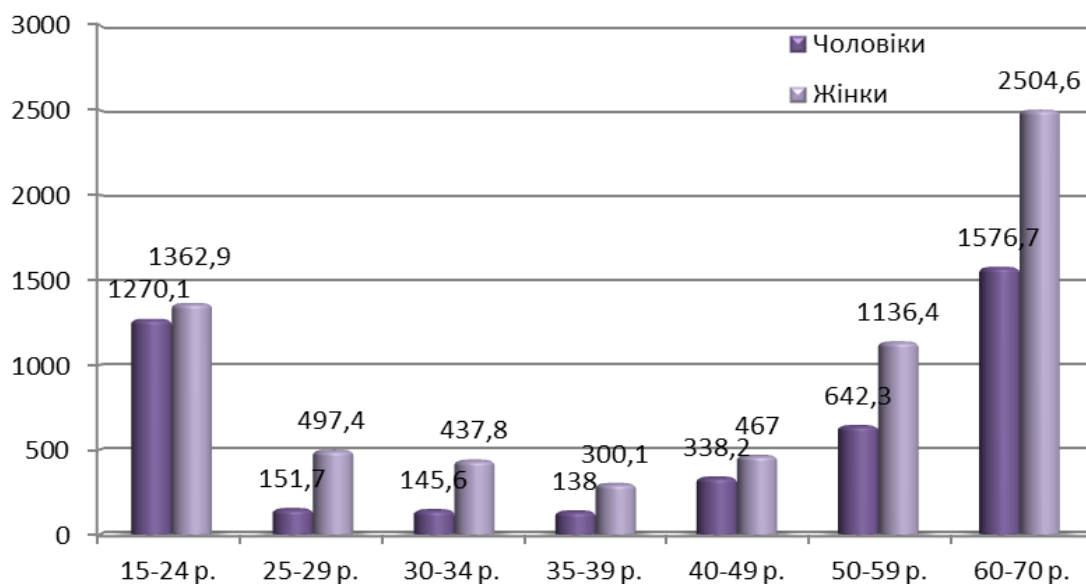


Рисунок 2 - Економічно неактивне населення за віковими групами у I півріччі 2017 року, тис. осіб (за статтю)

Як чоловікам, так і жінкам, державною службою зайнятості надаються профінформаційні й профконсультаційні послуги з питань вибору або зміни професії, з урахуванням потреб регіонального ринку праці, та подальшого працевлаштування. У центрах зайнятості розміщені уніфіковані інформаційні матеріали й комп'ютери вільного доступу для шукаючих роботу й роботодавців. Відповідно до Закону України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок та чоловіків», інформація про вакансії не містить дискримінаційних вимог за віком і статтю.

Профорієнтаційні послуги за січень-вересень 2017 року отримали 458,2 тис. безробітних жінок та 414,6 тис. чоловіків. Для підвищення конкурентоздатності на ринку праці у січні-вересні 2017 року до професійного навчання за направленням державної служби зайнятості було залучено 65,6 тис. безробітних жінок та 78,1 тис. чоловіків. Протягом січня-вересня 2017 року у громадських та інших роботах тимчасового характеру взяли участь 91,5 тис. жінок та 91,8 тис. чоловіків. Станом на 1 жовтня 2017 року кількість зареєстрованих безробітних жінок становила – 171,9 тис. осіб, чоловіків – 131,1 тис. осіб (табл.1).

Проведене дослідження показало, що до 30% оголошень про вакансії гендерно не нейтральні. Причому це відносилось до професій, в яких не потрібні професійні навички, пов'язані з біологічними відмінностями якості робочої сили чоловіків і жінок. За чотири роки частка таких оголошень про вакансії зросла до 40%, незважаючи на те, що в українському трудовому законодавстві існує заборона на дискримінацію при наймі за гендерною ознакою. Розподіл гендерних переваг за професійними групами показує, що у роботодавців існують стійкі стереотипи про професійну перевагу чоловіків і жінок.

Таблиця 1

Надання послуг державною службою зайнятості зареєстрованих безробітним та іншим категоріям громадян у січні-вересні 2017 р. (за статтю)

	Чоловіки	Жінки	у %, питома вага жінок у загальній чисельності осіб, які отримували послуги СЗ
1	2	3	4
ВСЬОГО ОТРИМУВАЛИ ПОСЛУГИ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ (особи, які мали статус безробітного та інші категорії громадян, які перебували на обліку без надання статусу безробітного)			
Всього отримали роботу (у т.ч. до набуття статусу безробітного)	334,6	274,3	45,0
Брали участь у громадських та інших роботах тимчасового характеру	93,4	93,1	49,9
ЗАРЕЄСТРОВАНІ БЕЗРОБІТНІ			
Мали статус безробітного протягом звітного періоду	431,9	482,0	52,7
Працевлаштовано	163,8	147,6	47,4
Охоплено профорієнтаційними послугами	414,6	458,2	52,5
Проходили професійне навчання	78,1	65,6	45,7
Брали участь у громадських та інш. Роботах тимчасового характеру	91,8	91,5	49,9
Мали статус безробітного на кінець періоду	131,1	171,9	56,7
з них отримували допомогу по безробіттю	108,7	129,1	54,3

Таким чином, на ринку праці в основному реалізується не пряма, а прихована дискримінація, яка проявляється в політиці найму і просування, і відображає гендерні переваги роботодавців по відношенню до певних робочих місць і видів діяльності. Така прихована дискримінація сприяє формуванню горизонтальної та вертикальної сегрегації на ринку праці.

Неурядова організація Всесвітній економічний форум (ВЕФ) запропонувала кількісний вимірник рівноправності статей - Індекс гендерної нерівності (Gender Gap Index) [3]. Починаючи з 2006 року, аналітики ВЕФ оцінюють значення цього Індексу для більшості країн світу, черговий доповідь було опубліковано в кінці 2016 року. Індекс враховує розрив між чоловіками і жінками в економічній, політичній та інших сферах, а також тенденції його зміни в часі. На думку авторів дослідження, протягом минулого десятиліття світ дуже повільно просувався по шляху повної реалізації потенціалу жінок. Індекс покликаний допомогти країнам в пошуку ефективних шляхів подолання гендерного розриву.

Гендерний розрив оцінюється в чотирьох критичних областях нерівності між чоловіками і жінками [3]:

- Участь і можливості в економічній сфері (дані про розрив у заробітній платі чоловіків і жінок, участі в прийнятті рішень, доступі до висококваліфікованої зайнятості та ін.);
- Освіта (дані про гендерні відмінності в доступності всіх ступенів освіти);
- Здоров'я і тривалість життя (дані про відмінності в очікуваній тривалості здорового життя і співвідношенні статей при народженні);

- Участь в політичному процесі (дані про гендерне представництво в органах влади).

При побудові Індексу гендерної нерівності використовуються 14 параметрів (див. табл. 1). Кожен показник входить з певною вагою в проміжний індекс по одній з чотирьох зазначених областей (підіндекс). Потім будується зведений індекс гендерної нерівності. Бали, набрані країнами в рейтингу гендерної рівноправності, можуть розглядатися як процентний еквівалент усунутого розриву між чоловіками і жінками, де 1 або 100% означає повну рівність, а 0 - повну нерівність.

Треба підкреслити, що індекс відображає саме розрив між статями, незалежно від рівня того чи іншого показника. Наприклад, країна, в якій рівень освіти чоловіків і жінок однаково низький, матиме високе значення індексу, оскільки в ній немає гендерних відмінностей в доступі до освіти.

Доповідь ВЕФ про гендерну нерівність за 2016 рік включає дані по 144 країнам, причому 107 країн брали участь у всіх дослідженнях з 2006 року.

За даними дослідження 2016 року [3], жодна країна не досягла повної рівноправності між чоловіками і жінками. Найбільший прогрес спостерігається у сфері здоров'я та освіти, глобальні значення відповідних підіндексів рівні 96 і 95% (тобто гендерний розрив подолано, відповідно, на 96 і 95%). Гендерний розрив у економічній і політичній сферах залишається значним - 59 і 23%, відповідно (рис. 3). Зведений індекс гендерної нерівності склав в 2016 році 68%.

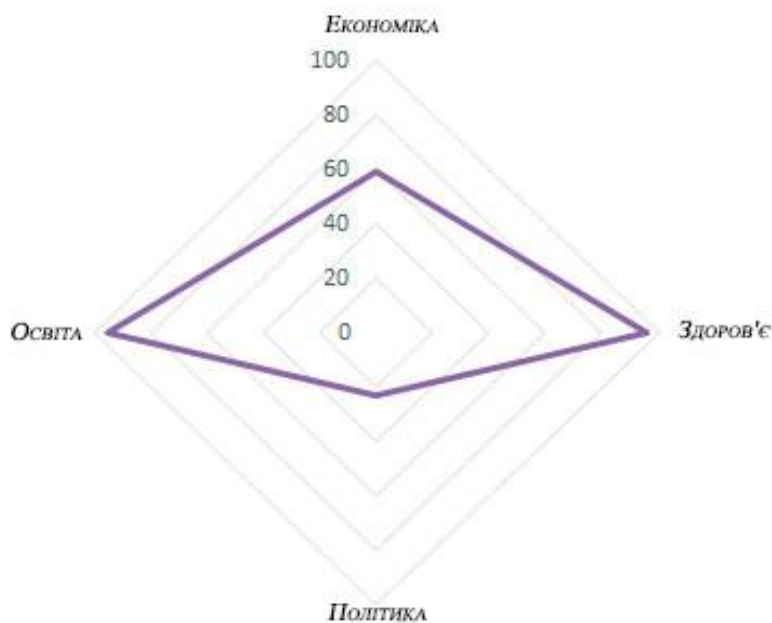


Рисунок 3 - Глобальні підіндекси гендерної нерівності в чотирьох сферах 2016 р. (100 - повна рівність, 0 - повна нерівність) [3]

Протягом усіх років, впродовж яких розраховувався Індекс гендерної нерівності, світовий рейтинг (рис. 4) очолюють чотири країни: Швеція, Норвегія, Фінляндія та Ісландія, остання займає першу строчку вісім років поспіль.

У 2016 році в першу п'ятірку країн потрапила навіть африканська Руанда. Розрив між жінками і чоловіками в країнах-лідерах рейтингу становить менше 20%. Відрив повинен забезпечуватися, перш за все, за рахунок найвищих значень під індексом гендерної нерівності в політичній сфері, тобто тут найменші в світі різниці у ступені участі чоловіків і жінок в органах влади і управління. У Руанді 64% місць в парламенті зайнято жінками - це найвищий в світі показник.

У 64 країнах ступінь усунення гендерного розриву становить від 70 до 80%. У нижній частині світового списку знаходяться країни, яким вдалося скоротити розрив тільки на 50-60%, до них відносяться Ємен (0,516), Пакистан (0,556), Сирія (0,567), Саудівська Аравія (0,583), Чад (0,587), Іран (0,587) і ряд інших країн.

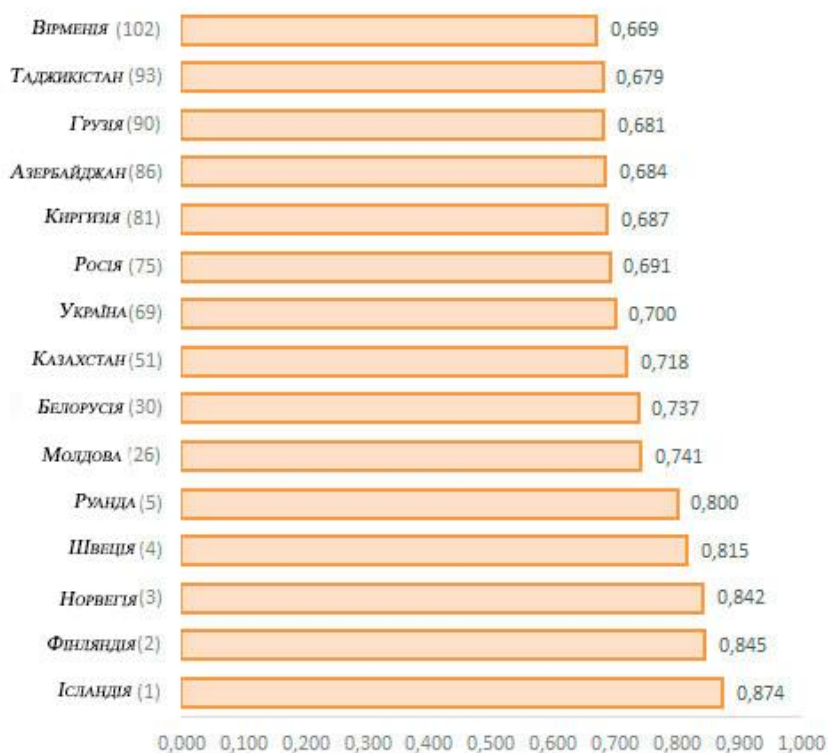


Рисунок 4 - Індекс гендерної нерівності у 2016 році. У дужках - місце країни в глобальному рейтингу (1 - повна рівність, 0 - повна нерівність) [3]

У розрізі регіонів світу надалі по шляху повної ліквідації гендерної дискримінації просунулася Західна Європа, до повної рівності їй не вистачає 25% (рис. 5). Найбільша гендерна нерівність спостерігається на Близькому Сході і в Північній Африці. Регіон Східної Європи і Центральної Азії за рівнем гендерної нерівності можна порівняти з Латинською Америкою.



Рисунок 5 - Величина гендерного розриву в регіонах світу,%. 2016 р [3]

Як можна побачити з рис. 5, Західна Європа характеризується найменшим гендерним розривом.

Серед пострадянських країн, не рахуючи Прибалтики, найкраща ситуація - в Молдові (26 місце) і Білорусі (30 місце) [1]. Обидві країни демонструють прогрес в економічній сфері, а Молдова виглядає краще інших пострадянських країн з точки зору участі жінок в політичному процесі. 28% міністерських постів в Молдові займають жінки. Казахстан займає 51 місце в глобальному рейтингу.

Україна всі роки займала невисокі позиції, в 2016 р наша країна перебувала на 53-му місці з 144. В Україні зберігається гендерна дискримінація в економіці (великі відмінності в оплаті праці чоловіків і жінок), але особливо погано йдуть справи в політичній сфері, політичний підіндекс дорівнює всього 7% при середньосвітовому значенні 23%. На момент розрахунку Індексу гендерної нерівності в Україні всього 14% місць в парламенті належало жінкам, а на міністерських посадах частка жінок була і того менше - 6%.

Отже, країни, які хочуть залишатися конкурентоспроможними, повинні розглядати гендерну рівність як невід'ємну частину розвитку їх людського капіталу [4].

Важливу роль у підтриманні гендерної нерівності є саме стереотипне мислення, щодо положення чоловіків та жінок на підприємстві та у житті в цілому. Дуже важливо для країни підвищувати суспільні інститути та, особливо, інститути гендерної рівності [5].

Зниження гендерної нерівності на ринку праці в Україні в стратегічній перспективі дозволить вирішити проблеми нерівності доходів чоловіків і жінок, сприятиме вирівнюванню внутрішньосімейних позицій і підвищення рівня життя в цілому [6].

Аналітики Goldman Sachs у своєму докладі «Жінки тримають півсвіта», зробили висновки, що підвищення економічної зайнятості жінок дає позитивні результати для ВВП країни. Вони відмітили, що скорочення гендерного розриву в рівні зайнятості може дати від 0,3 до 1,5% щорічного приросту ВВП і від 4 до 20% приросту доходу на душу населення до 2030 року. Звісно, найвищий приріст покажуть країни, де індекс гендерної нерівності є низьким, та найменший – де багата кількість жінок вже представлена на ринку праці.

Також зайнятість жінок на керівних посадах має добрий вплив на керівництво в цілому: за даними соціологічних досліджень, жінки менш схильні до неправомірних дій (на 4-9% ніж чоловіки); жінки найчастіше виносять до обговорювання соціальні питання, рішення яких призведе до поліпшення роботи підприємства [7].

Висновки та наукова новизна. Проблеми гендерної дискримінації на ринку праці, що не обійшли нашу державу, накладають негативний відбиток на економічний розвиток країни та нації. Важливу роль у підтримці гендерної нерівності є саме стереотипне мислення щодо положення чоловіків та жінок в економічній системі та в суспільному житті.

Сприймаючи вище назване, можна зробити наступні висновки щодо гендерної ситуації на ринку праці України та об'єднати їх у такі групи:

1. На ринку праці України виявлено суттєві відмінності між чоловічою та жіночою зайнятістю, специфічною особливістю яких є дискримінація жінок.

2. Найбільш високооплачувані галузі зайняті чоловічою робочою силою, отже, рівень доходів чоловіків вище рівня доходів жінок.

3. Основні причиною гендерної нерівності оплати праці є гендерна сегрегація, відмінними рисами якої на ринку праці є:

- поділ галузей регіону на «чоловічі» і «жіночі», з явною перевагою перших;
- збільшення розриву в рівнях доходів чоловіків і жінок.

4. Перевага чоловічої робочої сили в основному зумовлена, перш за все, «стереотипізацією» роботодавців держави, яке проявляється в гендерних стереотипах щодо невисоких результатів робіт, виконуваних жінками. Отже, можна говорити про те, що однією з причин обмеження жінок на ринку праці є неефективна система керівництва в основних галузях економічної діяльності країни.

Розрив між стереотипами і реальними обставинами, протиріччя між суспільними нормами і вимогами реальних суспільних систем гальмують розвиток нації. Вона потрапляє

в замкнуте коло - стереотипи підтримуються дискримінаційною практикою, а практика, в свою чергу, підтримує навіть ті стереотипи, для існування яких вже і немає реальних економічних умов. Зниження гендерної нерівності на ринку праці в Україні в стратегічній перспективі дозволить вирішити проблеми нерівності доходів чоловіків і жінок, сприятиме вирівнюванню внутрішньо сімейних позицій і підвищенню рівня життя в цілому.

В роботі був проаналізований Індекс гендерної нерівності; основні фактори, що впливають на значення Індeksu; його рівень в Україні та світі; виявлені основні причини гендерної нерівності на ринку праці в Україні; запропоновані шляхи її подолання.

Список використаних джерел

1. Дж. Батлер Гендерное регулирование / Дж. Батлер. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goo.gl/2gsXXB>
2. Верлан О. Проблеми гендерної рівності в політичній системі України / О. Верлан // Теорія і практика гендерного виховання студентської молоді: досвід, проблеми, перспективи : збірник матеріалів Міжнародної наук.-практич. конференції, м. Запоріжжя, 11-12 листопада 2004 р. – Запоріжжя, 2004. – С. С. 10-19.
3. The Global Gender Gap Report 2016. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://goo.gl/uhUASd>
4. Блага В.В. Гендерний аналіз Українського ринку праці / В.В. Блага, К.А. Долман, Є.А. Гордієнко // Глобальні та національні проблеми економіки: Електронне наукове видання. – Випуск 11. – Миколаїв: Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, 2016. – С. 105-108.
5. Глобальний рейтинг гендерної рівності: українкам до рівноправ'я ще далеко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dw.de>.
6. Василькова Р.В. Женская безработица в Украине. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://oldconf.neasmo.org.ua/>.
7. Гендерные стереотипы тормозят экономический рост. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goo.gl/LHguZu>.

канд. техн. наук, доцент **Бредіхін В. М.**
Харківський національний університет будівництва та архітектури
ст. викладач **Прокопенко М. В.**
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

ІТ-ІНДУСТРІЯ ТА РОЗВИТОК КУЛЬТУРИ І КРЕАТИВУ В УКРАЇНІ

Не зважаючи на значні досягнення Україна в організації процесу електронного урядування України та безмежні можливості цифрової економіки ІТ бізнес все ще недостатньо представлений у культурному середовищі України.

В існуючому рейтингу ООН по індексу розвитку електронного урядування Україна за останні два роки піднялася на 25 позицій і займає 62 місце серед країн світу. Є інші рейтинги, які оцінюють наскільки громадяни готові спілкуватися з урядом, де успіхи країни ще більш значні. Експортна стратегія країни на найближчі чотири роки, яку нещодавно презентували в Мінекономрозвитку визначає серед пріоритетних секторів для розвитку торгівлі – креативні послуги та сферу ІТ.

Коли ми говоримо про відсутність реформ слід урахувати, що в Дніпрі, Києві, Харкові та інших областях відкрилися Центри надання адміністративних послуг, у Києві запустили систему держзакупівель Prozorro, у Львові і Харкові впроваджується система електронних квитків та Id-Карток.



Рисунок 1 – Єдиний електронний квиток

Слід зазначити, що отримані наробки використання ІТ та побудови різноманітних інформаційних систем у Державних проектах слід поширити на проекти розвитку та збереження культурного надбання нашого народу, де вони можуть бути дуже корисними та й взагалі використання апаратно-програмного комплексу галузі повинно використовуватись повною мірою. До них слід віднести: DATA центри, інформаційні системи, цифрові системи відеоспостереження

Розвиток креативної економіки в світі ставить нові завдання перед суспільством в цілому. Як технологічні досягнення можуть допомогти креативним індустріям і що стоїть на заваді цифровому прогресу? В середині квітня 2017 року ці питання об'єднали представників державної сфери та бізнесу на конференції «ІТ в культурному середовищі України» [1].

Кожна сфера креативної економіки, а саме: візуальне мистецтво, архітектура, мода, музеї, бібліотеки, архіви, видавництва й ЗМІ, реклама, телебачення, кіно, ремесла сьогодні експериментує з цифровими технологіями. ІТ стає в пригоді під час створення сайтів і перформансів, онлайн-курсів та інсталяцій, віртуальних турів й оцифрування культурної спадщини. У Польщі, наприклад, вже оцифровано два мільйони видань, значну частину з яких можна знайти у відкритому доступі на сайті Polona [2].

В Україні, досить високий розвиток ІТ-сфери і сильні креативні ідеї, тому спільні проекти між культурою і технологіями дають можливість Україні значно просунутись в світовому рейтингу розвитку креативності. І вже є позитивні куйси. Наприклад, виставка «Музей новин», яка відгриміла в Мистецькому Арсеналі і на якій було сповна використано потенціал інтерактивних технологій та віртуальної реальності. Або показане у сферичному кінотеатрі Atmosfera 360 у Києві всесвітньовідоме повнокупольне шоу Samskara: над створенням візуального ряду на основі картин художника Андроїда Джонса серед інших працювали й аніматори з України.

Але на сьогодні ці успіхи країни часткові і в питанні взаємодії технологій та культури ми поки відстаємо від розвинутих країн, незважаючи на великі наробки в цій галузі і великі можливості які дає наше історичне минуле. Сайти багатьох вітчизняних культурних та освітніх установ сьогодні виглядають так, ніби вони застрягли в минулому, а інформацію й надалі зберігають на дисках і навіть дискетах. До 2005 року в Україні існувала програма збереження й оцифрування бібліотечних фондів, але її було виконано лише на 30% і нова стратегія з того часу не з'явилася.

Залишаються актуальними питання:

- як підвищити лояльність людей до простору, куди вони приходять раз на рік?
- які є програми лояльності, щоб активізувати цей зв'язок?
- як розширити онлайн-простір для всіх інституцій, щоб більше людей заходило на сайти?
- як підвищити якість контенту, щоб потрапивши на сайт люди потім приходили в сам

музей або галерею?

Розглянемо креативні можливості та практичні рішення, які зможуть дати відповідь на ці питання та змінити ситуацію по впровадженню ІТ технологій в культурне середовище України.

ІТ - інструменти стають корисними при створенні «перенесення» культурної спадщини до цифрового вигляду. З їхньою допомогою можна розв'язати, приміром, проблему переліка відвідувачів різних заходів.

Хмарні технології, як інструменти ІТ, можуть популяризувати національну культурну спадщину. Оцифровані книги, картини, орнаменти, старі кіноплівки та іншу інформацію можна розмістити на віддаленому сервері й зробити доступною для будь-якої людини у світі. Це підвищить туристичну привабливість країни, а держава таким чином збереже культурні надбання.

Причому в цьому мають бути зацікавлені не тільки держава та компанії, чий хліб – оцифрування, а й креативний бізнес, адже такий контент можна використати творчо. «Якщо ми можемо показати хоча б частину нашої культурної спадщини світу, викласти це у відкритому доступі, то багато організацій будуть зацікавлені надати на це кошти», – вказала Надія Васильєва, голова представництва Microsoft в Україні [3].

Але українське законодавство обмежує використання всіх переваг ІТ-технологій. Наприклад, на хмарних сервісах не можна зберігати державну інформацію та персональні дані – поняття з досить розмитими межами. Не так давно було затверджено план створення електронної бази пам'яток столиці, однак реалізувати його не вдається, адже багато нормативних актів забороняють виставляти у публічний простір інформацію про власників об'єктів. Проблиском надії можуть стати зміни до закону «Про захист персональних даних», обговорення яких зараз триває.

Вже сьогодні в країні набирає популярність спеціальність архітектора віртуальної реальності. Фахівець, який має навички в області цифрової культури, знає, як використовувати інструменти, пропонувані нам сучасними інформаційними технологіями, незалежно від того, чи має він знання в області ІТ або ні.

Більше того, цифрова культура має на увазі, що людина дотримує так званої цифрової етики. Це означає що він знає, як будувати спілкування з іншими користувачами, як представляти інформацію про себе, які дані є публічними, а які – ні, як забезпечити інформаційну безпеку, яке законодавство існує в його країні в області роботи з даними. Іншими словами, він усвідомлює, як правильно позиціонувати себе в інформаційному просторі і які границі не можна переступати, коли перебуваєш у ньому.

Потенціал сучасних технологій можуть використати туристичні агентства, адже інтерактивні проекти приваблюють як реальних, так і віртуальних туристів які планують подорожі країною. Для прикладу, в 2009 році IBM Academic Initiative створила віртуальний тур Забороненим містом в Пекіні, а сьогодні такий формат є невід'ємною частиною контенту музеїв, театрів, готелів і розважальних комплексів. Яскравий приклад – сайт Національного музею природознавства у Вашингтоні [5].

Донедавна музеї в Україні користувалися нормативною базою середини 80-х років, яка була орієнтована виключно на паперові способи мислення та обробки інформації. Як наслідок – зараз понад 95% інформації в музеях зберігається на аналогових носіях. Ми досі не маємо переліку предметів культурної спадщини, які підлягають оцифруванню. І тільки нещодавно уряд визначив формування реєстрів культурної спадщини загалом як один із пріоритетів в культурній політиці.

«Понад 40 музеїв намагаються використовувати інформаційні технології в своєму обліку, однак дуже часто переносять способи паперового мислення на ті продукти, які створюють за допомогою програмістів, – розповідає голова правління "Українського центру розвитку музейної справи" Владислав Піоро. – Вони намагаються буквально перенести паперову документацію в структурну базу даних. Найстрашніше, що компанії, які допомагають створювати такі продукти, не пояснюють ризиків і загроз. Інколи музейники

намагаються піти далі, щось запропонувати в інтерпретації цих паперових документацій і породжують проблему структурної несумісності баз даних».

З 2016 року Міністерство культури затвердило стандарти для електронного опису музейних предметів. Надзвичайно важливо дотримуватися їх, щоб потім не залежати від певного виробника чи програмного забезпечення. Це дасть можливість музеям, які генерують інформацію, вільно обмінюватися даними та передавати їх у державний реєстр.

Свобода панорами – це право фотографувати, малювати, знімати на відео будівлі, пам'ятники, мости, інтер'єри станцій метро та інші об'єкти, які знаходяться в публічних місцях, і потім вільно поширювати зображення не порушуючи при цьому авторських прав. У Великобританії та Німеччині цей принцип поширюється на всі об'єкти, в США – лише на будівлі. В Італії, Франції та Україні свободи панорами немає.

«Якщо ви бажаєте з метою поширення, наприклад, для ілюстрування статті у Вікіпедії, сфотографувати або зняти на відео будівлю чи пам'ятник, станцію метро чи меморіальну дошку, вам необхідно отримати на це дозвіл у автора, архітектора або скульптора, – пояснює Юрій Пероганич, генеральний директор Асоціації підприємств інформаційних технологій України та засновник громадської організації "Вікімедіа Україна". – Дозвіл не потрібен, лише якщо автор помер понад 70 років тому – в такому разі твір перебуває в суспільному надбанні. Тобто фотографування більшості радянських будівель чи скульптур і абсолютно всього, створеного за часів незалежності, вимагає дозволу автора. Під цю норму підпадає все – від будівлі Верховної Ради, для фотографування якої потрібен дозвіл спадкоємців архітектора Заболотного, до сільських пам'ятників-меморіалів полеглим у війнах чи жертвам Голодомору».

Свобода панорами могла б стати ще одним кроком на шляху до культурного зростання України. Натомість її відсутність знижує туристичний потенціал країни: по-перше, неможливо вільно ділитися фотографіями цікавих місць, а по-друге, без достатньої кількості зображень складно відновити зруйновані об'єкти. Також це стає на заваді створенню фільмів чи сюжетів про сучасну архітектуру та мистецтво.

Щороку в Україні публікуються десятки енциклопедій та словників, укладених Академією наук та іншими державними організаціями й установами. Однак часто собівартість таких видань висока, а тиражі – настільки малі, що вони просто не доходять до книгарень. Ці книги осідають в кабінетах науковців та окремих державних бібліотеках. «Якщо видання такого типу не приносять грошей державі, а виконують важливу гуманітарну функцію, то розповсюджувати їх слід вільно й в електронному вигляді. Платники податків і так вже заплатили за їх створення», – вважає Юрій Пероганич. Онлайн-версія одинадцятитомного «Словника української мови» – втілення такого бачення і одна з перших ініціатив, яку можна брати за приклад [6].

Враховуючи ці зрушення в сфері креативності використання ІТ-технологій в збереження культурного надбання нашого народу України розглянемо майбутні перспективи.

Культура та бізнес більше не можуть існувати окремо, інновації потребують об'єднання цих двох сфер, тому зростання відбувається завдяки інноваціям, а інновації є результатом креативного підходу. Креативний підхід, в свою чергу, потребує знань та навичок у сфері культури, тому для виведення культурної спадщини на новий рівень, в тому числі за допомогою ІТ-технологій, потрібно:

- дозволити культурним установам заробляти своєю діяльністю – наприклад, організувати музейну кав'ярню чи власну лінію сувенірної продукції, а також отримувати й використовувати на свій розсуд кошти спонсорів і приватні пожертвування;
- культурні установи мають враховувати запити суспільства, а їхні працівники повинні звітувати про виконання річних стратегічних робочих планів;
- працівники музеїв повинні навчитися працювати з онлайн-інструментами, вести облік й передавати інформацію в електронній формі;
- обов'язково потрібний зручний в користуванні та перекладений на англійську мову

сайт організації, де можна ознайомитись із найновішою інформацією та проглянути онлайн-презентацію установи;

– необхідна єдина онлайн-база даних, яка б містила інформацію про об'єкти культурної спадщини, та єдина система статистичних даних, що допомагала б проводити оцінювання музеїв, галерей, театрів та інших культурних установ.

Все представлено вище – це перші спроби заявити про Україну в світі, і Український креативний сектор уже забезпечує близько 4% ВВП країни [7]. Але орієнтуючись на інші світові індекси Україна займає досить невисокі місця. За рівнем щастя ми на 132-у місці з-поміж 155 країн, за рівнем людського розвитку – 84-ті зі 188, за рівнем життя населення – 63-я сходинка зі 133. За рівнем ВВП минулого року Україна виборола 138-е місце серед 189 країн. Надію вселяє індекс креативності: тут ми 43-ті зі 187. І від цього треба відштовхуватися надалі.

Наприкінці розглянемо вже існуючі програми для підтримки креативного сектору держави в збереження культурного надбання народу Молдови, країни яка набагато менша за Україну, де працює програма «Культура и Креативность» [7].

Дослідження "Перформативне мистецтво в Україні: виклики і реформи".

Креативні міста і регіони - так називається проект, організований для невеликих міст які ефективно використовують креативний потенціал.

Аналітичні брифи - пройшли тренінги під загальним заголовком "Культура і креативність" результатом яких стали звіти про культурний менеджмент, державну політику у сфері культури, розвиток концертних залів, дизайну, аудиторії культурних подій і викладання мистецтв в школах.

Посібник з 30 кращими прикладами реновації і створення культурних центрів на основі покинутих заводів, залізничних станцій і навіть кораблів. Тут зібрані історії і інтерв'ю, в яких активісти розповідають про виклики, проблеми і переваги реновації.

Прикладом вітчизняної ідеї є створення на базі споруди цеху №170 заводу імені Малишева (у минулому – паротягобудівний завод, заснований ще у 1895 році) культурного проекту "Арт-завод Механіка. Інша земля".

Арт-завод "Механіка" позиціонується як мультифункціональний культурно-творчий простір, концертний майданчик, парк, арт-хол, інкубатор креативних індустрій, виставковий комплекс. Тут створюватимуться і реалізовуватимуться самі незвичайні задумки і проходити великі заходи міста.



Рисунок 2 – Постер Арт-завод МЕХАНІКА

Нещодавно за підсумками конкурсу інвестиційних проектів "Харків - стратегія успіху", "Механіка" перемогла в номінації "Кращий інвестиційний проект у сфері розвитку туризму в Харкові".

Книга Девіда Перриша "Футболки і костюми: гід по креативному бізнесу", з якої

можна дізнатися як зробити креативну ідею і культурний продукт прибутковою.

Можливості сайту доступні і після закінчення програми: 14 онлайн-курсів для культурних менеджерів на восьми мовах, списки фактів і цифр про економічне і соціальне значення культури, а також 500 корисних ресурсів для пошуків фінансування, партнерів і освітніх можливостей.

За три роки Програма організувала 252 заходи, опублікувала 870 статей завоювала більше 30 тисяч передплатників на сторінці в Facebook.

Список використаних джерел

1. Конференція: «ІТ бізнес в культурному середовищі України. Діалог бізнесу та влади» [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://itukraine.org.ua/events/konferenciya-it-biznes-v-kulturnomu-seredovyshchi-ukrayiny-dialog-biznesu-ta-vlady>
2. Polona [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://polona.pl>
3. Охорона пам'яток - центр правових та політичних досліджень [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.centre7.org.ua/?q=book/export/html/11>
4. Національний музей природознавства у Вашингтоні [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://naturalhistory.si.edu/vt3/>
5. Словник української мови [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://sum.in.ua/>
6. Выйти на цену: сколько стоит креативность и как она влияет вообще на все [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://platfor.ma/magazine/text-sq/opinion/kreativnyue-dengi/>
7. Перформативное искусство в молдавии: вызовы и реформы [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://www.culturepartnership.eu/article/performing-arts-in-the-republic-of-moldova>

канд. екон. наук, доцент **Брежнєва-Єрмоленко О. В.**
студент напряму «Фінанси і кредит» **Галаганов В. О.**
Дніпровський державний технічний університет

НОВА СИСТЕМА МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ: ВИБІР ОПТИМАЛЬНОЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ МОДЕЛІ

Вступ. Фінансово-бюджетна децентралізація, яка займає ключову позицію у програмі реформування економіки України, тісно пов'язана з процесом реорганізації міжбюджетних відносин і здійснює на нього прямий вплив. Тому для повноцінного визначення даного впливу необхідно визначити сутність міжбюджетних відносин, міру їх взаємодії з децентралізаційними процесами в бюджетній сфері та проаналізувати досвід іноземних країн стосовно проведення фінансово-бюджетної децентралізації. Окрім цього необхідно розробити систему інтегративних підходів, спрямованих на підвищення ефективності функціонування механізму міжбюджетних відносин в Україні, який буде ґрунтуватись на умовах соціально-орієнтованої економіки і відповідати сучасним реаліям вітчизняної соціально-економічної сфери.

Результати дослідження. Згідно з визначення Бюджетного кодексу України, міжбюджетні відносини – це відносини між державою, Автономною Республікою Крим та місцевим самоврядуванням щодо забезпечення відповідних бюджетів фінансовими ресурсами, необхідними для виконання функцій, передбачених Конституцією та законами України [1].

На основі БКУ можна виділити два основних рівні управління міжбюджетними відносинами. Перший рівень включає пряме регулювання відносин між державним бюджетом і місцевими бюджетами областей, районів, міста Києва, міст обласного значення. На другому рівні встановлюються взаємовідносини між районними бюджетами та бюджетами місцевого самоврядування (бюджети територіальних громад сіл, їх об'єднань,

селищ, міст, (зокрема районів у містах), а також між бюджетами міст обласного значення та бюджетами адміністративно підпорядкованих їм міст, селищ, сіл.

З питанням дворівневого поділу системи управління міжбюджетними відносинами тісно пов'язана проблема побудови оптимальної моделі функціонування механізму міжбюджетних відносин в Україні. На сьогоднішній день у світовій практиці розрізняють дві основні моделі організації міжбюджетних відносин: централізовану та децентралізовану. Основні переваги та недоліки кожної моделі ілюструє рис. 1.



Рисунок 1 - Характерні особливості моделей організації міжбюджетних відносин [складено авторами за даними 8, 9]

За даними рисунка можна зробити висновок, що централізована модель організації міжбюджетних відносин є застарілою і не відповідає сучасним реаліям світової економіки. Натомість децентралізована модель є найбільш оптимальною для підтримання сталого економічного розвитку. Дана модель має значно більше переваг за майже повної відсутності недоліків і враховує характерні напрями розвитку економіки країни як системи тобто організованого та ефективного об'єднання елементів нижчих рівнів. Такий підхід дозволить проводити повноцінну взаємодію між бюджетами різних рівнів та створить основи для ефективного функціонування механізму міжбюджетних відносин в країні.

Дослідження моделей організації міжбюджетних відносин викликає об'єктивну

необхідність в аналізі процесів проведення фінансово-бюджетної децентралізації в розвинених країнах, результатом якого стане визначення основних напрямів реформування вітчизняної бюджетної системи в контексті фіскальної децентралізації. Найбільш оптимальними країнами для дослідження є Німеччина та Швеція. Німецька система побудови міжбюджетних відносин є класичним представником загальноєвропейської бюджетної системи, а шведська економічна модель має ряд відмінних ознак, які можуть бути корисними для використання у вітчизняній практиці.

У Німеччині бюджетоутворюючий процес ґрунтується на вертикальному розподілі податкових надходжень. Податок на доходи фізичних осіб, ПДВ, податок на доходи з капіталу фізичної особи формують бюджети всіх трьох рівнів бюджетної системи ФРН: федерального, суб'єктів федерацій (земель) та бюджети громад. Податок на прибуток корпорацій та кредитних установ розподіляється між федеративним бюджетом та бюджетами земель. ПДВ, податок на доходи фізичних осіб та на доходи від капіталу фізичних осіб розподіляються у відповідній пропорції між федеративним, земельним бюджетами та бюджетом громади. Крім того, за кожним рівнем бюджетної системи закріплюються певні податки, що повністю спрямовуються лише до одного з бюджетів. У таблиці 1 відображено розподіл основних з більш ніж 40 податків, що адмініструють у Німеччині [3, с.49-50].

За даними таблиці можна зробити висновок, що такі податки як ПДВ, податок на прибуток корпорацій, на доходи фізичних осіб та на доходи від капіталу фізичних осіб є спільними для всіх рівнів бюджетів в Німеччині. Їх питома вага у всіх податкових надходженнях складає більш ніж 70%.

Таблиця 1

Вертикальний розподіл податкових надходжень у Німеччині

Доходи федеративного бюджету	Доходи суб'єктів федерацій (земель)	Доходи бюджетів громад
Податок на доходи фізичних осіб		
42,5 %	42,5 %	15 %
ПДВ		
49,5 %	48,4 %	2,1 %
Податок на доходи з капіталу фізичних осіб		
44 %	44 %	12 %
Податок на прибуток корпорацій		
50 %	50 %	-
Промисловий податок		
43,5 %	56,5 %	-
Федеральні податки:	Податки федеральних земель:	Місцеві податки:
Акцизні податки: податок на каву, тютюн, алкогольні напої, Податок на енергоносії. Податок на транспорт. Податок на страхові виплати.	Податок на спадок. Податок на майно. Податок на придбання земельної ділянки. Податок на пиво. Податок на утримання пожежної охорони. Збір з казино. Податок на ігри на бігах та лотереї.	Місцеві акцизи: на собак, на полювання та рибальство, на другу квартиру, на торгівлю алкогольними напоями. Податок на землю.

Для Швеції, як і решти скандинавських країн, характерний централізований підхід до розподілу бюджетних надходжень. Так за розрахунками експертів, основні бюджетоутворюючі надходження між центральним бюджетом, бюджетами ландстингів (адміністративно-територіальних одиниць) та бюджетами комун розподіляється у пропорціях 67%:11%:22%. Таке співвідношення характеризується наявністю сильної центральної влади, дещо слабшої влади на регіональному рівні та доволі високим рівнем місцевої автономії, адже згідно з Конституцією Швеції органи місцевого самоврядування мають право самостійно збирати податки та встановлювати податкові ставки. Для моделі місцевого самоврядування скандинавських країн характерні аспекти функціональності і участі, тобто до політичного процесу залучені не тільки держава, а й нижні рівні управління [10, с.71-72].

В Україні ситуація з розподілом податкових надходжень виглядає дещо інакше. Розподіл податкових надходжень між ланками бюджетної системи України ілюструє табл. 2.

Таблиця 2

Розмежування податкових надходжень між ланками бюджетної системи в Україні

Норматив розмежування податків між бюджетами			
Податки	Державний бюджет	Обласний бюджет	Місцевий бюджет
Податок на доходи фізичних осіб	25%	15%	60%
	60% на території м. Київ		40% на території м. Київ
Податок на прибуток підприємств	90%	10% (від підприємств приватного сектору економіки)	10%
Податок на додану вартість	100%	-	-
Екологічний податок	20%	55% до загального фонду	25%
Рентна плата за спеціальне використання лісових ресурсів	50%	50%	-
			50% до бюджету м. Київ
Рентна плата за спеціальне використання води	50%	50% (водних об'єктів обласного значення)	-
			50% до бюджету м. Київ
Рентна плата за користування надрами для видобування корисних копалин	75%	25% за користування надрами загальнодержавного значення, крім нафти і природно газу)	-
			25% до бюджету м. Київ
Акцизний податок з реалізації нафтопродуктів, скрапленого газу		30% (до спеціального фонду), 70% (до бюджету м. Київ та міст обласного значення)	13,44% з виробленого та ввезеного пального
Податок на майно	-	-	100%
Єдиний податок	-	-	100%
Збір на місця паркування транспортних засобів	-	-	100%
Туристичний збір	-	-	100%

За даними таблиці можна зробити висновок, що навіть після проведення I етапу бюджетної децентралізації основні бюджетоутворюючі податки залишаються в розпорядженні центральних органів влади (податок на прибуток підприємств - 90 %, ПДВ - 100%, рентні платежі - 50-75 %) [1]. Тому можна стверджувати про збереження тенденції концентрації бюджетних надходжень в державному бюджеті.

Стосовно розмежування видатків між бюджетами розвинених країн необхідно відзначити, що видатки розподіляються оптимально і підкріплені необхідними фінансовими ресурсами для їх здійснення. Основні бюджетні видатки розвинених країн ілюструє табл. 3 [складено за даними 3, 10].

Таблиця 3

Розмежування бюджетних видатків розвинених країн

Німеччина		
Федеративні видатки	Видатки суб'єктів федерації	Видатки територіальних громад
Зовнішня політика, оборона, соціальне забезпечення (лікування пенсіонерів), транспорт, сприяння розвитку економіки, житлове та міське будівництво, федеральне фінансове управління	Поліція, суди, соціальна допомога та молодіжні програми, охорона здоров'я (програми з вакцинації), культура, сприяння розвитку економіки, житлове та міське будівництво, фінансове управління, освіта (фінансування оплати праці у школах, вищих навчальних закладах)	Інвестиційні витрати соціальної сфери (утримання будівель лікарень, дитячих садків, будинків престарілих), капітальні витрати в сфері освіти (утримання будівель шкіл, інститутів), фізичне виховання (спортивні споруди, басейни), сприяння розвитку економіки.
Швеція		
Видатки державного бюджету	Видатки з бюджетів ландстингів	Муніципальні видатки
політична система, проведення економічної та фіскальної політики, юстиція, оборона, міжнародний розвиток, вирішення питань, пов'язаних із політикою щодо іммігрантів, фінансове забезпечення хворих та інвалідів, підтримка освіти, охорони здоров'я, культури, безробітних; ринок праці, охорона навколишнього середовища, сільське господарство та рибальство, надання грантів муніципалітетам, обслуговування боргу, внески до Європейського Союзу	видатки на охорону здоров'я та міський транспорт	видатки на соціальний захист та соціальне забезпечення населення, освіти (за винятком університетів), культуру та спорт, благоустрій міст

В Україні діє інша система розмежування видатків між бюджетами, яка включає 2 напрями розподілу бюджетних видатків: з державного бюджету та місцевих бюджетів, які в свою чергу розподіляються на видатки з обласних бюджетів, з районних бюджетів та бюджетів міст обласного значення та з бюджетів сіл, їх об'єднань, селищ, міст районного значення. Розмежування видатків між бюджетами в Україні ілюструє табл. 4 [3, с.53].

Розмежування бюджетних видатків в Україні

Видатки			
З державного бюджету	З місцевих бюджетів		
	з обласних бюджетів	з районних бюджетів та бюджетів міст обласного значення	з бюджетів сіл, їх об'єднань, селищ, міст районного значення
видатки на забезпечення конституційного ладу, державної цілісності та суверенітету, незалежного судочинства.	гарантовані послуги для окремих категорій громадян, або реалізацію програм, потреба в яких існує в усіх регіонах України.	надання основних гарантованих послуг для всіх громадян України.	необхідне першочергове надання гарантованих послуг і які розташовані найближче до споживачів.
	<i>видатки враховуються при визначенні обсягу міжбюджетних трансфертів і які забезпечують:</i>		
державне управління; судову владу; міжнародну діяльність; фундаментальні та прикладні дослідження і сприяння науково-технічному; національну оборону правоохоронну діяльність, забезпечення безпеки держави; освіта; охорону здоров'я; соціальний захист та соціальне забезпечення; культуру і мистецтво; державні програми підтримки телебачення, радіомовлення, преси, книговидання, інформаційних агентств; фізичну культуру і спорт; державні програми підтримки регіонального розвитку та пріоритетних галузей економіки; програми реставрації пам'яток архітектури, спорудження (створення) пам'ятників і монументів державного значення; державні програми розвитку транспорту, дорожнього господарства, зв'язку, телекомунікацій та інформатики; державні інвестиційні програми (проекти); державні програми з ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи, охорони навколишнього природного середовища та ядерної безпеки, запобігання виникненню та ліквідації надзвичайних ситуацій та наслідків стихійного лиха; створення та поповнення державних запасів і резервів; обслуговування державного боргу; проведення виборів у випадках, передбачених законом, та всеукраїнських референдумів; фінансову підтримку громадських об'єднань на конкурсних засадах для виконання завдань державної політики; інші програми, які мають виключно державне значення.	державне управління; освіта; охорона здоров'я; соціальний захист та соціальне забезпечення; культура і мистецтво; фізична культура і спорт	органи місцевого самоврядування ; освіту: дошкільну освіту; загальну середню освіту; сільські, селищні та міські палаци і будинки культури, клуби, бібліотеки.	
		Видатки місцевих бюджетів, що не враховуються при визначенні обсягу міжбюджетних трансфертів: місцеву пожежну охорону; позашкільну освіту; соціальний захист та соціальне забезпечення; відшкодування різниці між розміром ціни на житлово-комунальні послуги; місцеві програми розвитку житлово-комунального господарства та благоустрою населених пунктів; місцевого значення: культурно-мистецькі програми; типове проектування, реставрацію та охорону пам'яток архітектури; будівництво, реконструкцію, ремонт та утримання доріг; програми природоохоронних заходів управління комунальним майном; регулювання земельних відносин; обслуговування місцевого боргу та інші.	

За даними таблиці можна зробити висновок, що за структурою розподілу видатки з державного бюджету значно переважають видатки з місцевих бюджетів. Дана тенденція більше схожа на шведську модель і свідчить про переважання повноважень центральних органів влади у питанні прийняття стратегічних рішень та про централізацію бюджетних надходжень через необхідність покриття зазначених видатків.

Особливої уваги у напрямі дослідження впливу децентралізації на організацію міжбюджетних відносин заслуговує питання розробки та реалізації механізму функціонування міжбюджетних трансфертів, які будуть відповідати умовам нової системи фінансових відносин, що будуть виникати між бюджетами різних рівнів.

Необхідно відзначити, що поняття офіційних (міжбюджетних, бюджетних) трансфертів в українську практику було вперше запроваджено у 1996 р. разом із введенням нової бюджетної класифікації, згідно з якою їх поділяли на дві групи залежно від цільового спрямування коштів, а саме на поточні й капітальні. До поточних офіційних трансфертів зараховували грошові допомоги (дотації), які одержували бюджети нижчих рівнів за недостатньої ефективності дохідних джерел. На відміну від поточних, капітальні офіційні трансферти (субвенції) передбачали цільове використання одержаних коштів. Цілі, на які спрямовувалися субвенції, переважно були пов'язані з виконанням органами місцевого самоврядування делегованих державою повноважень [7]. Дана система організації міжбюджетних трансфертів діяла до 2014 р. і в умовах проведення реформи, спрямованої на фіскальну децентралізацію потребувала істотних змін. Тому змінами, внесеними до чинного законодавства у 2014 р., зокрема до Бюджетного кодексу, було передбачено запровадження нової моделі фінансового забезпечення місцевих бюджетів і нових підходів у взаємовідносинах державного бюджету з місцевими бюджетами [4].

До основних змін, які відбулись у механізмі застосування трансфертного інструментарію в Україні, слід віднести заміну системи балансування бюджетів системою міжбюджетного вирівнювання, яка передбачає горизонтальне вирівнювання податкоспроможності територій залежно від рівня надходжень на одного жителя лише по податку на прибуток підприємств для обласних бюджетів та податку на доходи фізичних осіб – для бюджетів міст, районів та обласних бюджетів [5, с.158].

Не менш важливим є запровадження індексу податкоспроможності, який розраховується як відношення обсягу надходжень відповідного податку на 1 жителя до середнього значення по Україні. Механізм вирівнювання податкоспроможності місцевих бюджетів за індексом податкоспроможності ілюструє рис. 2 [5, с. 159].



Рисунок 2 - Механізм вирівнювання податкоспроможності місцевих бюджетів

Також у новій системі міжбюджетного вирівнювання було введено нові види міжбюджетних трансфертів, які включають базову та реверсну дотацію. Під базовою дотацією розуміється трансферт, що надається з державного бюджету місцевим бюджетам для горизонтального вирівнювання податкоспроможності територій. Реверсна дотація – це кошти, що передаються до державного бюджету з місцевих бюджетів для горизонтального вирівнювання податкоспроможності територій.

Позитивним моментом нової системи міжбюджетного вирівнювання є те, що залишки коштів субвенцій на кінець бюджетного періоду зберігаються на рахунках відповідних місцевих бюджетів і використовуються у подальшому бюджетному періоді з урахуванням цільового призначення [7].

До основних проблемних питань, які залишились невирішеними, слід віднести наступні:

- для обрахунку розміру міжбюджетних трансфертів не враховуються внутрішньо переміщені особи з тимчасово окупованих територій;
- у розрахункових показниках міжбюджетних трансфертів не передбачено кошти на здійснення індексації заробітної плати;
- плановий обсяг субвенцій не враховує подорожчання комунальних тарифів на енергоносії, що створює загрозу для повноцінного функціонування бюджетних установ [2, с. 10].

Вищесказане зумовлює об'єктивну необхідність у розробці комплексної системи заходів, спрямованої на оптимізацію механізму міжбюджетних відносин в Україні. В даному аспекті особливу увагу необхідно звернути на місцеві бюджети, тому що реалізація бюджетного процесу на місцевому рівні окрім загальних засад програмно-цільового методу потребує застосування системи інтегративних підходів, яка дозволить підвищити ефективність роботи бюджетної системи в регіонах та механізму міжбюджетних відносин в цілому. Дана система включає ряд груп та методів, основний перелік яких ілюструє табл. 5 [складено за даними 6].

Таблиця 5

Комплексна система підходів щодо підвищення ефективності функціонування механізму міжбюджетних відносин в Україні

Підходи щодо реформування	Заходи для реалізації
1	2
Удосконалення процесу адміністрування податку на доходи фізичних осіб	поступова заміна нормативів розмежування податку на доходи фізичних осіб
	розмежування ПДФО та передача надходжень за цим податком місцевим бюджетам за місцем фактичного проживання (реєстрації) особи, доходи якої оподатковуються
	підвищення ефективності розподілу доходів від справляння ПДФО між адміністративно-територіальними одиницями різних рівнів
Забезпечення повноцінного формування власних доходів місцевих бюджетів	зміна нормативів щодо частки власних доходів місцевих бюджетів (тобто без урахування трансфертів) у зведеному бюджеті
	удосконалення системи адміністрування майнового податку
	зміна бази оподаткування транспортного податку
	нормативне врегулювання додаткових надходжень до місцевих бюджетів за рахунок розширення власних джерел
Підвищення ефективності та прозорості використання бюджетних коштів	впровадження на місцевих рівнях системи моніторингу виконання бюджетних коштів
	інформування громадськості за допомогою сучасних інформаційних технологій

Продовження табл. 5

1	2
Удосконалення механізму обслуговування коштів місцевих бюджетів	перегляд норми щодо 5-денного терміну виконання платіжних доручень органів місцевого самоврядування службою Держказначейства на предмет виключення умови виконання доходів зведеного бюджету України
	посилення відповідальності за невчасне проведення платіжних доручень місцевих бюджетів
Стимулювання органів місцевого самоврядування до проведення ефективної бюджетної політики, що забезпечує рівний доступ громадян до суспільних послуг	удосконалення нормативно-правового регулювання системи міжбюджетних трансфертів
	нормативно-правовий супровід оптимізації бюджетних установ в територіально-адміністративних одиницях
	запровадження додаткових асигнувань або введення коригувальних коефіцієнтів для фінансового забезпечення функції зберігання та реставрації будівель культурно-історичного значення
Підвищення якості та ефективності соціальної політики та створення передумов для «ринку соціальних послуг»	забезпечення в контексті децентралізації нормативно-правової бази для створення Єдиних центрів соціальних послуг
	впровадження системи соціального планування на місцевому рівні з врахуванням вимог уряду, потреб громади та залученням її до вирішення соціальних проблем
	здійснення компетентного різнобічного моніторингу з метою визначення потреб громади в послугах та впровадження системи соціального планування на місцевому рівні;
	забезпечення розробки та практичної реалізації механізму фінансування соціальних послуг за принципом «гроші ходять за отримувачем послуг» з метою підвищення якості їх надання
Забезпечення розробки та обґрунтування розрахунків фінансових нормативів бюджетної забезпеченості	модернізація існуючого алгоритму визначення обсягів видатків з державного бюджету на виконання делегованих повноважень у формі медичної, освітньої субвенцій та субвенції на підготовку робітничих кадрів
Підвищення ефективності фінансової політики органів місцевого самоврядування	стимулювання розвитку фондового ринку місцевих (муніципальних) цінних паперів
	сприяння розвитку на місцевому та регіональному рівнях страхового ринку за рахунок активізації всіх видів майнового страхування, страхування життя та недержавного пенсійного страхування, страхування професійної відповідальності надавачів суспільних послуг
	активізація інших видів фінансових послуг на місцевому рівні

Аналіз розробленої таблиці дозволяє зробити висновок, що зазначена комплексна система підходів щодо підвищення ефективності функціонування механізму організації міжбюджетних відносин в Україні тісно перетинається з моделлю соціально-економічного розвитку та створює підґрунтя для її реалізації в сучасних умовах.

Висновки та наукова новизна. Підводячи підсумок, необхідно відзначити, що фінансово-бюджетна децентралізація здійснює комплексний вплив як на організацію міжбюджетних відносин, так і на бюджетну систему країни в цілому. На сьогоднішній день у світовій практиці виділяють дві основні моделі організації міжбюджетних відносин: централізовану та децентралізовану. Централізована модель є застарілою та не відповідає

сучасним умовам економічного розвитку. Децентралізована модель є найбільш прийнятною і адекватною сучасним умовам. Порівняльний аналіз розподілу доходів та видатків розвинених країн та України дозволяє зробити висновок про відхилення вітчизняної системи організації міжбюджетних відносин від оптимальної моделі про та об'єктивну необхідність її реформування. У системі міжбюджетних відносин важливу роль відіграють міжбюджетні трансферти, які здійснюють регуляторну функцію стосовно наповнення місцевих бюджетів та рівномірного розподілу коштів. Реформа децентралізації місцевих бюджетів викликала об'єктивну необхідність у заміні системи збалансування на систему міжбюджетного вирівнювання, яка ґрунтується на горизонтальному вирівнюванні податкоспроможності територій і є більш об'єктивною та адекватною сучасним економічним умовам. Запропонована комплексна система заходів дозволить підвищити ефективність функціонування механізму міжбюджетних відносин в Україні як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі.

Наукова новизна дослідження полягає у проведенні комплексного порівняльного аналізу механізму реалізації міжбюджетних відносин в Україні та провідних європейських країнах, що представлені різними економічними моделями. На основі даного аналізу було розроблено систему інтегративних підходів, яка дозволить оптимізувати механізм міжбюджетних відносин в Україні та призведе до сталого соціально-економічного зростання регіонів у середньостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Бюджетний кодекс України (документ № 2456-17 від 08.07.2010 р.) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
2. Власюк О. Пріоритети реформування та напрями перспективного розвитку міжбюджетних відносин в умовах бюджетної децентралізації в Україні: аналітична доповідь / О. Власюк, Л. Шемаєва, Н. Корень. – К. : НІСД. – 2015. – 80 с.
3. Демиденко Л., Наконечна Ю. Фіскальна децентралізація: німецький досвід та українські реалії / Л. Демиденко, Ю. Наконечна. - К.: Вісник КНУ. - 2015. - № 2(167). - С. 49-54.
4. Закон України "Про внесення змін до Бюджетного кодексу України (щодо реформи міжбюджетних відносин)" № 1557 від 25.12.2014 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=53049
5. Костенко О.А. Нові тенденції в розвитку міжбюджетних відносин в Україні / О.А. Костенко. – Х.: Науковий вісник Херсонського державного університету. – № 21 (ч. 2). – С. 157-160.
6. Офіційний сайт Національного Інституту стратегічних досліджень, "Напрями реалізації політики децентралізації в умовах розширення прав місцевих органів влади і забезпечення їх фінансової та бюджетної самостійності" [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/politika_desentralizatsii-b1814.pdf
7. Постанова Верховної Ради України «Про структуру бюджетної класифікації України № 327/96-вр від 12.07.1996 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/327/96-%D0%B2%D1%80>
8. Савчук Н.В. Удосконалення міжбюджетних відносин у контексті принципів бюджетної децентралізації в Україні / Н.В. Савчук. - Л.: Науковий вісник НЛТУ України. - 2012. - № 22. - С.188-195.
9. Селямон-Міхєєва К.Д. Міжбюджетні відносини, як фінансовий механізм держави / К.Д. Селямон-Міхєєва. - К.: Економіка. Фінанси. Право. – 2009. – № 3. – С. 19-25.
10. Сухенко В.В. Досвід децентралізації влади в Швеції: уроки для України. / В.В. Сухенко. - К.: Вісник НАДУ при Президентові України (Серія “Державне управління”). - 2016. - № 3. - С. 69-75.

ДЕРЖАВНА АГРАРНА ПОЛІТИКА У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Вступ. Сьогодення в Україні складне і суперечливе. На кардинальні перетворення в агропромисловому комплексі витрачені величезні зусилля і матеріальні витрати. Але, на жаль, надто різкий перехід до вільного ринку призвів до непередбачених і небажаних наслідків. Замість того, щоб перетворити аграрну галузь у високорентабельну і конкурентоспроможну, відбулось значне підвищення цін на продукти харчування й катастрофічне зниження рівня життя.

Вихід із ситуації, що склалася, можливий лише через глибоке пізнання й усвідомлення, передусім на найвищих державно-владних рівнях усього того, що спричинило сучасний неблагополучний стан в аграрному блоці економіки.

Трагізм ситуації, в якій опинилося вітчизняне сільське господарство після проголошення Україною суверенності, полягає в тому, що внаслідок прорахунків і промахів допущених в роки аграрних реформувань, країна не змогла використати свій потенціал для ефективного вирішення загальноекономічних потреб. Колишній президент української академії аграрних наук М. Зубець та академік УААН В. Юрчишин вважають, що проблема збереження села і селянства полягає в недосконалій аграрній політиці. Визначальною передумовою подолання великих негативів, що нагромадилися в сільському господарстві та навколо нього, має стати визнання найвищими владними структурами країни їх відповідальності за те, що сільське господарство країни у своєму розвитку за дуже короткий з погляду історії період відкинуто на багато десятиліть назад, а його соціальна першооснова – селянство поставлене в умови глибоких злиднів і соціального пригнічення, подолання яких буде дуже складним і тривалим [1, с. 23].

Стан сільського господарства спричинений крім усього іншого, відсутністю в країні чітко визначеної державної аграрної політики. Все те, що видавалося за неї, пройшло шлях від антиполітики, оскільки з самого початку вона працювала не на селян, всією своєю сутністю і механізмами здійснення – як вважають вчені, відштовхувала їх від себе. То ж маємо діаметрально протилежне: за рівнем розвитку найважливішої для неї галузі Україна відкинута на десятиліття назад.

Український аграрний сектор економіки на сучасному етапі державотворення перебуває на переломному етапі розвитку, коли сільськогосподарське виробництво, незважаючи на низький рівень технічного та технологічного оснащення, є для держави однією з пріоритетних галузей. Це негативно впливає на конкурентоспроможність продукції аграрного сектору та продовольчу безпеку країни в цілому. Водночас глобалізація економічних відносин зумовлює необхідність пошуку шляхів збільшення експортного потенціалу аграрного сектору та захисту національного споживчого ринку від продовольчих інтервенцій імпортерів.

З початком реалізації зовнішньої політики України у напрямі євроінтеграції актуальності набуває переосмислення ролі держави в згаданих вище процесах. У цьому контексті системоутворюючим чинником євроінтеграційних процесів виступає функціонування ефективної сукупності механізмів державного управління, побудованих на принципах гнучкої модернізації під впливом зовнішньо- та внутрішньоекономічних чинників.

Актуальність дослідження проблем розвитку аграрного сектору України значною мірою пов'язана із його державним регулюванням, коли в умовах тісної співпраці із європейськими економічними системами постала гостра необхідність пошуку шляхів удосконалення механізмів державного впливу на сільськогосподарське виробництво. При цьому важливою є державна підтримка аграрних підприємств, а також державне регулювання тарифної та митної політики в процесі зближення з Європейським Союзом (ЄС). Це в сукупності зумовлює потребу в дослідженні формування ефективних механізмів розвитку державного управління аграрним сектором економіки України в умовах впровадження європейських стандартів.

Результати дослідження. Обсяг повноважень органів влади, які здійснюють управлінські функції відносно аграрних підприємств, встановлюється нормами вітчизняного законодавства, яке необхідно вдосконалювати у контексті підписаної та ратифікованої Угоди про асоціацію між Україною та ЄС від 27 червня 2014 р. Водночас реформування адміністративно-територіального устрою України, децентралізація влади й інші реформи на сьогодні передбачають зміну обсягу компетенцій та регуляторних і управлінських функцій органів державної виконавчої влади, що впливає на всі сфери діяльності суб'єктів аграрного сектору: від ліцензування господарської діяльності до оподаткування аграрних підприємств, які упроваджують інноваційні технології у виробництво сільськогосподарської продукції. Такі особливості відносин влади і аграріїв потребують пріоритетного вдосконалення механізмів державного управління у цій сфері, здатних забезпечити саморегуляцію і оптимальний баланс між державною владою та суб'єктами господарювання в аграрному секторі. Тому в сучасних умовах державотворення важливо всебічно переосмислити теорію і практику дослідження механізмів розвитку державного управління аграрним сектором економіки України, особливо в умовах упровадження європейських стандартів як пріоритету розвитку державотворення в цілому.

Невирішеними у сфері дослідження проблем впровадження європейських стандартів у різні сфери економіки України є питання щодо розробки механізмів розвитку державного управління аграрним сектором економіки України, що передбачає впровадження європейських стандартів у реальних умовах європейської інтеграції з огляду на необхідність збільшення експортного потенціалу, зниження імпортозалежності у формуванні організаційно-правових інструментів підвищення якості сільськогосподарської продукції в Україні за умов адаптації вітчизняного законодавства в аграрній сфері до Спільної аграрної політики Європейського Союзу.

Сучасний стан розвитку економіки України засвідчує поступове впровадження інноваційних механізмів управління різними секторами. Не обходить це явище такої проблеми, як ефективне управління аграрним сектором, який складає значну частину валового внутрішнього продукту держави та є найбільш перспективною сферою господарювання на шляху до пошуків ефективних моделей забезпечення сталого економічного розвитку країни.

Найбільш концептуально відображено понятійне значення механізму державного регулювання аграрного сектору у дисертації М. Латиніна. Вчений наголошує, що механізм державного регулювання розвитку аграрного сектора економіки доцільно розглядати як сукупність видів та способів дій суб'єкта регулювання, які ґрунтуються на базових принципах та реалізації функцій, забезпечуючи за допомогою певних форм, методів і засобів ефективне функціонування системи державного регулювання для досягнення визначеної мети та розв'язання протиріч. До базових функцій органів державного регулювання розвитку аграрного сектора необхідно віднести такі: визначення мети, завдань та моделі розвитку; формування "правил гри"; координування інтересів; стимулювання економічних процесів; моніторинг та аналіз розвитку; контроль [2, с. 12].

Державне регулювання аграрного сектора економіки включає в себе застосування правових, адміністративних і економічних важелів, за допомогою яких регулюється діяльність аграрного сектора, визначаються подальші перспективи розвитку. Серед адміністративних методів державного впливу на аграрний сектор значне місце належить нормативно-правовій базі. Реформування аграрного сектора економіки супроводжується активним розвитком законодавчого забезпечення, на що вказує значна кількість нормативно-правових актів, прийнятих останніми роками з метою підвищення ефективності функціонування сільського господарства. Серед них Закони України: "Про сільськогосподарську кооперацію", "Про фермерське господарство", "Про особисте селянське господарство" тощо. Незважаючи на позитивні зміни у правовому регулюванні відносин у сфері сільськогосподарського виробництва, які відбулися в період аграрної реформи в Україні, слід констатувати, що сучасне аграрне законодавство поки що не повною мірою відповідає об'єктивним потребам суспільного розвитку.

Поняття державного регулювання та державного управління аграрним сектором тісно пов'язане з поняттям державної аграрної політики. Державна аграрна політика представляється більш широким терміном, який охоплює у своєму змісті регулювання та управління.

Аграрну політику визначають як діяльність держави, спрямовану на створення господарсько-фінансових і політичних рамок умов в аграрному секторі, що реалізується шляхом впливу на економічні процеси, які відбуваються в ньому, через форми і методи, найбільш дієві у сфері аграрної економіки. Аграрна політика являє собою упорядковуючу діяльність держави і санкціонованих нею суспільно-правових інститутів щодо формування культурних, соціальних, правових і економічних умов життя сільського населення.

Державне управління економічними інституціями в Україні базується на основах визначеної стратегії розвитку економіки в цілому. Стратегічні напрями, у свою чергу, базуються на принципах господарювання, які зумовлюють формування певних механізмів державного управління конкретних галузей, що має безпосереднє відношення і до аграрного сектору. Аграрний сектор, будучи стратегічним сегментом української економіки, виступає важливим чинником зовнішньоекономічної торгівлі України, тому ефективність державного управління цим сегментом дає можливість конкурувати державі на зовнішніх економічних ринках. У цьому процесі першочерговим завданням на шляху осмислення основ формування й розвитку аграрної політики держави виступає дослідження принципів, на яких базується державне управління аграрним сектором.

Принципи державного управління, яке є засобом реалізації державної політики розвитку АПК – це закріплені в національному законодавстві та міжнародних договорах України закономірності, обов'язкові до виконання правила регуляторного впливу держави та її органів на процес розвитку АПК; закріплені у правових нормах найзагальніші, вихідні положення, панівні в даній державі політичні та правові ідеї, основні засади, керівні настанови, що визначають найважливіші правила, за якими таке регулювання організується і здійснюється [3, с. 3].

Аграрний протекціонізм, якого дотримуються багато країн, передбачає здійснення державної підтримки аграрного сектора для забезпечення конкурентних переваг національної сільськогосподарської продукції на ринку. Так, у країнах ЄС та в Японії основні обсяги державного впливу спрямовані на пряму підтримку сільськогосподарських товаровиробників. Ці країни також перешкоджають проникненню на свої ринки імпортової продукції, насамперед шляхом встановлення особливих вимог до її якості.

У цілому, незважаючи на наявність різних підходів до ролі держави стосовно аграрного сектора, зарубіжний досвід свідчить, що у більшості провідних країн світу державне регулювання є обов'язковим компонентом аграрної політики. У цих країнах державне регулювання передбачає вирішення таких основних завдань: забезпечення стійкої економічної ситуації в сільському господарстві, стабілізація ринкової кон'юнктури і підтримка прибутковості товаровиробників, допомога в адаптації до нових умов, захист внутрішнього ринку, забезпечення конкурентоспроможності національних товаровиробників на світовому ринку. Практика переконує, що сільське господарство у країнах світу субсидується у великих обсягах з державних і недержавних бюджетів. Однак, цей досвід не був належним чином врахований у процесі реформування аграрного сектора економіки України. Реалізація прийнятої в 90-ті роки моделі ринкових відносин в агропромисловому комплексі не забезпечила формування ефективних економічних міжгалузевих відносин, призвела до спаду виробництва, різкого погіршення фінансово-економічних показників діяльності аграрних товаровиробників незалежно від обраної ними форми власності й господарювання. Причиною тому слід вважати недосконалість вивчення принципів державного регулювання розвитку АПК, які застосовувались у практиці провідних країн [4, с. 146].

Саме тому принципи державної політики у сфері АПК України в умовах євроінтеграції зумовлюють необхідність розгляду подібних принципів у країнах ЄС, які є основою формування управління аграрним сектором.

Зокрема принципи державного регулювання АПК у країнах ЄС впливають з основних цілей спільної аграрної політики, що змінюється з кожним етапом її реформування. Нині

європейська модель бюджетної підтримки аграрної сфери економіки ґрунтується на трьох базових чинниках: фермерському господарстві сімейного типу, визнанні багатофункціональної ролі галузі й усебічному захисті системи ціноутворення на продовольство і доходів товаровиробників від ринкової та природної стихій. Статтею 33.2 Угоди про створення ЄС окреслено, що його аграрна політика і спеціальні методи її застосування мають враховувати: а) особливу природу сільськогосподарської діяльності, що впливає із соціальної структури галузі та природного різноманіття регіонів; б) принцип поступовості при здійсненні будь-яких перетворень; в) тісний взаємозв'язок сільського господарства з іншими секторами економіки. Тобто ключова ідея про те, що ця галузь має унікальну природу, відмінну від інших видів економічної діяльності, пронизує аграрну політику європейського співтовариства [3, с. 4].

Складовими державної аграрної політики є комплекс правових, організаційних і економічних заходів, спрямованих на підвищення ефективності функціонування аграрного сектору економіки, розв'язання соціальних проблем сільського населення та забезпечення комплексного і сталого розвитку сільських територій.

Такі основоположні засади державної аграрної політики поширюються на сільське та рибне господарство, харчову промисловість і перероблення сільськогосподарських продуктів, аграрну науку і освіту, соціальну сферу села, їх матеріально-технічне та фінансове забезпечення.

Загалом, державна аграрна політика спрямована на досягнення таких стратегічних цілей:

- гарантування продовольчої безпеки держави;
- перетворення аграрного сектору на високоефективний, конкурентоспроможний на внутрішньому та зовнішньому ринках сектор економіки держави;
- комплексний розвиток сільських територій та розв'язання соціальних проблем на селі [5, с. 11].

Органи державної влади, здійснюючи аграрну політику, використовують: державне регулювання, яке виступає як контроль держави по відношенню до певних процесів, тобто обмеження чи недопущення окремих ситуацій на ринку, які відбуваються в агропромисловому виробництві; та державну підтримку – стимулювання певної складової економіки чи окремих її частин для їх ефективнішого господарювання та посилення конкурентних позицій [6, с. 67-69].

Державне регулювання розвитку аграрних підприємств можна розглядати як вплив державних органів влади, спрямований на створення умов для переходу аграрних підприємств від існуючого стану функціонування до кращого порівняно з попереднім.

До основних принципів державного регулювання розвитку аграрного сектору відносяться: пріоритетність та аграрний протекціонізм; системність і комплексність; передбачуваність та прозорість; екологічна доцільність.

Форми державного регулювання становлять вид впливу держави на діяльність аграрного сектору, до яких відносять інституційне, бюджетно-податкове, грошово-кредитне, антимонопольно-конкурентне, цінове, інвестиційне, зовнішньоекономічне, екологічне, соціально-економічне регулювання.

Сьогодні в багатьох програмних документах, які розробляються з метою активізації державного регулювання розвитку аграрного сектору економіки України, досить часто застосовується поняття "механізм державного регулювання" як при вирішенні проблем розвитку галузі взагалі, так і при розв'язанні окремих питань.

Перш за все аграрна політика держави ґрунтується на положеннях Конституції України про право власності на землю та інші природні ресурси (ст. 13); визнанні землі "основним національним багатством, що перебуває під особливою охороною держави". При цьому "право власності на землю гарантується", воно "набувається і реалізується громадянами, юридичними особами та державою виключно відповідно до закону" (ст. 14). Стаття 41 Конституції України гарантує право приватної власності кожній людині, а ст. 42 проголошує право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом [7].

Реалізація аграрної політики держави передбачає стабілізацію системи і змісту повноважень органів державного регулювання сільського господарства.

Сьогодні в Україні такими органами є:

- орган законодавчої влади: Верховна Рада України;
- органи державної виконавчої влади: Президент України, Кабінет Міністрів України;
- на місцях: місцеві органи державної адміністрації та органи місцевого самоврядування.

Крім загальнодержавних органів управління було створено систему органів галузевої компетенції. До них належать: Міністерство аграрної політики та продовольства України, Аграрний фонд, управління агропромислового розвитку обласних і районних державних адміністрацій [8, с. 155].

Важливими етапами розвитку державної аграрної політики стало формування її стратегічних напрямів, що передбачає: розширення обсягів біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією; запровадження на товарних біржах сучасних біржових механізмів електронної торгівлі з використанням інструментів товарного обігу, включаючи товарні деривативи та складські свідоцтва, що включає: створення системи форвардної торгівлі як засобу самофінансування товаровиробника з використанням оптимальної системи гарантованого виконання зобов'язань за відповідними контрактами; запровадження системи торгівлі деривативами (ф'ючерсний контракт, опціон) як способу обігу майнових прав згідно з товарними біржовими угодами для впровадження механізму страхування (хеджування) цінкових ризиків у майбутньому через розрахунково-клірингові установи; закріплення за оптовими сільськогосподарськими ринками за участю безпосередніх виробників функцій надання послуг з транспортування, складування, пакування продукції та фінансового обслуговування операторів ринку; фінансову участь держави на загальнодержавному і місцевому рівні у створенні мережі та інфраструктури оптових сільськогосподарських ринків; удосконалення транспортної інфраструктури, активізацію роботи з відновлення перевезень сільськогосподарської продукції річковим транспортом та виготовлення спеціалізованих великогабаритних автотранспортних засобів для сільськогосподарських вантажів; реалізацію проектів створення сільськогосподарськими товаровиробниками мережі кооперативних елеваторів, включаючи портові, за участю зернових трейдерів та держави на засадах асоційованого членства; надання обслуговуючим кооперативам пільгових кредитів за схемами, що застосовуються для сільськогосподарських товаровиробників; створення умов для формування прозорих каналів просування продукції від виробника до споживача.

Одним із основних принципів державної аграрної політики в Україні є державна підтримка діяльності сільськогосподарських товаровиробників з метою створення останнім рівних умов у господарюванні.

Одним із визначальних важелів регулювання ринку є ціна. Сучасний аграрний ринок і кон'юнктура попиту неспроможні сформувати ціну, яка б задовольняла виробника. Відсутність ефективного механізму підтримки сільського господарства і низька відтворювальна здатність цін на продукцію фактично спричинили неконкурентний, антивідтворювальний тип виробництва із стереотипом деградації продуктивних сил. Державний протекціонізм в системі ціноутворення на сучасному етапі розвитку сільськогосподарського виробництва в Україні є найбільш бажаним і необхідним. Зокрема цінове регулювання як інструмент цінової політики у комплексі з підтримкою доходів виробників та купівельної спроможності споживачів здійснюються в усьому світі і забезпечують потрібний ефект.

Перспектива ціноутворення полягає у виведенні мінімальних закупівельних цін на рівень еквівалентності обміну. Мінімальна ціна виступає економічним інструментом реалізації державної протекціоністської політики в частині регулювання аграрного ринку та підтримки доходів сільськогосподарських товаровиробників.

Одним із важливих принципів державного регулювання функціонування цінового механізму є його антимонопольна спрямованість, сприяння розвитку вільної конкуренції шляхом встановлення граничних цін на продукцію монопольних підприємств і об'єднань. Ціновий механізм повинен стимулювати підвищення якості продукції до рівня світових стандартів. У процесі його формування регулюючу роль держави слід спрямувати на поступове наближення внутрішніх цін до цін, які складаються на світовому ринку на продукцію аналогічної якості. Загалом до системи державного регулювання цін слід віднести сукупність

адміністративних та економічних методів впливу на несприятливі умови формування цін у ринковому середовищі.

Так, провідні українські вчені-економісти, зокрема П.Т. Саблук, пропонують для забезпечення еквівалентності відносин між сільським господарством і галузями, що його обслуговують, запровадити в Україні єдину методологію ціноутворення для всіх галузей господарського комплексу на основі концепції ціни виробництва з врахуванням вартості землі. Такий підхід дозволить отримувати сільськогосподарському товаровиробнику саме ті доходи, що ним створено і запобігатиме їх перерозподілу між іншими сферами народного господарства [9].

Держава має величезні можливості впливу на процеси цінового регулювання і контролю за переміщенням рівнів і структури цін, за дією усього цінового механізму в напрямку досягнення еквівалентності товарно-грошового обміну і цінових паритетів. Нині в усіх високорозвинутих країнах світу ціни в тій чи іншій мірі знаходяться під регулюючим впливом не тільки ринку, але і держави. Втручання державних інститутів в ринкові процеси здійснюється на макрорівні методами правового регулювання і контролю банківсько-фінансової системи, грошового і кредитного обігу, структурних зрушень в економіці під впливом науково-технічного прогресу, розробки і виконання відповідних загальнодержавних програм. Держава створює також сприятливі економічні умови і надійну правову базу для розвитку підприємництва і ринкових відносин. У свою чергу з позиції результативності потрібно констатувати факт, що цінове регулювання повинно виходити як на мікрорівень (формування обґрунтованих цін на продукцію, що споживається сільським господарством), так і на макрорівень - ринок продукції, доходи виробників і споживачів, інфраструктура, зовнішня пропозиція сільськогосподарської продукції. У свою чергу методологія і практика реалізації цінової політики повинна узгоджуватися з функціями державних й ринкових інститутів, інтересами господарських структур. В ринкових умовах держава як інститут забезпечення розвитку суспільства створює умови, встановлює інституціональні традиції, які регулюють економічну діяльність. Економічна діяльність в аграрній сфері формує підвалини національної продовольчої безпеки, тому забезпечення відповідного економічного інтересу господарювання економічних агентів є ключовим питанням політики цінового регулювання. Забезпечення економічного інтересу господарювання на землі і в аграрній сфері економіки загалом є першочерговим і вельми актуальним питанням, яке потребує сучасного теоретико-методологічного обґрунтування. Ціновий механізм об'єктивно є головним інструментарієм забезпечення мотивації виробника в умовах вітчизняного аграрного сектору. Тому цілком обґрунтовано можна стверджувати, що сформувавши адекватну мотивам виробника ціну, ринок забезпечує економічний інтерес господарювання.

У сільському господарстві мають місце інституціональні особливості конкурентоспроможності, зокрема це пов'язано із "інститутом власності" завдяки якому в економіці функціонують підприємства різних організаційно-правових форм, що обумовлює різноаспектний підхід до формування їх конкурентоспроможності. Наприклад, аграрні домогосподарства (господарства населення) мають переваги порівняно з приватно-колективними, кооперативними чи державними, наприклад, їм менше загрожує перспектива збанкрутувати, оскільки вони переважно натуральні. Поряд з ними фермерські господарства є товарно-підприємницького типу, а тому ринок і конкуренція спонукають їх до високої ефективності виробництва.

Державна аграрна політика у контексті євроінтеграції в Україні представлена системою організаційно-правових механізмів, котрі здійснюють управлінсько-регуляторний вплив на аграрний сектор. Безпосередньо державна аграрна політика реалізується компетентними державними органами по відношенню до аграрних підприємств та інших виробників сільськогосподарської продукції. Саме тому вітчизняне законодавство, будучи основою державної аграрної політики на шляху до аграрної євроінтеграції, повинно бути вираженим у консолідованому нормативно-правовому акті, котрий у рамках комплексної державної програми включатиме, окрім інших, наступні стратегічні аспекти розвитку

аграрного законодавства, а саме:

- основи безпеки виробництва, зберігання і транспортування сільськогосподарської продукції;
- напрями соціально-економічної підтримки сільськогосподарських територій;
- податково-кредитне стимулювання експорту високоякісної сільськогосподарської продукції.

Для стабілізації аграрного виробництва та підвищення ефективності функціонування аграрного ринку в зарубіжних країнах використовується система прямих і непрямих важелів державного впливу: регулювання цін і фермерських доходів, бюджетне фінансування, кредитування, оподаткування, стабілізація ринку сільськогосподарської продукції тощо. При цьому практично всі західні країни у відносинах сільського господарства з іншими галузями, у питаннях експорту й імпорту сільськогосподарської сировини дотримуються принципу аграрного протекціонізму. Більше того, успіхи сільського господарства країн Західної Європи, США, Канади, Японії, Китаю зобов'язані не стільки розвитку ринкових відносин у цих країнах, скільки обмеженню дій ринкових механізмів саморегулювання з використанням зовнішніх важелів впливу. Це державна підтримка сільського господарства через дотації, ціни, квоти, кредитну й податкову політику тощо [10].

Досвід низки розвинутих країн свідчить, що держава всебічно підтримує аграрний сектор економіки країни та галузі, які з ним щільно пов'язані.

Загалом, у будь-якій країні за будь-якої соціально-економічної системи економіка регулюється певним втручанням держави. При цьому державні заходи впливу включають: прямий вплив шляхом директивних, адміністративних, економічних методів регулювання; опосередкований вплив, який забезпечується ціновим, кредитно-фінансовим, податковим, інвестиційним механізмами

Відносно сільського господарства використовуються різні методи державного регулювання. Зокрема: податкове регулювання; грошово-кредитне регулювання; бюджетне регулювання; регулювання шляхом державного замовлення; цінове регулювання; соціальне регулювання; регулювання трудових відносин та оплати праці; регулювання охорони та відновлення навколишнього середовища; регулювання за допомогою обмежень; безпосереднє управління сільськогосподарськими підприємствами, що є державною чи муніципальною власністю.

Механізми державного управління аграрним ринком у розвинених країнах спрямовані у першу чергу на забезпечення головного ресурсу аграрного сектору – сільськогосподарських земель.

Так, різні країни світу широко використовують практику запровадження обмежень на ринку сільськогосподарських земель в залежності від географічних особливостей, історичних, правових і культурних традицій, а саме:

- розмір землеволодінь;
- обмеження для іноземців;
- переважне право на купівлю земельної ділянки;
- територіальні обмеження;
- орендні відносини;
- корпоративні обмеження;
- зміна призначення.

Обмеження, пов'язані з розміром земельних ділянок (як мінімальним, так і максимальним), є важливим засобом запобігання як фрагментації земель, так і надмірної концентрації землі у одного власника. Такі обмеження більш характерні для країн з перехідною економікою та для країн з обмеженою кількістю земельних ресурсів і встановлюються на муніципальному або регіональному рівні. Для прикладу: в Угорщині - не більше 300 га (для фізичних та юридичних осіб); в Румунії - не більше 200 га (для фізичних та юридичних осіб); у Данії - не більше 30 га (потрібна фахова освіта та фермерський досвід); для Кореї - не більше 3 га (агрозона), за агрозоною - 10 га, мінімум 0,1га; в Японії - не більше 3 га (для Хоккайдо - до 12

га); у Бразилії - гнучка система обмежень за розміром землеволодінь в залежності від регіону країни [11].

Що стосується країн-членів Європейського Союзу, то пріоритетами ринкової економіки в цих країнах є право на вільний рух капіталу, на відкриття та ведення приватного бізнесу та відсутність дискримінації. Однак, в деяких країнах - нових членах ЄС запроваджені тимчасові обмеження на володіння землями сільськогосподарського призначення для іноземних громадян, юридичних осіб та урядів. Наприклад, Польща, Естонія, Латвія, Литва, Словаччина, Угорщина, Чехія (2004), а потім - Румунія, Болгарія (2007) встановили перехідний період (тривалістю до 7 років, починаючи з часу приєднання до ЄС, Польща - 12 років), протягом якого фізичні особи-іноземці не можуть купувати сільськогосподарські землі. Зазначені обмеження стосуються перш за все резидентів країн, які не є членами ЄС. Громадяни та юридичні особи з країн-членів ЄС можуть набувати сільськогосподарські землі у власність за умови дотримання певних вимог (не менше 3 років легального перебування в країні та ведення сільськогосподарської діяльності на орендованих землях, заснування юридичної особи і т.п.) [12, с. 26]. Дана специфіка державного впливу на агросектор в країнах ЄС зумовлена механізмами адаптації нових країн-членів ЄС, котрі нещодавно приєдналися й проходять період адаптації до сформованих європейських стандартів. Цей період є найважливішим у процесі євроінтеграції, й головним завданням України виступає необхідність максимально наблизитись до даних стандартів ще до вступу у ЄС.

Проблема європейських стандартів державного управління аграрним сектором є постійно досліджуваним питанням у науці й практиці.

Провідні позиції ЄС в аграрному виробництві й світовій торгівлі сільськогосподарською продукцією значною мірою обумовлені особливими умовами розвитку аграрного комплексу Євросоюзу, які були створені в результаті впровадження у 1962 році Спільної аграрної політики ЄС.

У загальному розумінні Спільна Аграрна Політика Європейського Союзу (САП ЄС) (Common Agricultural Policy of European Union) є системою субсидій, які виплачуються фермерам країн ЄС. Головні цілі САП – це гарантування виробництва достатньої кількості продовольства й забезпечення справедливого рівня життя людей, які займаються сільським господарством [13].

На початкових етапах новостворена політика була спрямована на підтримку фермерських господарств і розвиток ефективного агропромислового виробництва. З метою досягнення поставленого завдання був створений спеціальний фонд підтримки і гарантій сільськогосподарських товаровиробників, частка якого становила від 50% загального бюджету ЄС. Усі кошти фонду спрямовувалися в основному на пряме і непряме субсидування фермерів, на реструктуризацію виробництва і управління, впровадження нових технологій виробництва тощо.

Саме тому у країнах європейського співтовариства державне управління аграрним сектором має економічне спрямування, а однією з його найважливіших функцій є регламентування кількості й якості вироблюваної продукції шляхом контролю за організаційно-економічною структурою виробництва, зокрема заохоченням кооперації та вертикальної інтеграції, що має вплив на галузеву спеціалізацію виробництва сільськогосподарських продуктів і порядок постачання ними населення. До важливих функцій державного регулювання відносять також управління технічним прогресом у сільському господарстві через систему наукових установ або заклади освіти, професійного навчання, підвищення кваліфікації, надання консультативної допомоги фермерам; технічне та комерційне обслуговування за допомогою державних закупівель, державних оптових ринків, ветеринарне обслуговування та кредит. Держава здійснює також контрольно-облікові функції (інспекція якості продукції, ветеринарна інспекція, статистика та ін.). У деяких західноєвропейських країнах зараз беруться до керування соціальною перебудовою села шляхом ліквідації дрібного виробництва, перепідготовки осіб, витіснених із сільського

господарства, для роботи в інших галузях, а також розробки та впровадження спеціальних програм розвитку сільських територій.

Висновки. Дослідження теоретичних засад державного управління аграрним сектором на шляху до євроінтеграційних процесів дозволяє зробити висновки та узагальнення, серед яких найбільш важливими виступають наступні.

По-перше, державне управління аграрним сектором у вітчизняних і зарубіжних наукових дослідженнях представлено узагальненням наукового досвіду вчених, які висвітлювали дану проблематику через призму структурно-функціонального бачення проблеми державного управління агросектором, адміністративно-територіальної системи управління та у рамках галузево-спеціалізованого управління агропромисловим комплексом. Вчені, досліджуючи дану проблему, не завжди розмежовують поняття "регулювання" та "управління", ототожнюючи ці терміни. На наш погляд, державне управління аграрним сектором – це система державного впливу на сукупність підприємств і організацій у сфері аграрного виробництва, реалізації аграрної продукції та функціонування соціальної інфраструктури, яка здійснюється компетентними органами влади і управління у рамках спеціалізованих програм відносно конкретних галузей аграрного сектору на міжнародному, національному й регіонально-територіальному рівні.

По-друге, основи реалізації аграрної політики держави в умовах євроінтеграційних процесів представлені сукупністю державних механізмів, котрі визначають принципи, системні складові, нормативно-правові засади та організаційно-економічні чинники аграрної політики. Принципи державної аграрної політики охоплюють такі властивості суспільних відносин у цій сфері, котрі виражаються законністю, державним протекціонізмом, ефективністю, субсидіарністю, прагненням безпеки та економічною рівновагою. Системні складові аграрної політики визначають формування та реалізацію основних напрямів державної аграрної політики у державі та на світових аграрних ринках, формують ефективний взаємозв'язок між виробниками та споживачами аграрної продукції та реалізують торгівельну політику у аграрній сфері. Нормативно-правові засади державної аграрної політики представлені системою законодавства, котре регулює порядок вироблення, реалізації та споживання аграрної продукції, а також імпортно-експортні операції. Нормативно-правові акти регулюють також такі важливі аспекти аграрної політики, як харчова безпека, порядок транспортування та зберігання харчових продуктів й інші відносини, пов'язані з аграрним сектором. Організаційно-економічні чинники аграрної політики, з однієї сторони, представлені системою органів державної влади, до компетенції яких входять функції управління аграрним сектором, а з іншої сторони – системою аграрних підприємств та господарств, які беруть безпосередню участь у аграрних відносинах, будучи виробничо-торгівельними утвореннями. Тому механізм державного управління агросектором є процесом взаємодії зазначених державних органів й аграрних підприємств і господарств.

По-третє, характеристика особливостей формування та розвитку аграрної політики держави в умовах євроінтеграційних процесів дала змогу виокремити три основних напрями її розвитку. Перший напрям передбачає формування сучасної державної політики в умовах європейської інтеграції на забезпеченні таких складових, як безпека виробництва аграрної продукції, дотримання стандартів її зберігання і транспортування. Цей напрям державної аграрної політики може бути реалізований шляхом імплементації норм та стандартів ЄС з контролю якості і безпеки в національне законодавство України. Другий напрям пов'язаний з тим, що ефективна аграрна політика має будуватися на комплексних програмах соціально-економічної підтримки сільськогосподарських територій, підтримки села в цілому, розвитку сільськогосподарської інфраструктури, врахуванні агроекологічних особливостей регіонів у загальнонаціональних і регіональних державних програмах. Третім напрямом аграрної політики має стати податково-кредитне стимулювання підприємств-експортерів високоякісної аграрної продукції не тільки на ринках країн ЄС, а й на світовому ринку, що дасть змогу вітчизняним аграрним підприємствам в умовах економічного стимулювання самостійно реалізовувати інноваційні технології у виробничому процесі.

По-четверте, світовий досвід організації аграрного ринку та управління його функціонуванням представлений трьома основними стратегічними напрямками управління аграрним сектором: регулюванням землекористування, забезпеченням збалансованого контролю над ціноутворенням та впровадженням економіко-правових стимуляторів інвестування аграрного сектору. Досвід розвинених країн у сфері ефективної реалізації збалансованої аграрної політики, котра призвела до високої ефективності функціонування аграрного сектору, необхідно врахувати у модернізації вітчизняних механізмів державного управління аграрним сектором. Найважливішим вектором вбачається формування та реалізація послідовних механізмів адаптації вітчизняного аграрного сектору до вимог стандартів Європейського Союзу, при чому важливості набуває поєднання ефективного досвіду розвинених країн з урахуванням вітчизняних реалій державотворення та українських агроекологічних особливостей.

Список використаних джерел

1. Зубець М. В. Проблеми села – в недосконалії аграрній політиці / М. В. Зубець, В. В. Юрчишин // Агроінком, 2013. – №9-10. – С. 23-31.
2. Латинін М.А. Державне регулювання розвитку аграрного сектора економіки України: Автореф. дис. д-ра наук з держ. упр.: 25.00.02 / М.А. Латинін ; Донец. держ. ун-т упр. — Донецьк, 2007. — 36 с.
3. Левченко Н.М. Формування інноваційних механізмів державного регулювання розвитку АПК. Автореф. дис. д-ра держ. управління: 25.00.02 – механізми державного управління. –Чорноморський державний університет імені Петра Могили. – Миколаїв, 2011. – 42 с.
4. Левченко Н.М. Принципи державного регулювання розвитку АПК в умовах інтеграції до європейського простору / Н.М. Левченко // Акт. проблеми держ. упр.: зб. наук. пр. – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ “Магістр”, 2011. – No 1 (32). – С. 145–149.
5. Рябенко Г.М. Основні пріоритети аграрної державної політики // Г. М. Рябенко // АгроСвіт. - 2010. - № 15. - С. 10-12.
6. Шийка Ю.Б. Теоретичні основи державної аграрної політики: регулювання та підтримка Інноваційна економіка: Всеукраїнський науково-виробничий журнал – 12. – 2012. [38] – С. 67 – 69.
7. Конституція України : наук.-практ. комент. / редкол.: В. Я. Тацій, Ю. П. Битяк, Ю. М. Тодика та ін. — К. : Вид. дім "Ін Юре", 2003. — 808 с.
8. Роздайбіда О.В., Білінська О.В. Економіко-правові аспекти державної аграрної політики України // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого – № 3. – 2010. – С. 152 – 161.
9. Саблук П.Т. Економічний механізм АПК у ринковій системі господарювання / П.Т. Саблук // Економіка АПК. - 2007. - №2 - С. 3-10.
10. Майстро С.В. Сутність та напрями державного регулювання аграрного ринку в зарубіжних країнах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej3/txts/GALUZEVE/06-MAYSTRO.pdf>.
11. Артюшин В.І. Проблеми становлення та функціонування ринку земель сільськогосподарського призначення в Україні / Артюшин В.І., Кобець М.І., Пугачов М.І. К.: Аналітично-дорадчий центр Блакитної стрічки ПРООН, 2007. - 60 с.
12. Козловський С. В. Світовий досвід та перспективні напрями формування ринку землі в Україні / С. В. Козловський, Н.М. Махначова // Зб. наук. праць Вінн. нац. аграр. ун-ту. Серія: Економічні науки. – 2012. – №1 (56). – С. 24 – 31.
13. The EU common agricultural policy / Simon Jeffery // Theguardian.com - Режим доступу: www.theguardian.com/world/2003/jun/26/eu.politics1.

КРЕАТИВНА МОДЕЛЬ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА ВІДНОВЛЕННЯ ЖИТЛОВОГО ФОНДУ: ЕКОНОМІЧНИЙ ВЕКТОР В КОНТЕКСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Вступ. Як об'єкт управління система функціонування міського житлового фонду відноситься до класу багатовимірних, нелінійних, стохастичних систем з розподіленими параметрами, специфічною особливістю яких є їх мережна багаторівнева структура, високий рівень невизначеності структури, параметрів і стану об'єкта управління та зовнішнього середовища, наявність у векторі управління як безперервних, так і дискретних компонентів. Разом з тим ця система є техніко-технологічною системою, що складається з величезної кількості просторово-розподіленого технологічного устаткування, пов'язаного між собою ділянками комунальних мереж, що забезпечують безперервність технологічних процесів надання житлово-комунальних послуг. Як і будь-які техніко-технологічні системи, система функціонування міського житлового фонду характеризується природними процесами старіння і зношування технологічного обладнання. Ступінь старіння і зношування технологічного обладнання і, як наслідок, показники його надійності залежать від умов експлуатації і визначаються трьома взаємозалежними факторами: технічним станом; режимами роботи; рівнем технічного обслуговування. Фактичний прояв цих проблем у системі функціонування міського житлового фонду наочно ілюструється зростаючою з року в рік кількістю аварій та збільшенням навантаження на ремонтно-експлуатаційні служби житлово-комунального господарства. Зростання навантаження на одного слюсаря ремонтно-експлуатаційної служби житлово-комунального господарства призводить до зниження оперативності і якості виконуваних ним ремонтно-відновлювальних робіт. При аваріях не тільки витрачається велика кількість ресурсів, але й погіршується екологічна обстановка та різко зростає ймовірність виникнення техногенних катастроф (вибухів, пожеж), що являють собою безпосередню загрозу життю населення міст.

Питанням удосконалення організаційно-економічного забезпечення розвитку житлової сфери економіки міст на регіональному рівні присвячені наукові праці відомих вчених Амоші О.І., Ачкасова А.Є., Бабаєва В.М., Онищука Г.І., Шутенка Л.М., Фінагіна В.В. [1-6] та ін.

Разом з тим питання науково-теоретичного, економіко-правового та практичного забезпечення модернізації й відновлення міського житла на регіональному рівні мають переважно рекомендаційно-декларативний характер і найчастіше представлені в наукових публікаціях у дискусійному викладі.

Метою статті є побудова економіко-математичної моделі модернізації й відновлення міського житла в контексті регіонального розвитку та розробка практичних пропозицій щодо методичного забезпечення цього процесу.

Результати дослідження. Системний підхід до вирішення проблеми оптимізації системи функціонування міського житлового фонду вимагає не тільки необхідності оптимізації режимів за векторним критерієм, але й оптимізації системи модернізації й відновлення міського житлового фонду, яка є основою і запорукою сталого розвитку продуктивних сил на регіональному рівні.

На вербальному рівні задача оптимізації системи модернізації й відновлення міського житлового фонду полягає в такому розподілі навантаження (витрат) на регіональні продуктивні сили, який забезпечить виконання таких умов:

- мінімізувати математичне очікування суми надлишкових витрат регіональних ресурсів на модернізацію й відновлення кожного об'єкта;
- максимізувати ймовірність того, що витрати продуктивних сил на модернізацію й відновлення житлового фонду регіону, перебуватимуть в межах їх наявності, що, в свою чергу, забезпечує мінімізацію ймовірності невиконання в заданий термін відновлювальних робіт, отже – мінімізацію витрат на наступне відновлення міського житлового фонду;
- мінімізувати ймовірність залучення тільки бюджетних коштів (у межах плану) в процесі відновлення кожного об'єкта.

Формальна постановка задачі оптимізації процесу модернізації й відновлення міського житлового фонду на регіональному рівні має такий вигляд:

$$\sum_{k=1}^K \sum_{j=1}^{N_k} J_{1j}^{k+}(T) \rightarrow \min_{u \in \Omega_0 \cap \Omega_1} \quad (1)$$

$$\Omega_1: \quad \min_{j \in K} \min_{j \in L^k} J_{j2}^k(T) \geq \alpha, \quad (2)$$

$$\max_{k \in K} \max_{j \in N^k} J_{1j0}^{k-}(T) \leq \beta, \quad (3)$$

$$\Omega_0 = \bigcup_{k \in K} \Omega_{0k}, \quad (4)$$

$$\Omega_{0k}: M_{\omega} \left\{ c_r q_r(\omega) |q_r(\omega)|^{x_r-1} + \sum_{i \in M_1} b_{1in} c_i q_i(\omega) |q_i(\omega)|^{z_i-1} \right\} = 0, \quad r \in M_2^k, \quad (5)$$

$$M_{\omega} \left\{ P_1^{\alpha}(\omega) - P_r^{\alpha}(\omega) + \sum_{i \in M_1} b_{1in} c_i q_i(\omega) |q_i(\omega)|^{z_i-1} \right\} = 0, \quad r \in L_{22}^k, \quad (6)$$

$$M_{\omega} \left\{ P_r^{\alpha}(\omega) - P_1^{\alpha}(\omega) + \sum_{i \in M_1} b_{1in} c_i q_i(\omega) |q_i(\omega)|^{z_i-1} \right\} = 0, \quad r \in N_{22}^k, \quad (7)$$

$$M_{\omega} \left\{ P_1^{\alpha}(\omega) - P_r^{\alpha}(\omega) + \sum_{i \in M_1} b_{1in} c_i q_i(\omega) |q_i(\omega)|^{z_i-1} \right\} = 0, \quad r \in L_{21}^k, \quad (8)$$

$$M_{\omega} \left\{ P_r^{\alpha}(\omega) - P_1^{\alpha}(\omega) + \sum_{i \in M_1} b_{1in} c_i q_i(\omega) |q_i(\omega)|^{z_i-1} \right\} = 0, \quad r \in N_{21}^k, \quad (9)$$

$$M_{\omega} \left\{ q_i(\omega) - \sum_{r \in M_2^k \cup L_{22}^k \cup N_{22}^k} b_{1in} q_r(\omega) - \sum_{r \in L_{21}^k \cup N_{21}^k} b_{1in} q_r(\omega) \right\} = 0, \quad i \in M_1^k \cup L_{12}^k. \quad (10)$$

при двосторонніх обмеженнях: на витрати регіональних продуктивних сил

$$q_j^- \leq M_{\omega} \{q_j(\omega)\} < q_j^+, \quad j \in L^k \quad (11)$$

і на соціально-економічні наслідки модернізації й відновлення міського житлового фонду

$$P_j^- \leq M_{\omega} \{P_j(\omega)\} \leq P_j^+, \quad j \in N^k, \quad (12)$$

де система рівнянь (5)-(10) визначає стохастичну модель системи відновлення міського житлового фонду на регіональному рівні; $J_{1j}^{k+}(T)$ – математичне очікування суми надлишкових витрат регіональних ресурсів на модернізацію й відновлення j -го об'єкта k -го міста регіону на інтервалі часу T ; $J_{j2}^k(T)$ – вірогідність того, що ймовірність витрат продуктивних сил на модернізацію й відновлення житлового фонду k -го міста на j -й об'єкт, знаходиться в межах їх наявності на інтервалі часу T ; $J_{1j0}^{k-}(T)$ – вірогідність виникнення дефіциту регіональних ресурсів на j -му об'єкті k -го міста регіону на інтервалі часу T ; $q_r(\omega)$ – витрата регіональних ресурсів в r -й гілці (хорді) дерева графа процесу модернізації й відновлення житлового фонду; $P_1^{\alpha}(\omega)$ – наявність регіональних ресурсів в кінці гілки дерева, що є початком процесу модернізації й відновлення міського житлового фонду; $P_r^{\alpha}(\omega)$ – наявність регіональних ресурсів в кінці хорди дерева, що є

початком процесу модернізації й відновлення міського житлового фонду; c_i – використання i -го ресурсу на модернізацію й відновлення житлового фонду; b_{1i} – елемент цикломатичної матриці B_1 графа об'єкта $G(V, E)$; $M_{12}^k, L_{12}^k, N_{12}^k$ – множини індексів, що відповідають дільницям житлового фонду k -го міста; $M_{\omega}^{\{ \}$ – символ математичного очікування; $\alpha \geq 0, \beta \geq 0$ – граничні значення відповідних критеріїв.

Задача (1)ч(12) відноситься до класу багатокритеріальних задач нелінійного стохастичного програмування з такою, що не диференціюється, неявно заданою цільовою функцією, розв'язок якої знаходиться у вигляді вирішального правила нульового порядку – детермінованого вектора $x^* = (\bar{P}_i, \sigma_{P_i}^2, \bar{q}_i, \sigma_{q_i}^2, \forall i \in L^k, \forall k \in K)$, компонентами якого є математичні очікування та дисперсії регіональних ресурсів і витрат на всіх об'єктах кожного з $k \in K$ міст регіону.

На основі наведеної моделі можна визначити оптимальну структуру розподілу навантаження на регіональні продуктивні сили в процесі модернізації й відновлення міського житлового фонду. Виконані дослідження дають змогу визначити алгоритм пріоритетних напрямів функціонування механізму модернізації й відновлення житлового фонду і розробити методичні рекомендації з його реалізації, що дозволяє цьому механізму визначити:

- який елемент середовища механізму має потребу в першочерговій увазі в процесі забезпечення економічної результативності механізму;
- на які фактори середовища передусім необхідно звертати увагу для забезпечення економічної результативності виробничої діяльності;
- який сукупний вплив всіх факторів середовища на процес забезпечення результативності виробничої діяльності механізму модернізації й відновлення житлового фонду;
- набір дій, здійснення яких необхідно для успішної реалізації обраного напрямку удосконалення механізму модернізації й відновлення житлового фонду при оптимальних соціально-економічних наслідках.

Виходячи із вищесказаного і керуючись основами здійснення результативного підходу до управління діяльністю механізму модернізації й відновлення житлового фонду міського комплексу, нами розроблено алгоритм реалізації процесу забезпечення економічної результативності функціонування механізму модернізації й відновлення житлового фонду міського комплексу в умовах України (рис.1). Використання такого алгоритму при управлінні житлово-комунальним господарством міського комплексу України забезпечує: основну систему управління, яка заключається у визначенні результатів, оперативному управлінні і контролі за ним; облік при управлінні особливостей стану середовища житлово-комунального господарства; прогнозування змоги виникнення проблем шляхом постійного моніторингу стану середовища житлово-комунального господарства міського комплексу в умовах України; здійснення постійного проміжкового контролю; оцінку кінцевих результатів з урахуванням обраних критеріїв.

Практична реалізація цього алгоритму вимагає розробки методичних рекомендацій для здійснення таких етапів, як:

- комплексний аналіз економічної результативності механізму відновлення житлового фонду;
- визначення шансів і погроз із боку середовища;
- оцінка адаптованості напрямків діяльності механізму відновлення житлового фонду міських комплексів України до умов середовища;
- виявлення причин відхилень від поставлених цілей.

Виконання вищезгаданого неможливо без детального дослідження змісту такого складного явища, як економічна результативність забезпечення фінансування діяльності житлово-комунальних господарств міських комплексів України.

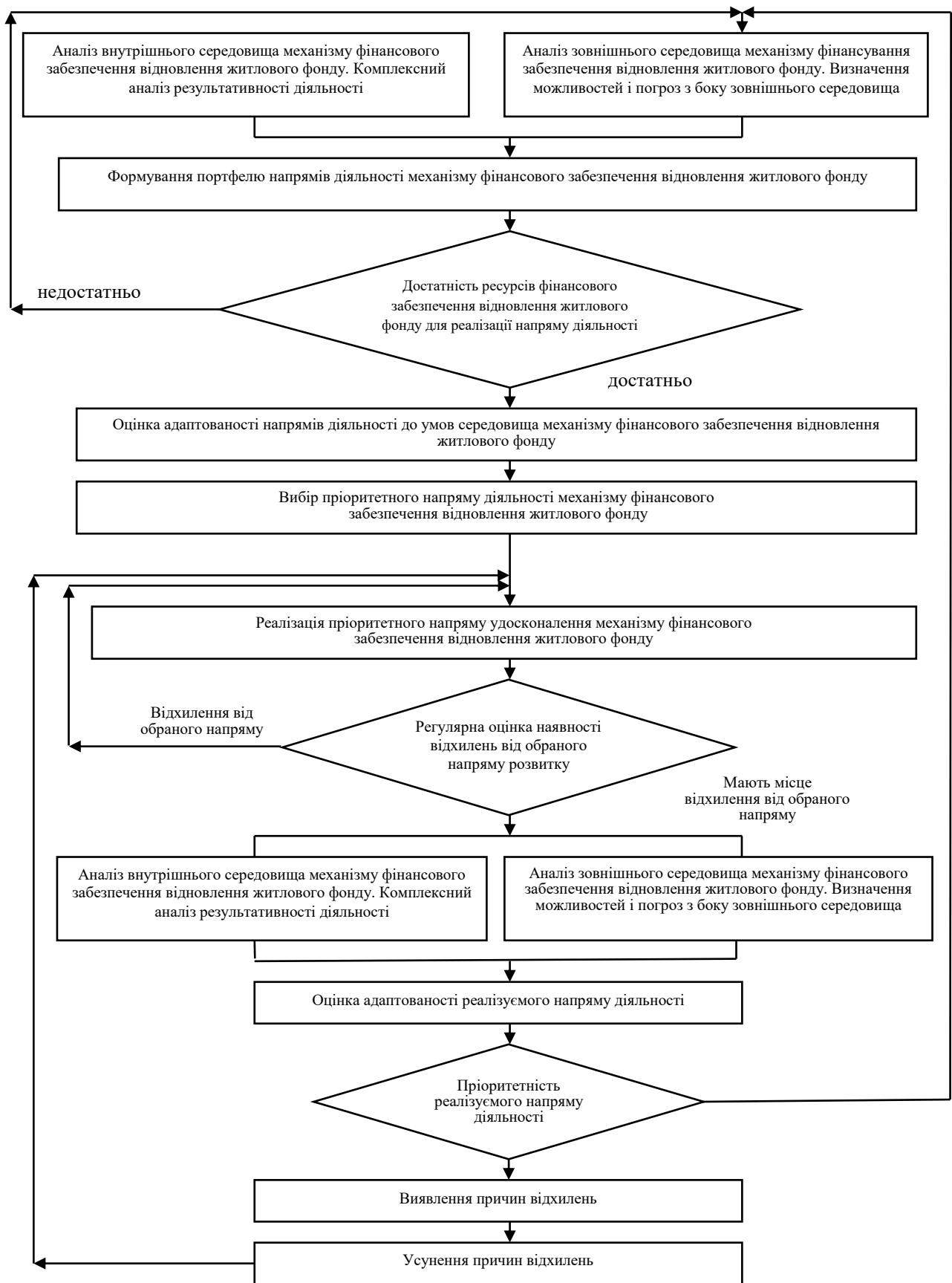


Рисунок 1 – Алгоритм забезпечення процесу модернізації й відновлення міського житлового фонду регіону

В результаті проведених досліджень розкрито взаємозв'язок критеріїв результативності діяльності механізмів модернізації й відновлення житлового фонду і визначена послідовність звертання до них в процесі управління цими системами на стратегічному й тактичному рівнях. В якості складового елемента результативності загалом виділена економічна результативність систем фінансового забезпечення, включаючи в себе такі стратегічні критерії, як прибутковість, продуктивність, економічність, положення на ринку і дієвість. Економічна результативність лежить в основі будь-якої результативності функціонування житлово-комунального господарства, а точніше її розрахунок потрібен завжди, оскільки саме вона дозволяє оцінити як правильність, так і рівень досягнення поставлених цілей, а звідси, успіх житлово-комунальних господарств у період часу, який нас цікавить.

Процес формування ознакового простору кожного із критеріїв відрізняється тільки базою порівняння, що визначається відповідно до його сутті, а саме:

- критеріїв прибутковості, продуктивності й економічності систем показників, кожний із яких являє собою відношення фактичних результатів функціонування механізму модернізації й відновлення житлового фонду за звітний період до аналогічних даних за попередній період;

- критерію положення механізму модернізації й відновлення житлового фонду на ринку – системи показників, кожний із яких являє собою відношення фактичних результатів функціонування за звітний період до аналогічних даних функціонування пріоритетного конкурента;

- критерію дієвості – відношення фактичних результатів функціонування за звітний період до планових за аналогічний період.

Вищенаведені результати характеризують відповідно правильність і рівень досягнень поставлених цілей в проекті удосконалення організаційно-економічного механізму відновлення житлового фонду. Порівняльний аналіз даних досліджень між собою дозволяє одержувати комплексний аналіз економічного результату функціонування механізму модернізації й відновлення житлового фонду, оскільки він дає не тільки кількісну оцінку результатів (рівня досягнень поставлених цілей), а й дозволяє оцінювати правильність їх постановок. Порівняльний аналіз управління проектом удосконалення механізму відновлення житлового фонду пропонується здійснювати шляхом вибору мінімального елемента із масиву аналогічних показників, створеного елементами ознакових факторів, які характеризують критерії економічної результативності. У результаті формується ознаковий простір економічної результативності, який віддзеркалює відсутність слабких сторін у формуванні і реалізації напряму роботи механізму модернізації відновлення житлового фонду, що виконується.

Аналіз кожного із критеріїв необхідно здійснювати за такими етапами:

1. Обґрунтування і відбір кількісних показників, що характеризують багатосторонню діяльність механізму відновлення житлового фонду.

2. Розробка матричної моделі, впорядкування матриці економічної результативності.

3. Розрахунок коефіцієнтів взаємозалежності похідних показників в матриці – таблиці кожного об'єкту порівняння.

4. Формування ознакового простору.

5. Вивчення ступеню впливу різних факторів на величину зміни елементів ознакового простору критерію економічної результативності.

6. Кількісна оцінка критеріїв економічної діяльності механізму відновлення житлового фонду і якісні сторони процесу досягнення мети.

Висновки та наукова новизна. Використання цієї моделі й методики при розробці системи управління механізмом модернізації та відновлення житлового фонду дозволить вирішити низку першочергових задач, які стоять перед законодавчими і виконавчими органами влади в умовах ринку, а саме: виявляти й об'єктивно характеризувати результати діяльності; з'ясовувати пріоритетні шляхи свого розвитку з урахуванням умов середовища, зокрема конкурентів, постійно контролювати хід виконання поставлених цілей шляхом встановлення відхилень і причин їх виникнення; розкривати резерви удосконалення організаційно-економічного забезпечення житлово-комунального господарства; імітувати можливі результати при зміні умов роботи; своєчасно коригувати стратегію і тактику розвитку систем механізму;

усебічно й об'єктивно вивчати сильні і слабкі сторони в умовах української дійсності порівняно з іншими, визначати причини недоліків у фінансовому забезпеченні житлового фонду і структурних підрозділів житлово-комунального комплексу; визначати місце кожного будинку в середовищі механізму модернізації й відновлення житлового фонду в умовах розвитку економіки регіонів України.

Список використаних джерел

1. Амоша А. И. Теоретические и прикладные аспекты функционирования производственного комплекса региона / А. И. Амоша, Е. Т. Булеев, Н. Д. Прокопенко / НАН Украины; Институт эконом. пром.; Институт эконом.-прав. исслед. – Донецк, 2004. – 119 с.
2. Ачкасов А. Є. Житловий фонд Харківського регіону як капітал та об'єкт інвестування / А. Є. Ачкасов, Є. М. Гелеверя, А. П. Косяк // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – № 935. – Харків: ХНУ, 2011. – С. 81–91.
3. Бабаєв В. М. Управління міським господарством: теоретичні та прикладні аспекти / В. М. Бабаєв / Національна академія держ. управління при Президентові України. Харківський регіональний ін-т. – Х.: Видавництво ХарРІ НАДУ, 2004. – 204 с.
4. Онищук Г. І. Проблеми розвитку міського комплексу України: теорія і практика / Г. І. Онищук / НАН України; Рада по вивченню продуктивних сил України. – К.: Науковий світ, 2002. – 439 с.
5. Шутенко Л. М. Міський житловий фонд: його життєвий цикл і радіаційна безпека / Л. М. Шутенко. – К.: Техніка, 2002. – 251 с.
6. Финагин В. В. Экономика города: теория, практика, перспективы / В. В. Финагин. – К.: Наукова думка, 1983. – 164 с.
7. Вовк В. М. Моделювання інноваційного розвитку потенціалу економіко-виробничих систем : монографія / В.М. Вовк, В.Б. Антонів, Н.І. Камінська. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2014. – 388 с.
8. Артими-Дрогомирецька З. Б. Дослідження операцій. Частина І: навч.-метод. посібник / М. В. Негрей, З. Б. Артими-Дрогомирецька / Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2014. – 312 с.
9. Амитан В. Н. Экономическая безопасность: концепция и основные модели / В. Н. Амитан // Экономическая кибернетика. – 2000. – № 3 – 4. – С. 13 – 20.
10. Экономическая кибернетика / Геєц В.М., Лисенко Ю.Г., Вовк В.М. и др. - Донецк: ООО "Юго-Восток", 2010. – 256 с.
11. Пономаренко В.С., Золотарьова І.О., Бутова Р.К. Інформаційні системи в сучасному бізнесі – Харків: Видавництво ХНЕУ, 2011. – 484 с.
12. Геєць В.М., Клебанова Т.С., Черняк О.І., Іванов В.В., Дубровіна Н.А., Ставицький А.В. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування. -Харків: ВД "ІНЖЕК", 2005. – 420 с.

канд. екон. наук, доцент **Громова О. В.**

Український державний університет залізничного транспорту

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ПСИХОЛОГІЧНОЇ АКТИВІЗАЦІЇ МИСЛЕННЯ У СТВОРЕННІ КРЕТИВНОЇ РЕКЛАМИ

Сьогодні економіка та суспільство в розвинених країнах все більшою мірою стають креативними (творчими), головними продуктами яких є нові ідеї та інновації в різних областях людської діяльності. У розвинених країнах креативність стає основним джерелом економічної цінності. Інтелектуальна власність приходить на зміну таким ресурсам, як земля, робоча сила, капітал в якості найбільш цінного економічного ресурсу.

В основі будь-якої творчості або креативу завжди лежить ідея. По суті, інтуїтивно зрозуміле нам слово «креатив» відрізняється від творчості наявністю певної мети. Деяке явище лише тоді стає креативом, коли починає працювати на свого творця. Але спочатку завжди народжується ідея.

Уже майже століття креатив для людей, зайнятих в рекламі, дизайні НДДКР, кінематографії та фотографії, це не хобі, а щоденна робота. Тому виникла об'єктивна необхідність зрозуміти, як же з'являються креативні ідеї. Подібного роду дослідженнями займалися фахівці в області NLP, просто психологи і звичайно креативщики по професії.

Тема актуальна, так як на сьогоднішній день креативна реклама чи не єдиний спосіб донести бажану інформацію до споживача.

Проаналізувавши книги по креативності в різних сферах діяльності, ряд статей в збірниках і Інтернет - ресурсах, книги по NLP технологіям, а також збірники вправ з розвитку креативності, визначилося коло найбільш поширених методик та інструментів для створення нової креативної ідеї.

Креатив - це оригінальна ідея, яка виділяє клієнта, товар або послугу в ряду аналогічних. Креатив – це те, що приваблює клієнта, те, що цікаво, оригінально, що споживається разом з товаром і задовольняє запитам цільової аудиторії.

Отже, креатив - це не вільна творчість, це процес, обмежений маркетинговими завданнями [1].

Завдання креативу - викликати у споживача емоції і бажання, точніше, зачіпати ті емоції, які могли б служити підставою для бажання купити і мотивом покупки. Розповісти історію, яка зворушить або розсмішить; пробудити асоціації, які зроблять чужий предмет близьким; зіграти на культурні особливості і схильностях. Концепція шведського маркетолога Рольфа Йенсена, наприклад, пропонує розглядати будь-яку комерційну пропозицію як якусь історію компанії, товару і послуги.

Креатив може допомогти бізнесу досягти успіху, а може і перешкодити зростанню продажів. Але ніяк не вплинути на бізнес рекламна творчість не може. Якщо зусиллями директорів по маркетингу, рекламистів і креаторів був зроблений неправильний креатив, то можна не тільки спустити вкладені в рекламу гроші, але і почати зазнавати збитки.

Хороший креатив - спосіб сильно заощадити на розміщенні. Одних і тих же показників впровадження можна досягти, витрачаючи суми, що відрізняються на порядок. Класичний приклад - геніальна реклама Павла Полянцева "Викрали? Треба було ставити CLIFFORD!". Дванадцять щитів по місту - і близька до 100% популярність, запам'ятовуваність, і позитивна реакція цільової аудиторії. Та сама економія на розміщенні на порядок [2].

Креативна реклама - це передача рекламного повідомлення таким чином, який би надавав релевантний вплив. Під релевантністю розуміється відповідність потребам і бажанням аудиторії: "це для мене", "мене розуміють", "це дасть мені вигоду", а під впливом - формування ставлення та поведінки людей: "це яскраво", "запам'ятовується", "це те, про що говорять", "добре друкується в пам'яті".

Таким чином, можна зробити висновок про те, що поняття креативних технологій в рекламі з'являється тоді, коли починається процес розробки основної творчої ідеї (творчої концепції) і креативщик підходить до етапу підготовки і фізичного втілення рекламного оголошення.

Креативний продукт і основна творча ідея (з точки зору можливостей своєї фізичної реалізації), залежать від ряду основних факторів: бюджету рекламної компанії, технічних і виробничих можливостей фото-, кіностудій, друкарень, програмного забезпечення, часу на їхнє відтворення, наявності професіоналів, здатних виконати роботу в необхідній техніці.

Виробництво креативу в рекламній індустрії повинно працювати за принципом конвеєра. Адже якщо і називати рекламу сферою мистецтва, то винятково прикладного. Реклама - перш за все інструмент вирішення завдань замовника. Тому рекламист, у якого не трапляється натхнення, має мало шансів на хорошу кар'єру.

У професійному середовищі більшість таких прийомів вважаються малоефективними з практичної точки зору, так як використання будь-якого з них не гарантує позитивний результат. Сьогодні креатор «надумав» геніальну творчу ідею, гідну великої премії, а завтра - нісенітницю, яку соромно пред'явити замовнику. Тому кожен професійний креатор виробляє

власні ефективні процедури пошуку натхнення і генерування геніальних ідей.

Найбільш ефективними в рекламній практиці зарекомендували себе методи психологічної активізації мислення.

1. Мозковий штурм (брейнстормінг).

Запропоновано Алексом Осборном (США) в 40-х рр. ХХ ст. Основні ідеї: колективний пошук ідей, поділ процесів генерації і критики в часі і учасників відповідно на генераторів і критиків. У процесі генерування висловлені ідеї розвиваються і модифікуються далекими асоціаціями і аналогіями. Оптимальними вважаються групи в 5-10 чоловік. Вважається за норму, якщо протягом 1,5 годин (дві академічні години) група продукує до сотні ідей.

Мета мозкового штурму - вироблення максимальної кількості різноманітних ідей. Не слід боятися фантастичних ідей: їх легше «приручити», ніж придумати. Потрібно прагнути придумати якомога більшу кількість ідей. Чим більше ідей, тим більша ймовірність успіху.

Обов'язковими умовами проведення мозкового штурму є створення сприятливих умов для подолання психологічної інерції та невпевненості висловлювати безглузді ідеї через їх критику, залучення в групу фахівців різного профілю, схильність їх до творчої роботи.

Керівником групи (модератором) повинен бути фахівець з реклами та методів рекламної творчості. Як правило, таким фахівцем виступає арт-директор.

Недоліки методу (і всіх його різновидів):

- величезна кількість ідей ще не гарантує появи «геніальної ідеї»;
- зважаючи на відсутність аналітичного етапу мозковий штурм виробляє яскраві, оригінальні ідеї, але не стратегічно правильні рішення побудови маркетингових комунікацій.
- не призначений для вирішення складних завдань, для яких потрібне проведення досліджень ринку, спеціальні знання з рекламованого продукту (наприклад, засоби озброєння, промислові хімікати та ін.) або технічна підготовка (яка необхідна при розробці, наприклад, нових типових конструкцій в зовнішній рекламі).

2. Зворотня мозкова атака.

Різновид методу мозкового штурму. Тут процес пошуку ідей припускає три етапи:

- виявляються всі можливі недоліки рекламованої марки;
- на підставі виявлених недоліків формулюються задачі по поліпшенню положення торгової марки (ТМ) на ринку;
- звичайний «мозковий штурм».

Даний метод, відображаючи більш повно недоліки продукту, дозволяє знаходити більшу кількість нових рішень, як в області маркетингу, так і в рекламній концепції марки.

3. Тіньова мозкова атака.

Різновид мозкового штурму, орієнтований переважно на навчання і тренінг творчих здібностей.

Тіньова мозкова атака дозволяє залучити в процес колективної творчості всіх учасників процесу без обмежень. Під час проведення тіньової мозкової атаки в аудиторії формується група активних генераторів ідей з 5-7 чоловік, яка працює за правилами звичайного мозкового штурму.

З інших учасників навчального процесу формується одна або кілька груп «тіньового кабінету» (між ними може бути організовано змагання). Генератори «тіньового кабінету» стежать за ходом роботи активних генераторів, фіксуючи висунуті ними ідеї та рішення, але не висловлюючи своїх пропозицій вголос.

4. Корабельна рада (або «нарада піратів»).

Різновид мозкового штурму, що припускає нараду, яка скликається керівником для вирішення проблеми в умовах дефіциту інформації і часу. Автори методу - В. Гильде, К. Штарке (1970 р.) Правила проведення такі: заздалегідь встановлюється черговість виступів від «юнга» до «капітана», тобто від молодшого до старшого.

При цьому кожен висловлюється тільки після звернення до нього «капітана» (модератора). Генерування ідей чергується з критикою (також після команди модератора).

Критикувати, а потім і захищати відібрані ідеї повинні всі. На завершення роботи «капітан» підводить підсумок.

5. Метод фокальних об'єктів («метод каталогу», «метод випадкових об'єктів»).

Метод пошуку нових ідей шляхом приєднання до заданої ТМ властивостей або ознак випадкових об'єктів. Автор Ф. Кунце (Німеччина, 1926 р.) Перенесення ознак випадково обраних об'єктів на вдосконалюємий об'єкт, який лежить як би у фокусі перенесення і тому називається фокальним. Виниклі незвичайні поєднання прагнуть розвинути шляхом вільних асоціацій.

В контексті реклами і залежно від вибору фокального об'єкта метод може розвиватися за двома напрямками:

– модифікація самої марки за допомогою додання їй несподіваних властивостей (так, наприклад, низькокалорійний майонез стає салатним соусом, рекламний буклет - схожим на записну книжку бізнесмена і т.п.);

– зміна теми рекламної комунікації ТМ.

План дій:

– обирається об'єкт (прототип), що підлягає удосконаленню (сама ТМ або тема її рекламної комунікації);

– обираються 3-4 випадкових об'єкта (відкривши навмання книгу, пригадавши актуальні прем'єри в кіно і т.п.);

– для кожного з випадкових об'єктів виписують декілька характерних ознак (властивостей);

– отримані ознаки переносять на прототип (фокальний об'єкт), таким чином виходять нові поєднання;

– нові поєднання можна розвивати шляхом вільних асоціацій. При цьому всі цікаві ідеї повинні фіксуватися;

– нові ідеї оцінюються, з них відбираються найбільш ефективні (або зручні) з точки зору реалізації.

Недоліки методу наступні:

– непридатність при вирішенні складних завдань;

– метод дає тільки прості поєднання;

– відсутність правил відбору і внутрішніх критеріїв оцінки одержуваних ідей.

6. Синектика.

Це форма пошуку нових ідей за допомогою побудови аналогій. Автор - У. Гордон (США, 1952 р.).

Аналогія є одним з найбільш універсальних евристичних прийомів для вирішення творчих завдань. Аналогія може бути виявлена свідомо, цілеспрямовано або випадково, без участі свідомості (по асоціації).

Можуть бути різними характер і види аналогій між об'єктами (явищами, процесами): матеріальна; символічна (графічна); словесна (алегорія, метафора, метонімія, синекдоха, синонім і ін.); пряма або віддалена; аналогія за формою, структурою, функції об'єкта та ін.

Метод заснований на властивості людського мозку встановлювати зв'язки між словами, поняттями, почуттями, думками, враженнями, тобто встановлювати асоціативні зв'язки. Це призводить до того, що окреме слово, спостереження і т.п. може викликати у свідомості відтворення раніше пережитих думок, сприйняти і «включити» багату інформацію минулого досвіду для вирішення поставленого завдання.

Аналогія є хорошим збудником асоціацій, які, в свою чергу, стимулюють творчі можливості. Відомо багато прикладів аналогій, серед яких можна відзначити наступні:

– пряма аналогія, відповідно до якої здійснюється пошук рішень аналогічних завдань, бізнес-ідей, прикладів подібних процесів в інших областях знань з подальшою адаптацією цих рішень до власної задачі;

– особиста аналогія пропонує представити себе рекламним продуктом і спробувати міркувати про «свої» відчуття та нові рішення рекламної комунікації;

– символічна аналогія відрізняється тим, що при формулюванні завдання користуються образами, порівняннями і метафорами, що відображають її суть. Використання символічної аналогії дозволяє більш чітко та лаконічно описати наявну проблему;

– фантастична аналогія пропонує будувати тему рекламної комунікації марки за допомогою фантастичних образів або ситуацій. Сенс цього прийому полягає в тому, що уявне використання фантастичних засобів часто допомагає виявити помилкові або надмірні обмеження, які заважають ефективній комунікації зі споживачем і, отже, брендингу.

На початковому етапі методу синектики аналогії використовуються для найбільш чіткого виявлення і засвоєння учасниками суті вирішуваної проблеми. Необхідно відмовлятися від очевидних рішень. Потім в процесі спеціально організованого обговорення визначаються головні труднощі і протиріччя, що перешкоджають вирішенню. Виробляються нові формулювання проблеми, визначаються цілі.

Надалі за допомогою спеціальних питань, що викликають аналогії, здійснюється пошук ідей і рішень. Отримані рішення піддаються оцінці і перевірці. При необхідності відбувається повернення до проблеми для повторного її обговорення і розвитку отриманих раніше ідей.

Основний недолік методу полягає в тому, що часто для успішного використання аналогій потрібна спеціальна підготовка (в області маркетингу, рекламних технологій), а також негайна схильність людини до фантазії і образного мислення.

7. Оператор РЧВ (розмір, час, вартість).

Інструмент управління психологічними факторами. Сприяє зменшенню психологічної інерції, розхитуючи звичне уявлення про об'єкт.

Суть методу полягає в тому, щоб подумки змінити параметри (розмір, знаходження в часі, вартість) рекламованої марки. Це дозволяє поглянути на продукт по-новому, побачити раніше не помічені властивості і можливості об'єкта.

План дій:

– подумки зменшуємо розміри об'єкту від справжньої величини до 0. (Як тепер зміниться «поведінка» марки на ринку?);

– подумки збільшуємо розміри об'єкту від справжньої величини до безкінечності (Що тепер відбувається з маркою?);

– подумки зменшуємо (збільшуємо) тривалість використання продукту від справжньої величини до .. (Як тепер вирішується оформлення ТМ?);

– подумки переносимо ТМ в часі від дня сьогоднішнього до найцікавішої для нас епохи. (Уявляємо собі антураж появи марки в той час, її оформлення і т.д.);

– подумки знижуємо вартість марки (або її доставки до кінцевого споживача, або витрат на її продаж) від заданої величини до 0. (Як тепер вирішується завдання продажу марки?);

– подумки підвищуємо вартість об'єкту (її доставки до кінцевого споживача, витрат на її продаж і т.п.) від заданої величини до безкінечності. (Як тепер ефективно продавати ТМ?)

При використанні цього методу необхідно дотримуватися таких правил:

– у кожного об'єкта кілька основних розмірів. Не обов'язково змінювати всі розміри;

– після того, як знайдена нова ідея, треба повернутися до початкових розмірів і змінити цю ідею так, щоб вона була прийнятною і при нормальних властивостях об'єкту;

– оператор РЧВ різко міняє звичне уявлення про об'єкт. Він веде до фантастичних, маячних ідей - не варто їх виключати;

– уявні операції потрібно вести спокійно, придивляючись до всього нового і несподіваного.

Недолік: метод не містить чітких процедур рішення задач. Слід не забувати, що оператор РЧВ - це лише психологічна підготовка, яка допомагає налаштуватися, вловити і прийняти несподівані ідеї.

8. Конференція ідей («творча нарада», «круглий стіл»).

Добре підготовлена нарада, призначена для збору ідей з певної тематики (за цільовою спрямованістю схоже на мозкову атаку). Може застосовуватися для пошуку підходів до вирішення складних проблем в різних областях людської діяльності. Автори методу - Гильде В., Штарке К. (1970 р).

У процесі «конференції ідей» дозволена тільки доброзичлива критика. Слід уникати запрошення скептиків і «всезнайок». Можливе використання різних методів і прийомів колективної творчої роботи.

Найбільший ефект досягається при числі учасників 8-12 чоловік і тривалості не більше 30-45 хв. Процесом керує голова - рівний серед рівних, але зобов'язаний забезпечити просування до мети, підтримуючи невимушену обстановку.

План дій:

- I етап (підготовка): підбір учасників; попередній аналіз маркетингових даних; чітке формулювання проблеми і представлення її у формі, найбільш зручної для учасників; попереднє опрацювання питань, що розглядаються;

- II етап (проведення конференції): ознайомлення учасників з правилами спільної роботи; всі висунуті ідеї фіксуються; перешкодження дискусії не допускаються; підтримка оригінальних ідей;

- III етап (підведення підсумків): після закінчення конференції кожен учасник допрацьовує отримані ідеї (викреслювати нічого не можна, можна тільки додати); оцінка і ранжування результатів; розробка рекомендацій.

Голова наради повинен пам'ятати, що:

- участь кожного в пошуку ідей рівнозначно необхідна;
- неконструктивна критика і насмішки гальмують висунення ідей;
- добре сформульована проблема - півдороги до успіху;
- через 20 хв. учасники конференції втомлюються; суперечки і дискусії не допускаються;

- вирішення проблеми - це робота, для виконання якої корисно застосовувати спеціальні методи;

- в потоці ідей не повинно виникати пауз; група є колективним автором всіх пропозицій;

- кожен учасник повинен знати, що він необхідний на даній нараді;

- не несе ніякої відповідальності за вибір кращого рішення, що не буде впроваджувати пропозиції;

- має однакові права з усіма; всі ідеї будуть уважно вивчені фахівцями і експертами;

- за час конференції повинен запропонувати якомога більше різноманітних ідей;

- найкраща форма заперечення - власну пропозицію.

Основним недоліком методу можна назвати відсутність гарантії знаходження сильних ідей.

9. Метод гірлянд асоціацій і метафор.

Евристичний метод творчості, що представляє собою розвиток. Включає наступні процедури:

- визначення синонімів об'єкту, в результаті якого утворюється гірлянда синонімів (наприклад, стіл - бюро - парта - ...);

- вибір випадкових іменників, за допомогою яких генерується гірлянда випадкових іменників (наприклад, олівець - стілець - ...);

- комбінування всіх елементів гірлянди синонімів з кожними елементами гірлянди випадкових іменників. Деякі з комбінацій представляють ідеї для вирішення завдання (наприклад, стіл як олівець - стіл у вигляді стільця - ...);

- складання списку ознак у вигляді прикметників для кожного елемента гірлянди випадкових іменників (див. п. 2). Ці списки є гірляндами ознак (наприклад, олівець: дерев'яний - автоматичний - ...; стілець: ...);

- комбінування елементів гірлянди синонімів з елементами гірлянд ознак, в

результаті чого можуть з'явитися ідеї для вирішення проблеми (наприклад, стіл - дерев'яний (у вигляді дерева));

- генерування гірлянд вільних асоціацій. Вихідним початком служить кожен елемент гірлянди ознак. Кількість гірлянд вільних асоціацій дорівнює числу всіх елементів гірлянд ознак. Гірлянди вільних асоціацій утворюються за допомогою багаторазової постановки питання «Про що нагадує слово ...?». Відповідь на питання, отримане на основі асоціації, являє собою новий елемент гірлянди, який є вихідним для повторної постановки питання (наприклад: «Про що нагадує слово «зелений»? - Про «траву»; «Про що ... «трава»? - Про «поле»; «Про що ... «поле»? – і т.д.) Така гірлянда асоціацій міститиме: трава-поле-...;

- комбінування елементів гірлянди синонімів з елементами гірлянд вільних асоціацій, в результаті чого з'являються нові ідеї вирішення проблеми;

- оцінка необхідності продовження асоціацій, заснована на аналізі всіх отриманих ідей і визначенні їх достатності. В останньому випадку здійснюється перехід до наступного кроку, інакше з вихідним початком елементів вільних асоціацій генеруються (за допомогою вільних асоціацій) вторинні гірлянди, елементи яких комбінуються з елементами гірлянди синонімів, в результаті чого виникають нові ідеї;

- оцінка і вибір раціональних ідей. Рекомендується проводити за допомогою класифікації всіх ідей на нераціональні (непридатні, погані), напівраціональні (привабливі), раціональні (хороші). Нераціональні ідеї відкидаються; раціональні утворюють ядро для вибору оптимального варіанту, а напівраціональні (які чимось привабливі, але мають видимі недоліки) знову аналізуються, після чого включаються в список нераціональних або раціональних ідей;

- вибір оптимального варіанту. Етап, виконуваний за допомогою деякого методу оптимізації, наприклад експертних оцінок.

В асоціативних методиках все, здається, побудовано на інтуїції. Але для креаторів це свідомо методика, слідуючи якій, потрібно примушувати себе читати класику і сучасні бестселери, модні періодичні видання, дивитися новини і блокбастери. Тобто рекламистові необхідно бути в курсі останніх новин, значущих подій в галузі культури і одночасно блискуче орієнтуватися в надбанні шедеврів світового мистецтва.

Багато рекламистів штучно звужують область пошуку асоціацій і ведуть його системно, для чого використовують «кореневі асоціації». Наприклад, візьмемо слово «трава». До слова підбираємо слова-асоціації - дрова, зеленка, луг, гольф і т.п. Кожне отримане слово намагаємося зіставити з ТМ - удар слова про продукт іноді народжує ідею. В якості корневих краще використовувати слова, не пов'язані безпосередньо з продуктом.

Обрати їх просто - достатньо розкрити будь-яку книгу та обрати перше-ліпше слово. Аналогічно здійснюється метод «візуальної підстановки». Тут зіставляється продукт і картинка, підглянута в журналі (по телевізору, в Інтернеті). Можна просто замінити в своїй уяві ТМ на будь-який багатий асоціаціями символ або ж схожий продукт, що викликає більше емоцій.

10. Метод маленьких чоловічків.

Дроблення проблемної ситуації на безліч «маленьких чоловічків». Техніка застосування методу зводиться до наступних операцій:

- необхідно виділити частину об'єкта, яка не може виконувати вимоги завдання, і представити цю частину у вигляді маленьких чоловічків;

- потім розділити чоловічків на групи, що діють (переміщуються) за умовами завдання;

- отриману модель потрібно розглянути і перебудувати так, щоб виконувалися конфліктуючі дії.

Найчастіше, якщо уявити проблему цілісно, то виходить, що з нею майже нічого не можна зробити. Але якщо зовсім довільним чином проблему розбити на кілька окремих елементів, то ці елементи можна буде перегрупувати і об'єднати будь-яким довільним чином.

Це може в ідеальному варіанті привести до нового вирішення проблеми. Або ж під

впливом переформування виникне новий погляд на проблему, або ж виявиться, що певні ідеї можна модифікувати в певному напрямку для отримання необхідного рішення. Отримані при розподілі елементи рекомендується переміщати і пов'язувати один з одним у всіляких поєднаннях.

Найголовніше при цьому - не забувати, що отримані поєднання - саме поєднання, а не стійкі монолітні системи, які також рекомендується видозмінювати.

11. Метод контрольних питань.

Навідні запитання можуть підвести до вирішення завдання. Списки таких питань пропонувалися багатьма авторами з 1920-х рр. Розроблено безліч різних списків питань, але всі вони, незважаючи на їх відмінності, переслідують одну мету - за допомогою відповідей на питання направити хід думки до найсильніших рішень.

Метод контрольних питань по суті є удосконаленням методу проб і помилок. По суті, кожне питання є пробою (або серією проб).

Спеціально підібрані питання вимагають таких відповідей, які дозволяють краще усвідомити проблему і умови її рішення, «підказують» можливі шляхи вирішення, допомагають долати психологічну інерцію. Ось приклад списку контрольних питань:

1. Яка основна вигода товару (послуги)?
2. Що являє собою ідеальний продукт (у відповідній товарній категорії)?
3. Які функції виконує дана ТМ, чи не можна частину з них скоротити (змінити)?
4. Як інакше можна виконати основну функцію марки?
5. У жодній іншій області (товарної категорії) найкращим чином реалізується відповідна вигода і чи не можна запозичити таке рішення?
6. Чи можна розділити товар (послугу) на частини? Чи можна відокремити слабку ланку? Чи можна об'єднати декілька елементів?
7. Чи можливо нерухомі елементи (упаковки, реклами) зробити рухомими, і навпаки?
8. Як скоротити шлях доставки товару до кінцевого виробника?
9. Яким чином представити наявні недоліки як достоїнства марки?
10. Які додаткові функції може виконувати даний товар?

Результатом використання списків може бути цілий спектр маркетингових рішень, оригінальних рекламних ідей або переосмислення проблеми і формулювання її з інших позицій з метою подальшого пошуку рішень.

12. Морфологічний аналіз Ф. Цвіккі.

Заснований на побудові таблиці, в якій перераховуються всі основні елементи, які є об'єктом. Вказується якомога більша кількість відомих варіантів реалізації цих елементів. Комбінуючи варіанти реалізації елементів об'єкта, можна отримати найнесподіваніші нові рішення.

Метод включає наступні кроки:

- обравши ТМ для вдосконалення, складаємо список основних характеристик або частин марки;
- для кожної характеристики або частини перераховуємо можливі варіанти виконання або подання;
- обираємо найбільш цікаві поєднання можливих виконань (уявлень) всіх частин марки.

Основною ідеєю морфологічного аналізу є впорядкування процесу розгляду різних варіантів рішення самої марки або її комунікації. Розрахунок будеється на тому, що в поле зору можуть потрапити варіанти, які раніше не розглядалися.

Недоліки методу: необхідність розгляду величезного числа варіантів, велика частина яких виявляється позбавленою практичного сенсу, що робить використання методу дуже трудомістким. Таким чином, головними недоліками методу є спрощеність підходу до аналізу об'єкта і можливість отримання дуже великого для розгляду числа варіантів.

13. Методика зламу стереотипу Жана-Марі Дрю.

Єдина технологія креативного мислення, розроблена рекламистами спеціально для

вирішення спеціальних завдань брендингу. «Розрив стереотипу» цінний не тільки тим, що це ціла рекламна філософія, але і набором окремих креативних технік. Сам Дрю визначив свій метод як технологію оновлення бренду.

Головний концепт технології становить триєдність «стереотип, розрив і бачення». Щоб створити успішну рекламу, необхідно виявити існуючий стереотип і щось протиставити йому. Пошук стереотипу і його злам відбуваються в формі колективного обговорення, проведеного в присутності клієнта. Отже, три етапи методики:

13.1. Зона стереотипів.

Найбільш трудомісткий етап, мета якого - знайти шаблон, який можна ефектно зламати. Стереотип здається очевидним після виявлення. Але знайти його - велика праця. Для оптимізації роботи Дрю і його послідовники пропонують ряд прикладних технік. Найбільш популярна з них - «джерела стереотипів» - пропонує чотири напрямки пошуку:

- а) споживчі стереотипи - традиційне ставлення аудиторії до продукту;
- б) корпоративні - бачення компанією своєї ролі на ринку;
- в) маркетингові - шаблони брендінгових заходів;
- г) комунікативні - шаблонні образи і методи в рекламі і просуванні. Виявивши стереотип, слід:

- а) з'ясувати його джерело;
- б) зрозуміти, чи є він непорушним (не всі стереотипи можливо і доцільно ламати);
- в) оцінити його розривний потенціал. Виявлені стереотипи потрібно класифікувати за ступенем їх стійкості по відношенню до обраного сегмента споживачів.

Безумовно, для «розриву» обирається найбільш стійкий, яскравий шаблон, але відповідний параметрам відповідності маркетинговим завданням марки. Є речі неспростовні, але є підвалини, руйнування яких може викликати справжній фурор. Крім вміння шукати і знаходити стереотип потрібно вміти виділяти найбільш ефективний стереотип.

13.2. Зона розриву.

Ключ до створення ефективної реклами. Часто проста формулювання стереотипу дозволяє оцінити його розривний потенціал, побачити шляхи його руйнування. Для виявлення способу зламу стереотипу Дрю пропонує спеціальну техніку, звану «сходи» (the Ladder). «Драбина» дозволяє визначити, на якому рівні відносин зі споживачем знаходиться ТМ:

- 1 (найпростіший) - рівень простих асоціацій з маркою;
- 2 марка сприймається через будь-якої атрибут, що асоціюється з основною вигодою ТМ;
- 3 марка прирівнюється до вигоди (найчастіше раціональної);
- 4 бренд сприймається як символ якогось стилю, способу життя;
- 5 (вищий) - марка реалізує якусь роль в суспільстві.

У ситуаціях, коли пошук ефектного розриву затруднений, на допомогу приходять питання «що, якщо ...» (техніка The What If Process). Сьогодні розроблено близько 60 питань-помічників. Далі наведемо 20 найбільш популярних з них:

Що якщо...

1. ...ми змінимо конкурентні рамки продукту (репозиціонування продукту в інше конкурентне поле);
2. ...ми перипинемо фокусуватися на традиційних конкурентах і замість цього сфокусуємось на джерелі бізнесу (порівняння з іншими категоріями товарів, що реалізують ту саму потребу);
3. ...ми зробимо наше нелідерське положення позитивним (знаходження позитивних атрибутів для брендів другого порядку);
4. ...ми проігноруємо наш статус претендента на лідерство і станемо «лідером по очікуванню» (знаходження лідерської позиції в майбутньому);
5. ...ми переглянемо погляд на стратегії, які на цьому ринку вважаються неуспішними або табутованими (використання заборонених прийомів);

6. ...ми замість диференціювання бренду запропонуємо споживачеві інший досвід використання всієї категорії продуктів (розширення сфери застосування продукту);
7. ...ми знайдемо асоціації для бренду за допомогою атрибутів категорії (знаходження нових асоціацій для категорії в суміжних продуктах);
8. ...ми не будемо намагатися диференціювати бренд, а спробуємо захопити всю категорію (лідерське позиціонування);
9. ...ми зробимо акцент на необхідності продукту (збільшення значущості всієї категорії);
10. ...ми знайдемо доказ, щоб підтвердити заяви, які в даній категорії зазвичай робляться голослівно (пошук аргументованої переваги);
11. ...ми зосередимося на ефекті від застосування продукту, а не на його користь (гіперболізація дії);
12. ...ми повинні змінити індивідуальність бренду, щоб нас почула цільова аудиторія (зміна «інтонації» бренду);
13. ...ми виявимо, що є прихований атрибут або історичний факт, який можна використовувати в сучасному контексті (пошук в сучасності паралелей з минулим);
14. ...ми замість акценту на причини споживання продукту дамо причину «вірити» в продукт (встановлення емоційних зв'язків з продуктом);
15. ...наша можливість зрозуміти споживача полягає в простому здоровому глузді (аналіз простого споживчого досвіду);
16. ...наш найважливіший маркетинговий капітал - наші поточні споживачі (фокусування на реальних споживачах, а не цільової аудиторії);
17. ...ми свідомо відступимо від мейнстріму, щоб додати бренду більш інноваційний імідж (пошук стратегії «від противного»);
18. ...залучення старих споживачів більш вигідно, ніж гонити за новими (оновлення стратегії для старих споживачів);
19. ...ми знайдемо вужчу, але більш перспективну цільову аудиторію (більш точне позиціонування);
20. ...ми адресуємо рекламу споживачам, а не покупцям (стратегія впливу на «агентів впливу»).

Дрю рекомендує креаторам розвивати образне мислення. Інструмент «ідея за ідеєю» (The Idea Behind The Idea) полягає в наступному: необхідно шукати в образах зерно великої концепції. Володіючи ідеєю, яка виглядає як розривна, необхідно усвідомити, у чому її суть, що робить її розривною, і потім побудувати на ній інші варіанти комунікації.

13.3. Зона бачення.

Подання нової творчої стратегії ТМ. Розрив дуже часто вимагає зміни всієї стратегії компанії, а в деяких випадках і всієї її філософії. В ідеалі він створює нове довгострокове «бачення» марки.

Правда, перш ніж братися за стратегію ТМ, необхідно точно зрозуміти, що можна змінити, а що є недоторканим. Для цього технологія розриву пропонує досліджувати культуру клієнта за допомогою інтерв'ювання як мінімум п'яти представників компанії. Плани з розвитку, внутрішнє уявлення компанією своєї ролі на ринку, прогнозування тенденцій на відповідному товарному сегменті.

Щоб надихнути клієнта на пошук нового бачення, пропонується скористатися прийомом підбору символічної аналогії «маяк» (lighthouse), придуманої співробітником агентства TBWA Адамом Морганом. Ідея проста: маяк допомагає людям знаходити шлях. За аналогією з цим потрібно відшукати відповідь на питання: «який сигнал посиляє «маяк» даної ТМ?»

Серед рекламістів поширена думка, що «маяк» всього лише допомагає переконати клієнта зробити крок вище сходами «драбини» відносин марки і споживача. Втім, повальний рух нагору теж може стати стереотипом, і тоді позиціонування по простій асоціації стане «розривною». Технологія розриву універсальна і цілком годиться навіть для боротьби зі

стереотипами, укладеними в самій технології.

Безумовно, нестандартна реклама набагато ефективніша шаблонної. Але теорія Дрю не рахується серед рекламистів універсальною. Нарівні з великою кількістю послідовників методика має і своїх опонентів.

В Україні, наприклад, поширена думка, що методика розриву доречна тільки на насичених ринках, де панують традиції і засади. Дійсно, розрив в розумінні самого Дрю - це перш за все розрив у власній історії рекламування і в історії реклами категорії [3].

Коли історії немає і категорії немає, ламати що-небудь складно. Правда, на думку автора, завжди можна знайти, що зламати. Якщо рекламна історія або товарна категорія ще недостатньо сформулювалася, можна придивитися до стереотипів споживацької поведінки або принципам ведення бізнесу.

Основна проблема всіх креативних методик в тому, що вони можуть правильно пояснити шлях, по якому проходить креатор, що створює видатну рекламу. Але вони не здатні допомогти пройти цей шлях. Так фізик, який вирахував траєкторію рухів олімпійського чемпіона, сам ніколи не отримає золоту олімпійську медаль. Тому скептики впевнені: єдине, на що виявляються придатними креативні технології, - це самореклама їх творців.

Методики творчого мислення - інструмент тонкий і складний. Він вимагає як відпрацювання механізму генерування ідей, так і налагодження загальної готовності до ефективної роботи. Вироблення механізму «налагодження» - питання самоорганізації самого творчого співробітника. Часто налаштування на «творчу частоту» вже породжує яскраві ідеї.

Таким чином, де б ми не знаходилися - ідеї завжди оточують нас. Потрібно тільки зуміти їх почути. Решта - справа професійної майстерності.

Список використаних джерел

1. Глушакова Т. И. Креативное мышление в рекламе и что ему способствует / Т. И. Глушакова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/creative_mind.html.
2. Дегтярьов Ю. Корнілов Л. Торгова реклама: економіка мистецтво. - М.: В«ЕкономікаВ», 2004 р. - с. 24.
3. Все основные креативные приемы выработки идей: исчерпывающий анализ 13 практических методик [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.elitarium.ru/kreativnoe-myshlenie-ideya-tvorchestvo-metod-obekt-ehlement-priznak-analogiya-reshenie-produkt-sinonim-stereotip-reklama-brend/>.

канд. екон. наук, віце-президент з питань регіонального співробітництва ІСС Ukraine (м. Тернопіль)

Демкура Т. В.

МЕРЕЖЕВА ОРГАНІЗАЦІЯ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

Вступ. Глобальні трансформації ХХІ ст. змінили не лише геополітичну та геоекономічну карту світу, але й характер відносин між суб'єктами міжнародних економічних відносин, тому формується новий світовий економічний порядок, де все більшу роль відіграють не держави, а корпоративний сектор. Практика спрощення умов міжнародної торгівлі та переміщення капіталу, пройшовши тривалий еволюційний шлях розвитку з середини ХХ ст., наштовхнулася на прояви протекціонізму між країнами. У той же час, на мікрорівні вплив глобалізації виявився більш позитивним. Завданнями нашого дослідження є :

- невизначеність і парадокси глобального розвитку і роль країн-лідерів;
- міжнародна та національна безпека в процесі глобальних трансформацій;

- техноглобалізм як невід’ємний компонент економічної глобалізації і діалектично суперечливий процес;
- науково-технічне і виробниче співробітництво України з ЄС в умовах глобалізації;
- мережева організація глобального економічного простору;
- глобальна освіта.

Результати дослідження. Глобалізація створила сприятливі умови для розвитку бізнесу, сформувала комунікаційні площадки для обміну досвідом та найкращими практиками ведення бізнесу, нівелювала розуміння відстані між продавцями та споживачами. Такі зміни відбулися багато в чому завдяки зростанню інформатизації в країнах з різним рівнем економічного розвитку. Новим етапом у розвитку глобальної економіки стала мережева економіка, в якій не існує часових бар’єрів та просторових перешкод. За таких умов компанії для розширення своєї діяльності розпочали розробку нових стратегій виходу на ринки та використання маркетингових комунікацій. Тому мережева організація бізнесу стала закономірним об’єктивним процесом розвитку світової економіки.

В економіку мережевий підхід прийшов з соціології, яка зараз органічно проникла в усі сфери суспільного життя. Поштовхом до розвитку мережевого підходу стала теорія соціального обміну (засновником якої є Джордж Хоманс), яка базується на тому, що обмін соціальними та матеріальними ресурсами є фундаментальною формою людської взаємодії [1; 2; 3]. К. Кук та Р. Емерсон [4] здійснили низку експериментів, пов’язаних з соціальною владою (силою) та справедливістю в обмінних операціях, що дозволили дослідникам вивчити силу/владу, справедливість та роль зобов’язань під час торговельних процесів, які в подальшому були апробовані мережевими структурами бізнесу для організації їхньої діяльності.

Відповідно до мережевого підходу сучасне господарство розглядалося як сукупність соціальних мереж – стійких зв’язків між індивідами і фірмами, тому економічні відносини повинні бути тісно переплетені із соціальними, що у підсумку полегшує обмін інформацією, пошук роботи, збільшує довіру між учасниками обміну [5]. Разом з тим, розвиток мережевого підходу відбувався в період активної інформатизації світової економіки, тому погоджуємося з позицією соціолога М. Кастельса, що нові економічні форми виникають навколо глобальних мережевих структур капіталу, управління та інформації [6, с. 497], а мережева структура виступає як комплекс взаємозв’язаних вузлів, зміст яких залежить від характеру самої мережевої структури. Теоретико-методологічна база мережевого підходу до організації економічного простору представлена в табл. 1.

Поглиблення глобалізаційно-інформаційних процесів, яке супроводжується інтернаціоналізацією виробництва та збуту, сприяло появі як стабільних, так і динамічних внутрішніх мережевих організацій. Характерними рисами мережевих організацій є:

- використання колективних активів декількох учасників;
- кооперування між учасниками з метою підтримання власного місця в ціннісному ланцюжку;
- мережі є об’єднанням організацій, діяльність яких координується ринковими механізмами замість командних.

Під мережевою структурою у сфері економіки розуміють мережеві організації, міжфірмові мережі, організаційні мережі, квазіфірми. Головною ж ознакою, за якою варто відносити ту чи іншу організаційну форму до мережевої, слід вважати автономність економічних агентів, які вступають у повторювані акти обміну, але між ними існує взаємозалежність в отриманні власних вигод [8].

Основними перевагами використання компаніями мережевих структур є наступні:

- гнучкість до зміни зовнішнього середовища;
- ґрунтується на довірі між партнерами;
- стратегічні вектори розвитку компанії визначаються колективно;
- основним управлінським ресурсом є інформація;
- синергійний підхід до взаємодії ланок мережі та підтримання відчуття згуртованості.

Використання мережевого підходу до розподілу продукції через залучення до нього необмеженої кількості самоорганізованих партнерів, сприяло появі мережевого маркетингу як виду бізнесу.

Таблиця 1

Теоретико-методологічна база мережевого підходу до організації економічного простору

Напрямок	Основні теорії	Представники	Характеристика
Соціологія	<ul style="list-style-type: none"> теорія соціального обміну 	Дж. Хоманс	Визначення характеру впливу сили взаємовідносин між індивідами в процесі обміну на моделі міжособистої взаємодії
		К. Кук, Р. Емерсон	Вивчення впливу влади, справедливості та зобов'язань під час здійснення торгівельних операцій
	<ul style="list-style-type: none"> нова економічна соціологія 	Х. Уайт, М. Грановеттер У. Пауней та ін.	Визначено сутність соціальних мереж, як стійких зв'язків між індивідами і фірмами. Доведено, що саме мережі допомагають знаходити роботу, обмінюватися інформацією та вибудовувати довіру
	<ul style="list-style-type: none"> теорія інформаційної економіки 	М. Кастельс	Визначено основні причини виникнення мережевої економіки, з'ясовано форми мережевих організацій
Економічна теорія	<ul style="list-style-type: none"> нова інституціональна економічна теорія 	Р. Коуз, Д. Норт	Виявлено місце мережі між ринками та ієрархією. Визначено та класифіковано транзакційні витрати, які, на їхню думку, впливають на тип управлінської структури; з'ясовано основні фактори, що впливають на розвиток мережі, як нової управлінської структури
Менеджмент	<ul style="list-style-type: none"> теорія фірми 	Р. Майлз, Ч. Сноу, П. Друкер	Визначено основні види мережевих структур та їх характеристику. Обґрунтовано, що економіка майбутнього є «суспільством мереж»
Маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> теорія маркетингу взаємовідносин 	К. Прахалад, В. Рамасвами, П. Друкер	Побудова мережевої моделі взаємовідносин, визначення видів маркетингу взаємовідносин

Джерело: складено на основі [1–10]

В трактуванні вітчизняних та зарубіжних науковців сутнісних характеристик мережевого маркетингу (англ. «network marketing») та багаторівневого маркетингу (англ. «multilevel marketing») існують різні, досить суперечливі підходи [9; 11–14]. Узагальнення основних визначень поняття «мережевий маркетинг» наведено в табл. 2.

На нашу думку, термін багаторівневий маркетинг в більшій мірі є ширшим та передбачає створення незалежних підприємницьких структур на шляху дистрибуції продукції від виробника до споживача, мережевий же маркетинг характеризує створення певної мережі на кожному рівні дистрибуції. Однак, зважаючи на той факт, що рівні дистрибуції у підсумку також формують певну мережу, то зазначені терміни можуть вживатися як однозначні.

Характеристика основних визначень понять «мережевий маркетинг»

Автор	Визначення
Дж. Каленч, Д. Вуд, Л. Клементс	Мережевий маркетинг – маркетингова концепція, що передбачає створення мережевої (багаторівневої) організації, мета якої просувати товари та послуги від виробника до споживача, використовуючи прямий контакт людини з людиною
Т. Амблер	Використання персональних контактів як для організації збуту, так і для створення неформальних організаційних структур
Р. По	Будь-який маркетинговий метод, який дозволяє одним незалежним комерційним представникам приймати на роботу інших комерційних представників та отримувати комісійні з торгівельних угод залучених комерційних представників
В. Барбер	«Багаторівневий маркетинг» об'єднує різні види бізнесу, ріст яких засновується на формуванні нових рівнів або напрямів розвитку, в яких беруть участь люди, які діють самостійно і незалежно, і самі запрошують до співробітництва інших людей, тобто кадровими питаннями в даному випадку займається не компанія, а окремі люди, які діють за власною ініціативою
Р. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та інші	Багаторівневий маркетинг – це система організації бізнесу та компенсацій, що використовується компаніями прямого продажу, за якої дистриб'ютор чи незалежний продавець може отримувати дохід не лише від особистого продажу, а й від продажу, здійсненого через мережу інших незалежних продавців
В. Пилипчук, О. Данніков	Один із видів маркетингу, який забезпечує товарообіг через багаторівневу мережу агентів збуту фірми-виробника

Тому мережевий (багаторівневий) маркетинг – це динамічна самоорганізована мережа розповсюдження інформації, товарів та послуг, в основу якої закладено метод просування через незалежних дистриб'юторів.

В останні роки активно фахівцями пропагується концепція Маркетинг 3.0. Якщо маркетинг 1.0 був орієнтований на просування товарів (основна маркетингова концепція – розробка товарів), маркетинг 2.0 – орієнтований на споживача та його запити (концепція диференціації), то маркетинг 3.0 – це орієнтація на цінності. Ґрунтовною у цьому контексті є праця (у співавторстві) одного із відомих фахівців в сфері маркетингу Ф. Котлера, де основними принципами маркетингу 3.0 виділено – місія, бачення і цінності компанії¹. Проте, глобальні компанії мережевого маркетингу впроваджують у практичну площину основоположні принципи маркетингу 3.0 уже впродовж десятиліть. Так, наприклад, компанія Amway, розпочавши свою діяльність у 1959 р., започаткувала таку модель бізнесу, яка поєднала усі зазначені концепції, створивши свій імідж як компанії з чітким формулюванням місії, її виконанням, дотриманням засадничих принципів Сім'я, Свобода, Надія і Винагорода. Саме такий підхід дозволяє глобальним компаніям мережевого маркетингу зберігати свою активність і репутацію на ринку уже десятиліттями, досягати синергійного ефекту від діяльності, поєднавши якість продукції, цінності, соціальну відповідальність та екологічне спрямування бізнесу, підтримку традицій та збереження культурної спадщини. Покупці

¹ Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / Сетиаван А., Котлер Ф., Картаджайя Х. – М.: Эксмо, 2011. – 240 с.

стають не лише більш поінформовані, але й приймають активнішу участь в громадському, економічному та екологічному житті суспільства.

Разом з тим, глобальне середовище зазнає серйозних трансформацій під впливом процесів інформатизації, водночас 4 промислова революція (або Індустрія 4.0), до якої наближається людство, в найближчі роки передбачає таке впровадження технологій, інтеграцію кіберфізичних систем, які суттєво змінять процеси виробництва та споживання. Нова технологічна епоха вплине на ринок праці, де за пріоритетні визначені адаптивність до отримання нових знань, навички та вміння, пов'язані із критичним мисленням, творчими здібностями, вміння координувати з іншими людьми та ін. Це, безперечно, переорієнтує всю маркетингову діяльність як стосовно цілей, принципів, ключової концепції, так і організації взаємодії з покупцями, побудови маркетингових комунікацій. На часі є основні ідеї концепції Маркетинг 4.0, які забезпечують конвергенцію традиційного та цифрового маркетингу, результатом якої є формування сучасних трендів: економіки спільної участі, нової економіки, багатоканальної інтеграції тощо, «розширення людино-орієнтованого/центричного маркетингу з метою забезпечення/охоплення кожного аспекту поведінки споживача» [2, с.17]. Підтвердженням важливості такого підходу є те, що лауреатом Нобелівської премії у 2017 р. став фахівець з поведінкової економіки Річард Талер³, піддавши критиці неокласичну поведінкову теорію споживачів, рішення яких не завжди приймаються з позицій раціональності, бувають завідомо хибними, тому відповідні дії ззовні можуть підштовхнути їх до необхідного правильного вибору. Економічна поведінка споживачів враховується компаніями мережевого маркетингу, адже, знаючи мотиви їхньої поведінки, компанії визначають, які комунікативні звернення використовувати для поштовху до прийняття рішень і можуть прогнозувати результативність своїх заходів.

Тому, з огляду на існуючі та потенційні глобальні виклики, змінність зовнішнього середовища, компанії мережевого маркетингу за рахунок вдалого поєднання on-line та off-line інструментів маркетингових комунікацій, враховуючи сучасні тренди часу, залишаються інтегрованими у глобальний економічний простір.

Теоретичні та прикладні роботи, присвячені питанням мережевого маркетингу виділяють наступні його особливості [15]:

- компанії мережевого маркетингу вперше зацікавили торгових агентів не лише роздрібним доходом, але й комісійними від особистого продажу, а також від продажу тих агентів, яких залучив сам агент;
- вперше виник механізм не лише продажу, але й просування товару на ринку при переміщенні його по дистриб'юторській мережі по одній і тій же ціні до споживача, який матеріально стимулює всіх учасників;
- виникла можливість заробляти не лінійно (скільки продав – стільки і заробив), а експоненційно, за рахунок залучення в мережу нових учасників бізнесу. Причому заробляють не стільки за рахунок прямого продажу, скільки за рахунок просування товару на ринку мережею, займаючись в першу чергу передачею інформації;
- вперше мережевий маркетинг реалізував можливість незалежного підприємництва з незначними інвестиціями.

Схема багаторівневого бізнесу та його відмінність від лінійного представлена на рис. 1.

Побудова відносин мережевої організації під впливом процесів глобалізації стала поштовхом до швидкого розвитку мережевих компаній, які на правах партнерства об'єднують свої ресурси для більш ефективної роботи на ринку. Досить часто компанії мережевого маркетингу ототожнюють з компаніями прямого продажу, не виділяючи в окрему категорію. Компанії прямого продажу використовують два основних види

² Kotler P. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital / P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan., 2016. – 208 с.

³ Appelbaum B. Nobel in Economics Is Awarded to Richard Thaler [Електронний ресурс] / Binyamin Appelbaum // New York Times. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nytimes.com/2017/10/09/business/nobel-economics-richard-thaler.html>.

компенсаційного плану: однорівневий маркетинг (за такою схемою свою діяльність здійснює приблизно 25% дистриб'юторів, дохід яких формується від особистого продажу товарів) та багаторівневий (мережевий) (дистриб'ютори отримують дохід від особистого продажу та від доходу побудованої ними збалансованої мережі дистриб'юторів). Компанії мережевого маркетингу використовують в своїй діяльності і прийоми прямого маркетингу, а саме продаж товарів за каталогами, продаж через Інтернет тощо, однак, вони мають свої особливості. Як і в прямому маркетингу, так і в мережевому маркетингу збут відбувається без проміжних ланок дистрибуції та зовнішніх комунікацій, але в мережевому маркетингу збут відбувається безпосередньо самими дистриб'юторами компаній, які створюють свою мережу дистрибуцію.

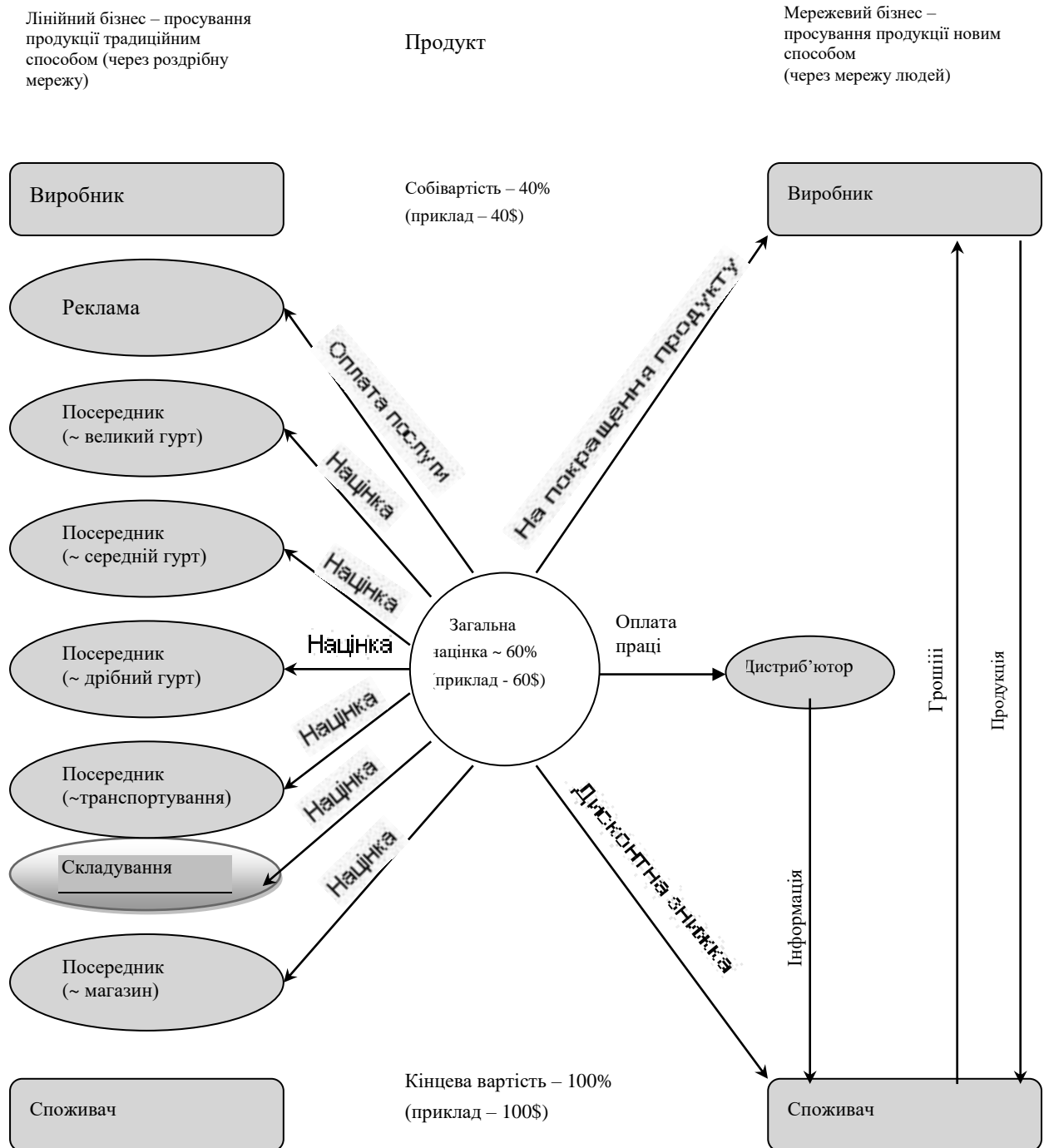


Рисунок 1 – Порівняльні схеми розподілу в лінійному та мережевому бізнесі [16]

Глобальна компанія мережевого маркетингу (MLM-компанія) – це глобальна компанія чи корпорація, побудована у формі динамічної самоорганізованої мережі, що здійснює просування товарів та послуг через незалежних дистриб'юторів, які отримують дохід від власного продажу та продажу побудованої ними мережевої структури. Основна мета діяльності компаній – яконайширше інформаційне охоплення споживачів та розвиток підприємницької діяльності через залучення незалежних дистриб'юторів до взаємодії.

Незамінним інструментом налагодження взаємовідносин в мережевому маркетингу виступають маркетингові комунікації – це постійно діючий процес взаємодії між учасниками маркетингової системи, що ґрунтується на діалоговому обміні інформацією з допомогою маркетингових комунікаційних інструментів та з використанням різних (особистих та неособистих) каналів передачі заради досягнення як економічних, так і соціальних цілей. Існує тісний взаємозв'язок між новим комунікативним середовищем, індивідуалізацією потреб споживача та появою концепції інтегрованих маркетингових комунікацій. Ця концепція базується на об'єднанні зусиль господарюючого суб'єкта з формування та реалізації багатоканальної синхронізованої системи взаємодії з усіма учасниками маркетингового процесу через оптимальне поєднання як безпосередніх, так і опосередкованих інструментів впливу для створення вищої цінності (як економічної, так і соціальної) та отримання синергетичного ефекту. При цьому інтеграція забезпечується не лише на предметному рівні, але й процесному (вертикальна та функціональна, а також внутрішня і зовнішня інтеграція відповідно до рівнів інтеграції О. Хольма).

Існують два типи моделей формування інтегрованих маркетингових комунікацій: процесні або комунікативні, що характеризують процес управління комунікаціями, та ієрархічні або поведінкові, що характеризують поведінку покупця та його реакцію на комунікативні інструменти. На сьогодні відбувається трансформація процесних моделей з «суб'єкт-об'єктних» або «push моделей» у «суб'єкт-суб'єктні» або «pull моделі». Останні представлені моделями як персональної комунікації, так і багатосторонніми діалогічними, за яких споживач є безпосередньо втягнутим в комунікативний процес (рис. 2).

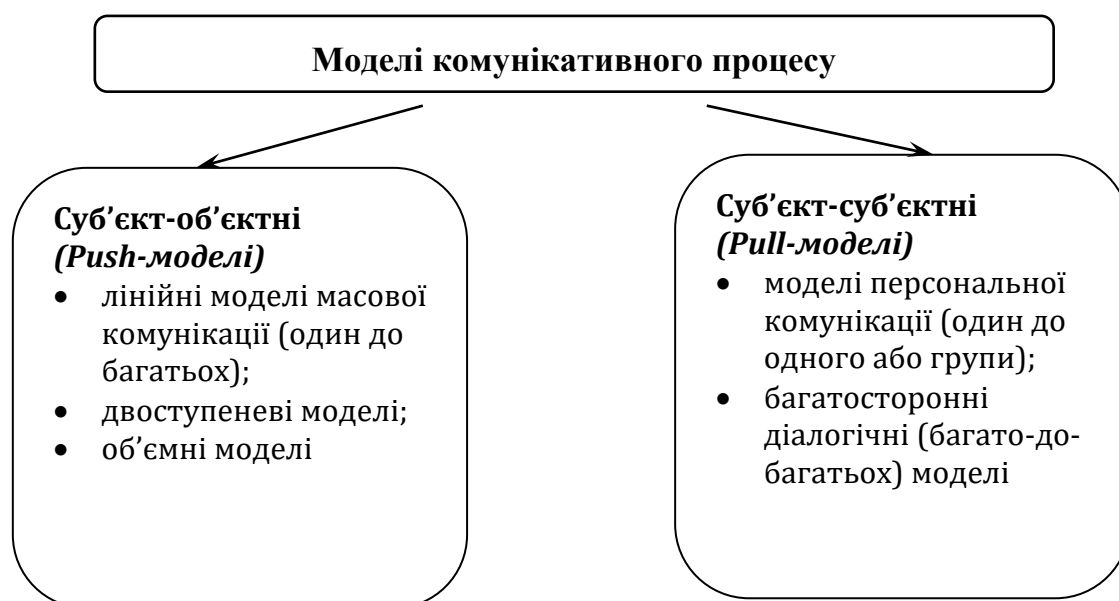


Рисунок 2 – Класифікація моделей комунікативного процесу

Для залучення покупця в процес взаємодії з компанією при розробці інтегрованих маркетингових комунікацій необхідною є імплементація системи елементів моделі «ієрархія залучення» (рис. 3).

Відповідно до реалізації кожного з етапів залучення покупця, а саме: створення обізнаності, залучення до взаємодії та утримання, компанія формує комунікативний інструментарій впливу. Комунікативні інструменти (рис. 4) здійснюють вплив на одержувачів, які для MLM-компаній представлені не лише потенційними клієнтами, а й дистриб'юторами (незалежними підприємцями).

Глобальним компаніям мережевого маркетингу притаманні особливості щодо здійснення маркетингових комунікацій, зокрема: індивідуалізація роботи з клієнтом, впровадження принципу дуплікації або експоненційного зростання, використання особистого продажу, акцентування уваги не стільки на продажах, скільки на залученні до співпраці та мотивуванні до зайняття підприємницькою діяльністю при незначних інвестиціях для входження у бізнес.



Рисунок 3 – Модель «ієрархія залучення»

Моделі комунікативного процесу визначають основні елементи процесу розробки та реалізації маркетингових комунікацій, а їх розвиток та трансформація відповідають змінам, що відбуваються в маркетинговій діяльності: ринок перетворюється в сукупність конкуруючих сіток компаній; основними цільовими споживачами стають не масовий покупець чи окремі сегменти, а конкретний індивід, що дає можливість говорити про впровадження нової концепції маркетингу – персонального або «one 2 one» маркетингу, при якій кожний покупець повинен розглядатися як окремий ринковий сегмент, який вимагає індивідуальної взаємодії, виявлення потреб та адаптації ринкової пропозиції до вимог окремого покупця.

Персоналізація попиту в значній мірі обумовлюється швидким розвитком інформаційних технологій. Можливості доступу до отримання інформації в будь-якій частині світу стирає певні відмінності в споживанні товарів. Покупець при виборі товарів стає більш «інтернаціональним», однак при цьому зберігаючи свої національні риси. Використання нових інформаційних технологій та отримання споживачем доступу до всієї необхідної інформації зробило споживача більш інформованим.

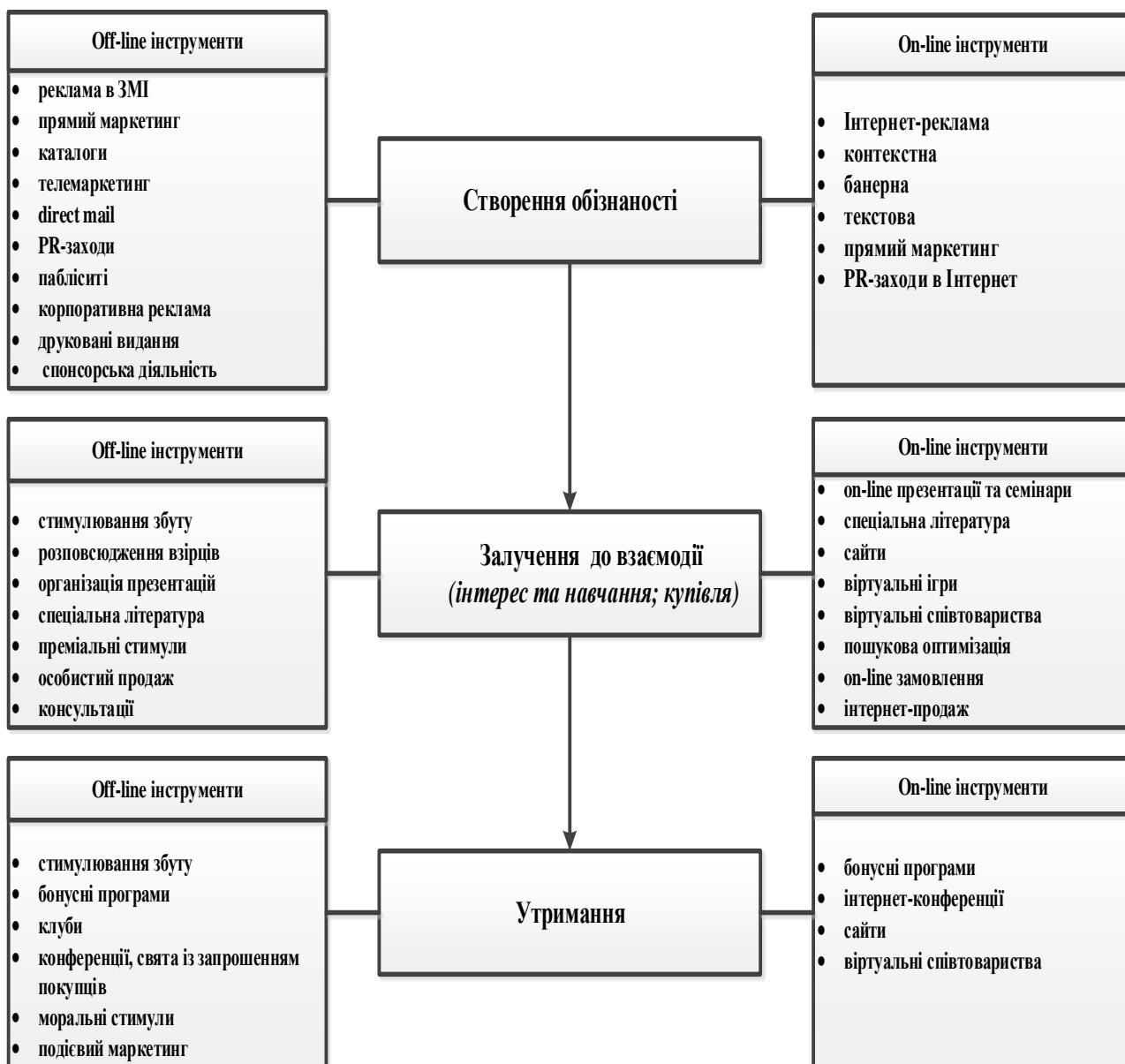


Рисунок 4 – Система інструментів маркетингових комунікацій моделі «єрархія залучення»

Глобалізаційно-інформаційні зміни вплинули також на вибір покупцем каналів отримання інформації та довіру до них. В процесі глобального опитування, що проводилось дослідницькою компанією The Nielsen Global, на предмет з'ясування довіри споживачів до реклами та основних джерел інформації, в процесі якого було опитано більше 30000 споживачів з 60 країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону, Європи, Латинської Америки, Близького Сходу, Африки та Північної Америки, які мали онлайн доступ, показало, що основне джерело, яке має найбільший рівень довіри серед різних за віком груп респондентів є рекомендації знайомих та друзів, відгуки споживачів онлайн та сайти брендів.

Глобальні інформаційні системи, побудовані на інтернет-технологіях, з однієї сторони стали важливим фактором росту глобального бізнесу, з іншої – глобальний бізнес є постійним каталізатором розвитку інформаційних систем, які визначають зміни в маркетингових комунікаціях. Розвиток Інтернет, його темпи (рис. 5), надають можливість бізнесу здійснювати глобальне просування та продаж значної кількості різноманітних товарів.

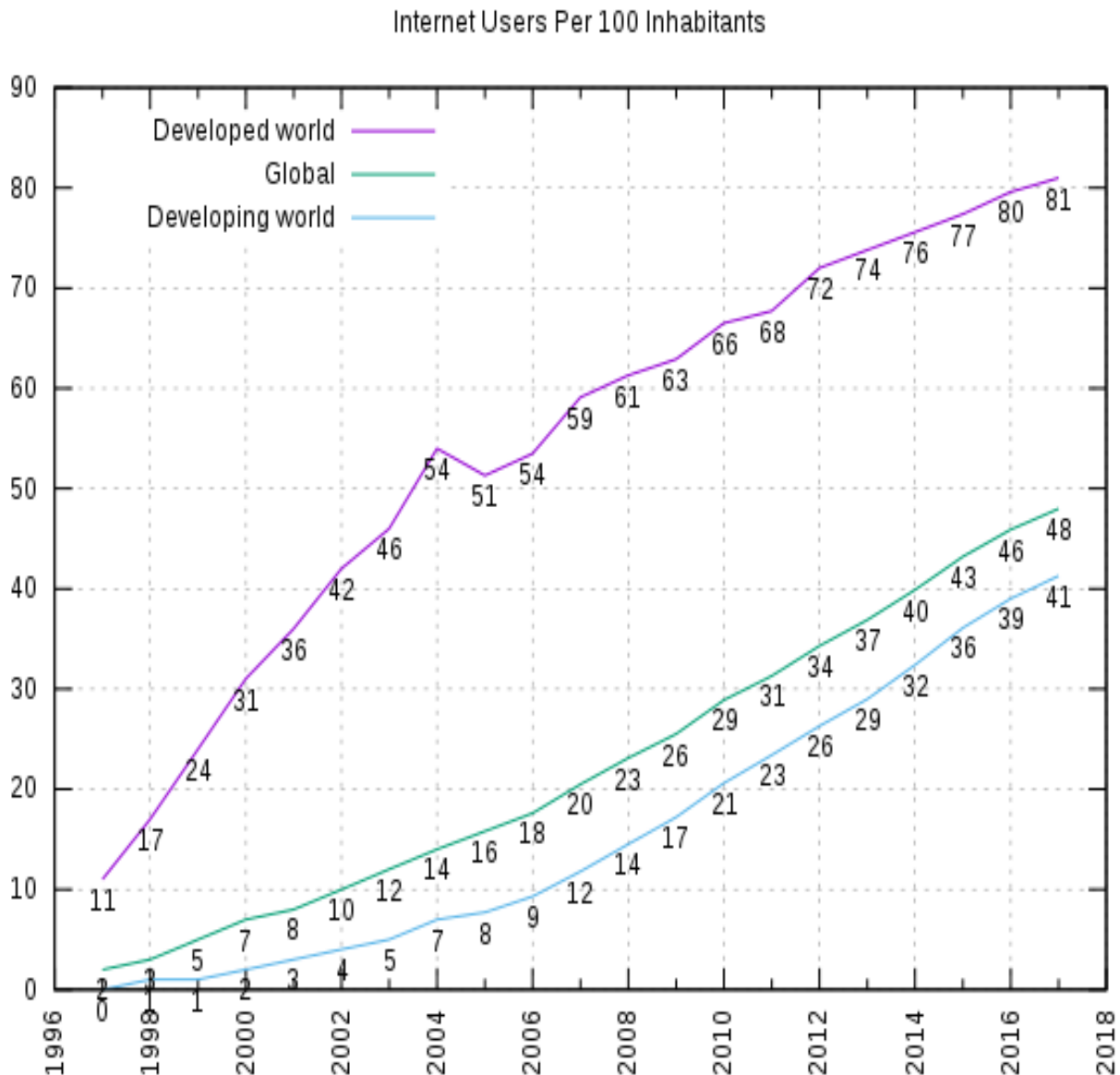


Рисунок 5 – Динаміка користувачів Інтернет на 100 осіб

Джерело: побудовано на основі [17]

Зазначене змінює конфігурацію конкурентних сил, призводить до диференціації бізнесу в різних галузях, пришвидшує процес розповсюдження нових технологій.

Завдяки розвитку інтернет-технологій компанії почали використовувати прогресивні методи продажу товарів, в тому числі й з використанням інтерактивних торговельних сайтів, онлайн площадок, соціальних мереж. Першопочатково соціальні мережі створювалися не як платформи для продажу, але з часом особисті контакти стали одним із чинників розвитку такої торгівлі, зважаючи на розширення аудиторії (рис. 6). Важливим при цьому є не лише пропозиція товару, а пошук однодумців, формування груп людей за інтересами. Тому особисті контакти у соціальних медіа є заміником реклами та логістики просування й збуту товару.

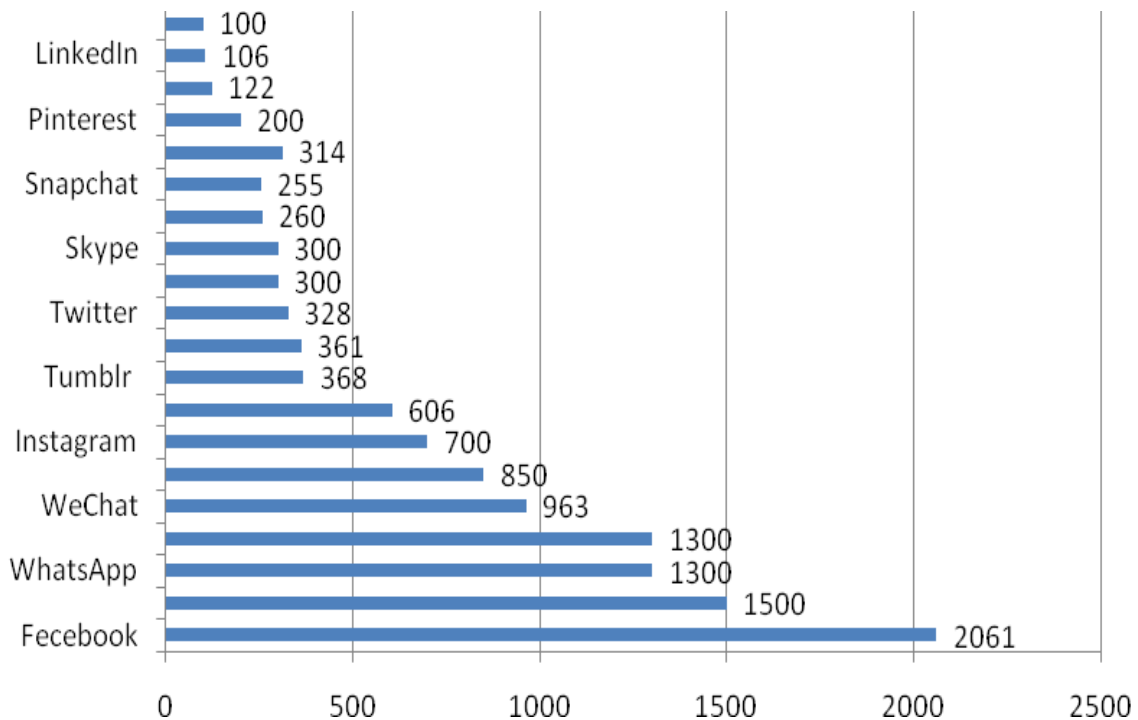


Рисунок 6 – Найбільш популярні соціальні мережі у світі за кількістю активних користувачів (млн осіб) (станом на вересень 2017 р.) [18]

Діяльність MLM-компаній – це бізнес взаємовідносин, саме тому він ідеально адаптований до політики соціальних мереж: можливість долучення друзів друзів, коментування подій та презентаційного матеріалу, вмонтовані механізми організації цікавих подій та зустрічей, відео-контент як один із сучасних способів комунікації (рис. 7), який відкриває багато можливостей для компаній тощо.

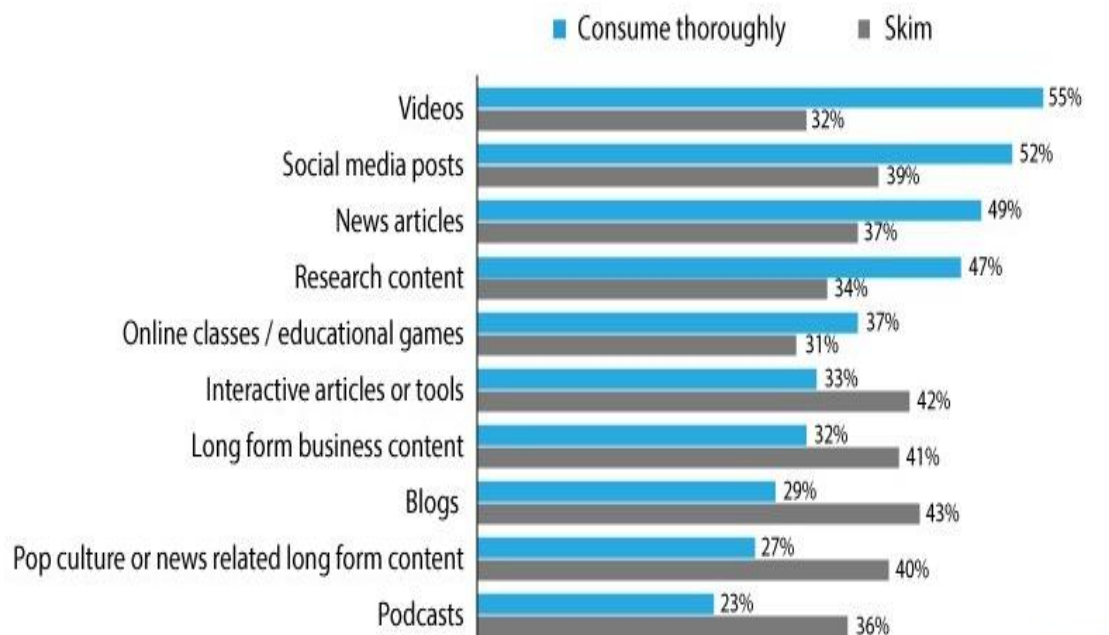


Рисунок 7 – Види контенту, які споживач: ретельно вивчає - блакитний, поверхнево – сірий (%) (відео, публікації в соціальних мережах, новини, дослідження, онлайн-курси і освітні ігри, інтерактивні статті, довгі форми контенту, блоги, новини, які пов’язані з довгими формами контенту, підкасти) [19]

У практиці MLM-компаній сучасним трендом часу, що об'єктивно викликаний процесами глобалізації, є розповсюдження інформаційного контенту, який має ознайомчий та просвітницький характер, тому контент-маркетинг стає новим інструментом компаній для залучення клієнтів.

MLM-компанії значну увагу у діяльності приділяють формуванню інтегрованих маркетингових комунікацій, впроваджуючи інноваційні прийоми у просуванні товарів; організують проведення маркетингових досліджень не лише стосовно ціноутворення, конкуренції, а й стосовно вивчення поведінки покупця, сприйняття покупцями тих чи інших способів передачі інформації. Моніторинг маркетингових комунікацій займає в дослідженнях в останні роки все більш важливе значення, про що свідчать дані авторитетного Marketing Science Institute [20]. Так в XXI столітті на перші місця вийшли дослідження з оцінки продуктивності маркетингу (повернення коштів в маркетинг, в інтегровані маркетингові комунікації) та маркетингові метрики, дослідження зі зростання включеності системи комунікацій в брендінг. Прийняття рішень щодо маркетингових комунікацій на базі якісно проведених маркетингових досліджень в більшій мірі дає можливість обрати оптимальну стратегію, більш прицільно працювати з цільовою аудиторією. MLM-компанії поширюють свою продукцію практично по всьому світу, тому дослідження в галузі комунікацій дають можливість їм знайти найкращий спосіб розповсюдження своїх повідомлень.

Таким чином, вплив глобалізаційних процесів в першу чергу проявляється в появі MLM-компаній різних організаційних форм, які змінюють інструменти та способи поширення комунікацій через їх диференціацію, впровадження новітніх технологій. Саме міжнародні компанії сприяли появі інтегрованих маркетингових комунікацій через необхідність забезпечення впізнаваності їх брендів в різних країнах світу, єдиного посилу до різних аудиторій. Основними факторами, що сприяють швидкій експансії мобільної реклами є швидке сприйняття смартфонів та планшетів, нові формати рекламних охоплень, спеціально адаптованих для мобільної реклами, а також поліпшення стандартизації форматів оголошень, вдосконалення вимірюваності реклами [21].

Інтернет дав можливість спростити моніторинг як маркетингової діяльності, так і комунікативної в інтернет-середовищі, особливо з виходом на віртуальний ринок служби Google Analytics. За допомогою зазначеного програмного продукту сьогодні у рекламодавців є можливість отримати необхідні дані про користувачів (кількість відвідувачів на сайті, місце і регіон приходу, час проведення на сайті і перегляду кожної сторінки); відповідність контенту, що дозволяє визначити, який контент залучає відвідувачів чи демонструє потенціал для крос-продажів, де і чому відвідувач перериває процес замовлення; інформацію про поведінку користувачів. Спеціально розроблені програми, такі, як Google Analytics, Google Trends, Yandex та інші, їхня інтеграція із системою аналізу та контролю в реальному середовищі змінюють можливості щодо досягнення більш ефективних результатів.

Особливості комунікативної політики компаній мережевого маркетингу в глобальному просторі обумовлені, в першу чергу, особливостями самої бізнес-моделі мережевого маркетингу, яка, на відміну від традиційних способів розповсюдження продукції через систему роздрібною та гуртовою торгівлі, базується на особистому продажі. Основним підходом до організації збуту в MLM-компаніях є підхід «особа-до-особи», який використовується при розповсюдженні продукції по всьому світу. Хоча деякі компанії, такі як Avon Products, Oriflame Cosmetics SA допускають можливість продажу своєї продукції в роздріб. Крім того, деякі країни, як наприклад, Китай, для врегулювання питань продажу продукції методом мережевого маркетингу та уникнення появи «пірамідальних» та інших шахрайських схем ввів на законодавчому рівні норму щодо обов'язкового продажу через магазини. Хоча ці магазини в більшій мірі працюють як демонстраційні зали, однак законодавче врегулювання сприяло швидкому поширенню MLM-компаній. Однак, більшістю компаній збут продукції через традиційні канали розподілу не використовується, так як вони закладають в якості основного принципу в організацію розповсюдження продукції відмінний принцип – принцип дуплікації або експоненціального росту, що базується на законі Ріда.

Кінець XX–початок XXI ст. характеризується активним розвитком компаній мережевого маркетингу. За даними Світової федерації асоціацій прямого продажу (WFDSA⁴), індустрія прямих продажів представлена в 125 країнах світу (рис. 8).

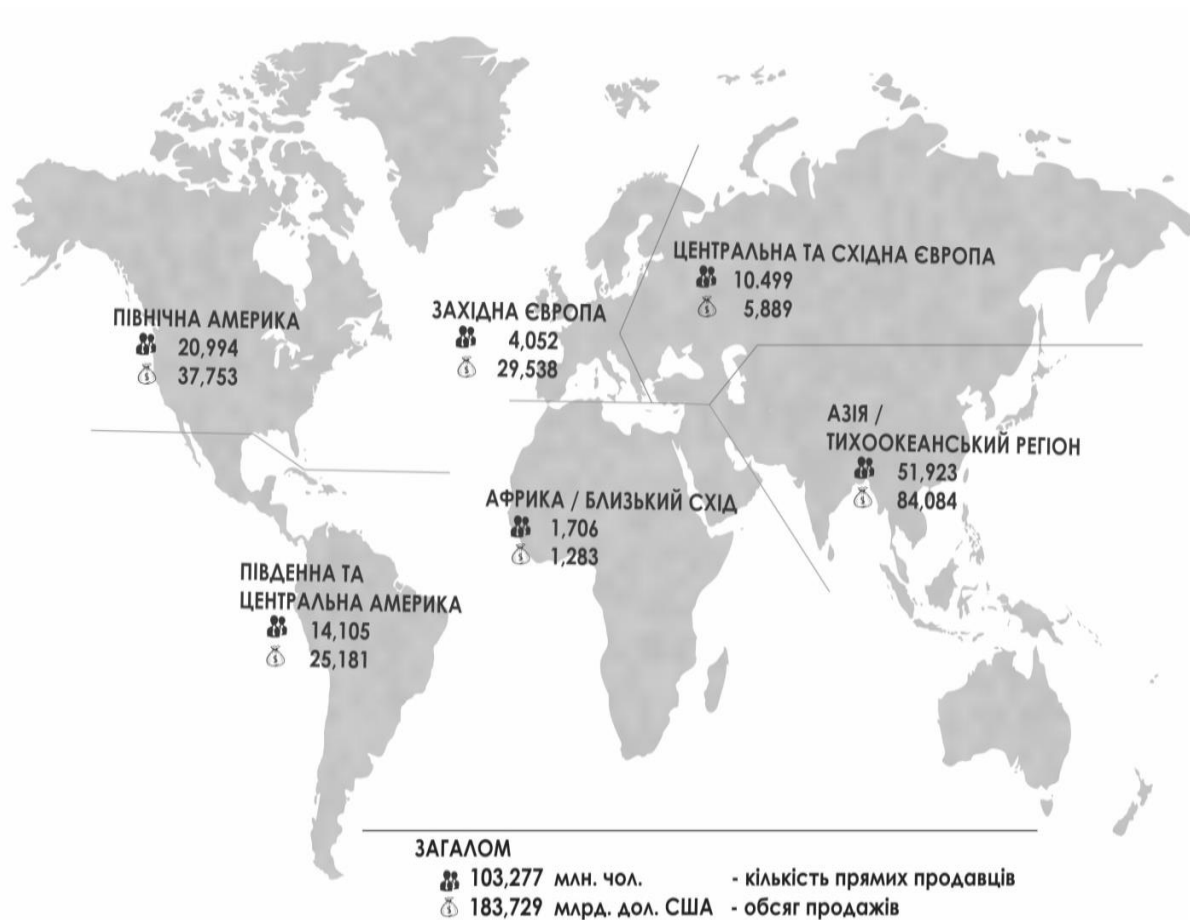


Рисунок 8 – Індустрія прямих продажів у світі (2015 р.)

Джерело: складено на основі [22]

Лідером серед країн залишаються США, компанії якої займають перші місця в рейтингу компаній прямого продажу (за обсягом продаж) (табл. 3), а рейтинг за даними Direct Selling News (DSN) очолює компанія Amway⁵. У першу п'ятірку увійшли також Avon (\$ 5,7 млрд), Herbalife (\$ 4,5 млрд), Vorwerk (\$ 4,2 млрд) та Mary Kay (\$ 3,5 млрд).

⁴ WFDSA – Світова федерація асоціацій прямого продажу є неурядовою, добровільною організацією, яка заснована у 1978 р. Об'єднує національні асоціації прямого продажу. Секретаріат федерації розташований у Вашингтоні. Світова федерація асоціацій прямого продажу складається з 57 національних асоціацій та однієї регіональної (Європейської асоціації прямого продажу).

⁵ Amway – компанія прямого продажу з оборотом \$8,8 млрд у 2016 р. У 1959 р. Amway була започаткована у м. Ейда, штат Мічиган, США. Засновники компанії Джей Ван Андел і Річ ДеВос обрали для неї назву як скорочення від «По-американськи» або «Американський шлях» (American Way). 1959 р. Amway представляє на ринку свій перший продукт – рідкий органічний очищувач (Liquid Organic Cleaner – L.O.C.) – один із перших у світі концентрованих мультифункціональних очищувачів, які розкладаються мікроорганізмами. Перший продукт і заклав підґрунтя філософії компанії, яка полягає у відповідальному ставленні до довкілля. Рік заснування першого представництва в Європі: 1973. Рік заснування представництва в Україні: 2003. На сьогодні компанія випускає більше 450 найменувань товарів. Найбільша частка продажу припадає на такі бренди Amway: вітаміни, мінерали і дієтичні добавки NUTRILITE™, засоби по догляду за шкірою і декоративна косметика ARTISTRY™, системи очищення води eSpring™ та енергетичні напої XS™. Уся продукція поширюється через незалежних підприємців Amway. Щорічний обсяг продажу компанії включає в себе доходи від бізнесу прямого продажу та інших пов'язаних видів діяльності. Кількість патентів: більш ніж 1200. Кількість зареєстрованих заявок на отримання патенту: понад 500. Кількість штатних вчених: 1000.

Таблиця 3

Характеристика найбільших глобальних компаній прямого продажу (2016 р.)

Компанія	Країна походження	Рік заснування	Річний товарооборот (млрд дол. США)
Amway	США	1959	8,80
Avon	США	1886	5,70
Herbalife	США	1980	4,50
Vorwerk	Германія	1883	4,20
Mary Kay	Германія	1963	3,50
Infinitus	Китай	1992	3,41
Perfect	Китай	1994	3,06
Quanjian	Китай	...	2,89
Natura	Бразилія	1969	2,26
Tupperware	США	1946	2,21

Джерело: складено на основі [23].

Індустрія прямого продажу, як правило, отримує вигоду від особистих контактів через демонстрацію та продаж товарів. Можливості в індустрії розширилися більш ніж у два рази за останні 14 років (2001–2015), середнє зростання обсягів продажу за 2012–2015 рр. становить 7,2%, число прямих продавців збільшилося до 103,3 млн чол. у 2015 р. з 43,8 млн чол. у 2001 р. (табл. 4) [24].

Таблиця 4

Обсяги продажу продукції та чисельність дистриб'юторів компаній прямого продажу за регіонами світу в 2012–2015 рр.

Регіон	Обсяги продажу та їх частка (млрд дол. США)				К-сть дистриб'юторів та їх приріст (рік до року) (млн осіб)			
	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
Азія / Океанія	62,179	69,822	75,696	84,084	46,834	50,436	49,708	51,923
	41,66%	43,45%	44,36%	45,77%	+10,58%	+7,69%	-1,44%	+4,46%
Північна Америка	33,367	34,296	36,054	37,753	16,613	17,589	18,980	20,994
	22,35%	21,34%	21,13%	20,55%	+1,88%	+5,88%	+7,91%	+10,61%
Південна та Центральна Америка	21,330	23,152	24,112	25,181	12,755	13,804	14,121	14,105
	14,29%	14,41%	14,13%	13,71%	+7,00%	+8,22%	+2,30%	-0,12%
Європа	31,218	32,232	33,531	35,427	12,880	13,735	14,502	14,550
	20,91%	20,06%	19,65%	19,28%	+1,18%	+6,64%	+5,59%	+0,33%
Африка / Близький Схід	1,169	1,187	1,230	1,283	1,439	1,535	1,628	1,706
	0,78%	0,74%	0,72%	0,70%	-12,77%	+6,65%	+6,08%	+4,75%
Всього	149,263	160,689	170,624	183,729	90,521	97,099	98,939	103,277
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	+6,54%	+7,27%	+1,90%	+4,38%

Джерело: складено на основі [25]

Найбільшими ринками, де продукція збувається методом мережевого маркетингу є Азійсько-Тихоокеанський (Азія / Океанія) регіон та Північна, Південна та Центральна Америка, які загалом є і найбільшими регіонами за чисельністю населення. На Азійсько-Тихоокеанський регіон припадає трохи менше половини загального обсягу продажу – близько 46%. Найбільш важливими та такими, що швидко розвиваються, є ринки Японії, Китаю, Південної Кореї, Малайзії, Тайваню та Таїланду, Австралії, Філіппін, Індонезії та Індії. За даними WFDSA, Японія, Китай та Південна Корея забезпечують третину всього продажу в глобальному просторі.

Другим за величиною ринком є ринок Північної, Південної та Центральної Америки, які зберігають стабільні темпи росту та складають третину світового ринку, де чисельність зайнятих в даній сфері становить 35 млн осіб. В США та Канаді до діяльності MLM-компаній залучено 16,6 млн осіб.

Обсяги продаж індустрії прямого продажу у Південній та Центральній Америці становили 25,181 млрд дол. в 2015 р., в Північній Америці – 37,753 млрд дол. Найбільшим ринком збуту в зазначеному регіоні є ринок Бразилії, яка займає 45% ринку збуту Південної та Центральної Америки. Наступні позиції займають Мексика, Колумбія, Венесуела, Аргентина та Перу.

На Європу припадає близько 20% світового продажу. Позитивною тенденцією є стабільний розвиток даного ринку. До галузі прямих продажів в Європі залучено 14,5 млн осіб. Франція, Німеччина, Італія, Великобританія та Ірландія є найбільшими ринками в Західній Європі за обсягами продажів. Стабільній роботі зазначеного типу організацій в Західній Європі сприяло запровадження відповідних правових норм, що регулюють відносини в системі мережевого маркетингу (від жорсткої регламентації на рівні принципів моментів маркетинг-плану, як це відбувається у Франції та Італії, до загальних розпорядчих норм, які існують у Великобританії).

З 2011 р. з'явився ще один важливий регіон, який має великий нерозвинений потенціал для діяльності глобальних компаній прямого продажу – африканський. На сьогодні цей регіон забезпечує близько 1% світового товарообігу.

Серед країн, на які припадає найбільший збут продукції через систему прямих продажів, виділяють США та Китай. Частка США в світовому обсязі прямого продажу збільшилась в середньому на 5% за період з 2012 р. до 2015 р. (з 28,6 млрд дол. США до 31,6 млрд), у 2016 р. – 35,54 млрд дол. США. В галузі працює близько 1500 компаній, включаючи таких світових лідерів як Amway, Avon Products, Tupperware та Mary Kay Inc. До сфери прямого продажу в США залучено 20,5 млн осіб (рис. 9) (5,3 млн осіб є підприємцями, з них 4,5 млн – працюють неповний робочий день, 800 тис. – повний робочий день, 15,2 млн осіб отримують знижку на товари та послуги) [26].

За період 2012–2015 рр. ринок прямого продажу Китаю зріс на 22%. Поряд з такими гігантами, що діють на ринку, як Amway, Mary Kay, з'явилися національні гравці, які забезпечують збут продукції не лише в рамках національного ринку, а й стали глобальними компаніями, що розповсюджують продукти та послуги по всьому світу.

Висновки та наукова новизна. Успішна діяльність компанії на ринку залежить від значної кількості факторів, пов'язаних як із зовнішнім середовищем – загальний стан економіки, купівельна спроможність населення, культурні особливості, правове забезпечення, ставлення до самозайнятості тощо, так і з ефективною маркетинговою діяльністю, вмінням вибору відповідної стратегії, координацією елементів комплексу маркетингу, зокрема маркетингової комунікативної політики.

Наведені тенденції розвитку мережевого бізнесу у світі аргументують його потенційну роль у вирішенні питань розвитку світової економіки та існування неосвоєних ринків, адже у багатьох країнах внутрішнє середовище агресивне у сприйнятті такого методу просування товарів до споживачів через недостатню інформованість або хибне ототожнення мережевих організацій із структурами на зразок «фінансових пірамід». Дж. Каленч, один з фахівців мережевого маркетингу, зазначав з цього приводу: «Люди плутають фінансові піраміди та схеми Понці із законним багаторівневим маркетингом. MLM продають

продукцію звичайним споживачам, не жадаючи від останніх додаткової оплати або участі в MLM. MLM може платити комісійні довгому ланцюжку дистриб'юторів, але комісійні нараховуються за реальний продаж, а не за нових учасників схеми» [13, с. 41].

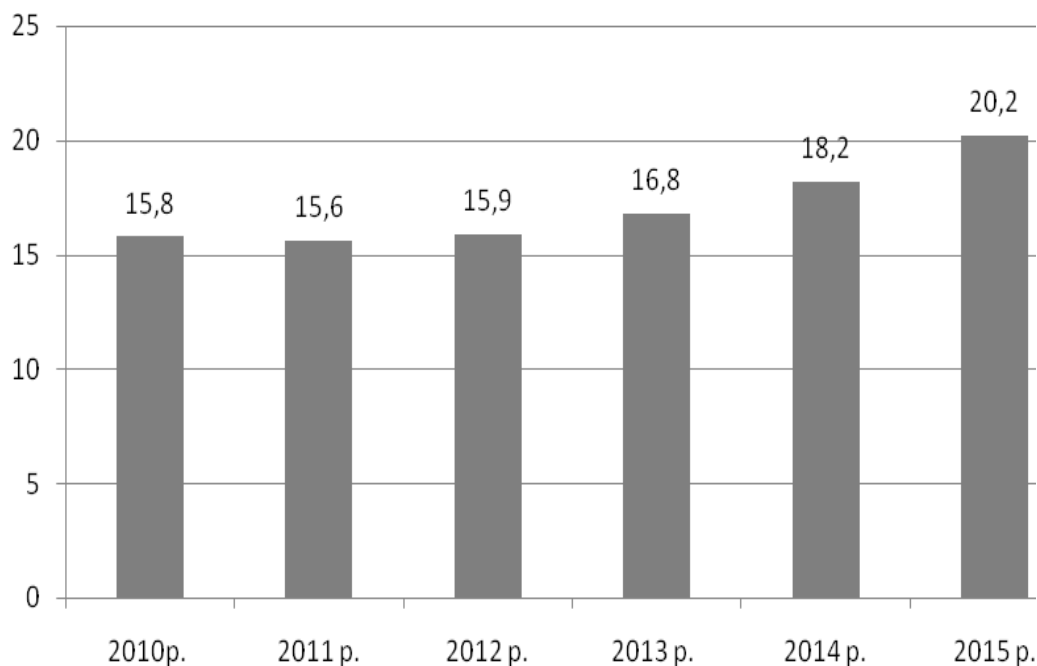


Рисунок 9 – Динаміка чисельності осіб, залучених до сфери прямих продажів в США, млн осіб [26]

Виділяють наступні ознаки відмінностей мережевих організацій від фінансових пірамід: незначні початкові інвестиції, дохід залежать від обсягів товарообігу (а не від залучених осіб), дистриб'ютор придбає продукцію в потрібній йому кількості та сам визначає частоту й вартість покупок, компанії прямого продажу реалізують товари і послуги, вартість яких відповідає їх якості і позиціонуванню на ринку, дистриб'ютор купує продукцію безпосередньо у компанії, можна повернути продукцію і отримати компенсацію її вартості, новим учасникам бізнесу дається можливість прийняти обдумане рішення, законні компанії, наприклад, мають офіційне представництво в країні, державну реєстрацію та сертифіковану продукцію, соціально відповідальні компанії мають власний етичний кодекс і правила ведення бізнесу, членство в галузевих організаціях та різних асоціаціях⁶ [26].

Формування корпоративної соціальної відповідальності стало пріоритетом у діяльності більшості глобальних MLM-компаній, що є складовою їхньої привабливості для споживача, відповідно, і орієнтиром соціальної поведінки для інших бізнес-структур.

Активність міжнародних компаній у соціальній сфері має позитивний вплив на вирішення проблем сталого розвитку, адже в економічно розвинених країнах вона стала важливим доповненням до виконання цілей сталого розвитку, зосередивши увагу на потребах та інтересах людини. Так, участь компаній у реалізації принципів корпоративної соціальної відповідності передбачає – підтримку соціальних проектів, ініційованих державою або громадським сектором, створення нових робочих місць, належні умови праці та неповна зайнятість, підвищення рівня кваліфікації через систему навчання, екологізація діяльності, виробництво безпечної для здоров'я продукції та ін.

⁶ WFDSA: Всесвітня федерація асоціацій прямих продажів; Seldia: Європейська асоціація з прямого продажу; FEDMA: Європейська федерація прямого маркетингу; EBA: Європейська Бізнес Асоціація; ERNA: Європейський альянс зі стандартів харчування; УАПП: Українська асоціація прямого продажу та ін.

У світовій практиці, починаючи з 50-х рр. ХХ ст., активно розробляються та впроваджуються різноманітні концепції соціальної відповідальності, окремі з них трансформувалися в успішно реалізовану на практиці концепцію соціального підприємництва. За тривалий період часу інститут корпоративної соціальної відповідальності еволюціонував від найпростіших форм до системної та організованої складової стратегії розвитку корпорацій, створення окремих структур в межах компаній, відповідальних за соціальний напрям. Запропонована та згодом модифікована модель А. Керролла відображає багаторівневність корпоративної соціальної відповідальності та відповідність очікуванням, які на неї покладаються, а щодо міжнародних компаній, то формується так звана глобальна піраміда корпоративної соціальної відповідальності [27].

Корпоративна соціальна відповідальність – це не лише проекти благодійництва та допомоги, хоча саме з цього розпочиналося її становлення на перших етапах. Це реальні можливості поєднання економічної, екологічної та соціальної складових з акцентом на потребах людини, коли діяльність компанії виходить за межі виключно корпоративних цілей розвитку⁷.

Пріоритетом у розвитку корпоративної соціальної відповідальності вважаємо дотримання принципу партнерства між державою, бізнесом та суспільством для вирішення цілей сталого розвитку та завдань соціально-економічного розвитку країн, розширення меж соціальної політики та орієнтація на довгострокові проекти. Водночас, концепція корпоративної соціальної відповідальності у більшості MLM-компаній трансформувалася у філософію, де основою є соціальна культура та етична поведінка, стратегічний менеджмент та правова відповідальність, спрямовані на швидке реагування на суспільні виклики, створення сприятливого соціального середовища, запровадження превентивних заходів вирішення соціальних проблем, виконання компаніями взятих соціальних та екологічних зобов'язань.

Розповсюдження індустрії прямих продаж є свідченням розширення мережевої організації бізнесу в глобальному економічному просторі, і навіть в період кризових 2008–2009 рр., коли в світі спостерігався спад виробництва та збуту продукції, ця сфера показувала, хоча і незначні, але темпи зростання. Основними трендами впливу глобалізації на процес формування комунікацій компаній мережевого маркетингу залишаються: зростаюча увага до досліджень в сфері комунікацій; перехід до концепції інтегрованих маркетингових комунікацій; поява нових інструментів та розширення можливостей існуючих; підвищення якості та цільової спрямованості; перехід до індивідуалізації в комунікаціях зі споживачами.

Таким чином, процеси інформатизації, що набувають швидких темпів поширення в глобальному економічному просторі, стимулюють прискорений розвиток нових організаційних форм бізнесу, а саме, мережевих організацій, які, завдяки своїм характеристикам, гнучко та адаптивно пристосовуються до змін під впливом глобальних трансформацій.

⁷ Наприклад, компанія *Atway* корпоративну соціальну відповідальність вважає невід'ємною складовою бізнес-стратегії. Компанією, починаючи з 2003 р., передано благодійну допомогу у розмірі 280 млн доларів США, надана допомога 13,2 млн людей, присвячено волонтерській роботі 4,1 млн годин. В Україні у 2016 р.: 459400 грн було перераховано на благодійність, 77397 грн становили благодійні внески у вигляді продукції та послуг, 7137 годин волонтери компанії присвятили соціальним проектам, 11628 дітей було охоплено в рамках соціальних проектів компанії в Україні. Це і заходи та освітні проекти з просування активного способу життя, вирішення соціальних проблем, пов'язаних з дітьми, а також навчання підприємництва і фінансової грамотності. Щодо екологічної відповідальності, то основні досягнення компанії наступні: нагорода ООН за досягнення за Програмою охорони навколишнього середовища (1989), сертифікат Ради з охорони дикої фауни і флори та природного середовища існування, сертифікація за стандартами ISO 14001 виробництва компанії *Atway* у м. Ейда, США, і Гуанчжоу, Китай; 43 продукти для догляду за домом сертифіковані Агентством з охорони навколишнього середовища США і мають маркування *Design for the environment (DFE)*; бренд *eSpring* відзначений нагородою від *Frost & Sullivan* за кращу систему очищення води в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (2016).

Список використаних джерел

1. Homans G. K. *Social Behavior Its Elementary Forms*. N. Y., 1961.
2. Homans George C. *Social Behaviour as Exchange* / George C. Homans // *American Journal of Sociology*, 1958. – Vol. 63. – № 6. – P. 597–606.
3. Култыгин В. П. *Современные зарубежные социологические концепции: Учебник* / Под ред. Т. Н. Юдиной. – М. : Изд-во МГСУ «Союз», 2000. – 158 с.
4. Cook K. S. *The Distribution of Power in Exchange Networks: Theory and Experimental Results* / K. S. Cook, R. M. Emerson, M. R. Gillmore, T. Yamagishi // *American Journal of Sociology*, 1983. – Vol. 89. – № 2. – P. 275–305.
5. Гавра Д. П. *Основы теории коммуникации. Ч. I* / Д. П. Гавра. – СПб. : Роза мира, 2005. – 173 с.
6. Кастельс М. *Становление общества сетевых структур* / М. Кастельс // *Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология* / под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Academia, 1999. – С. 494–505.
7. Катенев В. И. *Сетевой подход к организации взаимодействия предпринимательских структур* / В. И. Катенев – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2007. – 217 с.
8. Шведюк О. *Визначення мережевої структури як сучасної форми координації економічної діяльності* / О. Шведюк // *Актуальні проблеми економіки*. – 2010. – № 5 (107). С.22–29.
9. Miles R. E. *Causes of failure in network organizations* / R. E. Miles, C. C. Snow // *California Management Review*. – 1992. – Vol. 34 (4). – P. 53–72.
10. Prahalad C. *Co-opting Customer Competence* / C. Prahalad, V. Ramaswamy // *Harvard Business Review*, 2000. – January-February. – P. 79–90.
11. Амблер Т. *Практический маркетинг* / Т. Амблер, [пер. с англ. под общей ред. Ю. Н. Каптуревского]. – СПб. : Изд-во «Питер», 1999. – 299 с.
12. Барбер Д. *Сетевой маркетинг: Руководство для начинающих* / Д. Барбер. – М.: Фаир-Пресс, 2001. – 192 с.
13. Каленч Дж. *Величайшая возможность в истории человечества* / Джон Каленч. – СПб. : Изд-во «Питер», 2000. – 48 с.
14. *Правовые вопросы MLM. Пирамидальность. Американский опыт* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mlm.marksmen.ru/www.duma.gov.ru/infocom/mlm/part_1/ruq_usa.htm.
15. Цихан Т. *О модели сетевого маркетинга и деятельности MLM компаний* / Т. Цихан // *Теория и практика управления*, 2004. – № 8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.k-istine.ru/mlm/mlm_csihan.html.
16. *Многоуровневая система маркетинга: концепция и история становления* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mirznanii.com/a/138429/mnogourovnevyy-marketing>.
17. *ICT Facts and Figures* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>.
18. *Internet. Social Media & User-Generated Content* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users>.
19. HubSpot. *The Future of Content Marketing: How People Are Changing the Way They Read, Interact, and Engage With Content* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://research.hubspot.com/reports/the-future-of-content-marketing>.
20. *Research Priorities 2006–2012* // Marketing Science Institute, Cambridge, MA, 2013.
21. ZenithOptimedia: *Прогноз развития глобального и российского рекламных рынков в 2012–2015 году* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/media-advertising-marketing/2009/07/07/2091>.
22. *Офіційний сайт Всесвітньої федерації асоціацій прямого продажу* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wfdsa.org>.

23. 2017 DSN Global 100 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://directsellingnews.com/index.php/view/dsn_announces_the_2017_global_100#.Weh_c8YaTcc.
24. Global Direct Selling – 2014 Retail [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.valentinmurashko.com/wp-content/uploads/2015/09/annual-report-2015.pdf>.
25. Direct Selling in 2016: An Overview [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.dsa.org/docs/.../dsa_2016gandofactsheet.pdf.
26. 10 відмінностей компаній прямого продажу від пірамід [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.amway.ua>.
27. Carroll Archie B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders / A. B. Carroll // Business Horizons, 1991.– Vol. 34(4). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/4883660_The_Pyramid_of_Corporate_Social_Responsibility_Toward_the_Moral_Management_of_Organizational_Stakeholders.

д-р екон. наук, професор **Євсєєва О. О.**
Український державний університет залізничного транспорту

СТАЛЕ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Вступ. Довгострокова стратегія соціально-економічного розвитку України передбачає європейський вектор модернізації її економіки. Це припускає рішення ряду ключових завдань, пріоритетними з яких є – завдання сталого економічного зростання на основі процесу модернізації економіки регіонів, а так само зміна вектора економічного розвитку країни на інноваційний шлях. Рішення даних завдань дозволить забезпечити стале зростання якості і рівня життя населення регіонів України. Ефективне рішення цих завдань можливе тільки за допомогою урахування комплексу зовнішніх і внутрішніх факторів і умов, що роблять вплив на економіку регіону. Дана обставина зумовлює можливість і необхідність проведення всебічного аналізу потенціалу регіонів України, виявлення сприятливих передумов сталого економічного зростання, а так само визначення наявних обмежень у їх ефективному соціально-економічному розвитку.

Поняття економічної сталості досить недавно стало використовуватися в сучасній економічній термінології, але, незважаючи на це проблема забезпечення сталого економічного та соціального розвитку регіону сьогодні у кризових умовах є однією з пріоритетних. Спочатку поняття сталості в економіці використовувалося як критерій, що характеризує здатність справної роботи об'єкта в запланованому часовому інтервалі, при заданих умовах, однак в останні роки питання сталого економічного розвитку регіону як соціально-економічної системи стали розроблятися досить інтенсивно як за кордоном, так і в Україні, чому сприяли більшою мірою процеси глобалізації та регіоналізації світової економіки.

В умовах сучасної української економіки одним з найважливіших напрямів державної політики щодо підвищення як національної, так і регіональної соціально-економічної ефективності стала проблема підвищення інвестиційної привабливості регіонів. В умовах нестабільної ринкової економіки і політичної ситуації рівень інвестиційної привабливості багато в чому визначає не тільки можливість регіону функціонувати і розвиватися, але і його конкурентоспроможність. Сьогодні залучення інвестицій стає для регіону одним із найважливіших, здебільшого – питанням виживання реального сектора економіки України.

Таким чином, необхідність переосмислення вітчизняного досвіду підвищення сталості регіональних економічних систем, а також вибору найбільш ефективних напрямів підвищення їх інвестиційної привабливості; збільшення масштабів загроз економічної безпеки країни внаслідок зниження сталості, як регіонів України, так і великих регіональних організацій; недостатня обґрунтованість заходів регіонального впливу на економічну сталість великих компаній в

умовах підвищення макроекономічної нестабільності – всі ці обставини визначили актуальність нашого дослідження, його методологію, і змістовну структуру.

Незважаючи на те, що проблемам забезпечення сталого розвитку регіональних економічних систем, а також питанням підвищення їх інвестиційної привабливості в даний час приділяється значна увага, ряд теоретичних і методичних аспектів вищевказаних проблем залишаються невивченими, що стало підставою для вибору напрямку, визначення мети і завдань дослідження.

Результати дослідження. Соціально-економічні реформи, що відбуваються в нових умовах суспільного прогресу, зумовлюють необхідність критичного підходу до стереотипів, що лежать в основі загальнотеоретичних постулатів, і заново осмислити як закономірності суспільного відтворення, що відображають зв'язки і залежності між різними ланками національної економіки, так і фактори, механізми розвитку регіонів [1, с. 15]. В даний час в теоретичному аспекті прийнято розмежовувати кілька рівнів економічної діяльності:

- мегарівень – глобальна, загальнопланетарна, міждержавна економіка (економіка світогосподарських зв'язків);
- макрорівень – національна економіка (економіка будь-якої країни (держави));
- мезорівень – регіональна економіка, а також (за деякими судженнями) економіка міжрегіональних корпорацій (останнє представляється досить спірним);
- мікрорівень – економіка муніципальних утворень і економіка організацій (підприємств, фірм, компаній, установ, що також видається не зовсім коректним);
- мінірівень – економіка структурних підрозділів організацій;
- нанорівень – економіка фізичних осіб – персоналу, власників, менеджерів, акціонерів організацій різних форм власності.

Сьогодні як мезорівень, так і мікрорівень потребують градації на відповідні підрівні (підсистеми), які будуть відповідати змісту і характеру економічної діяльності.

Розглядаючи теоретико-методологічні аспекти формування надійної соціально-економічної системи, важливо визначитися з понятійним апаратом, і в першу чергу з основними поняттями системного підходу, а також більш детально зупинитися на аналізі такої економічної категорії як «регіон».

Системний підхід – методологічний апарат вивчення об'єктів у вигляді систем. Нам видається, що система – взаємопов'язана сукупність компонентів, які необхідні для досягнення обраної мети.

Системний підхід сьогодні є основним чинником підвищення якості управлінських рішень. В основі системного підходу лежить системний аналіз, який допомагає максимально точно сформулювати завдання, підібрати метод, який найбільшою мірою відповідає суті поставленого завдання. Системний аналіз – це, насамперед, основа, яка дозволяє об'єднати всі необхідні наукові знання, методи і дії для вирішення складної проблеми.

До найбільш важливих властивостей системи можна віднести:

1. Первинність цілого (системи). Основним постулатом теорії систем є припущення, що системи функціонують як єдине ціле, і їх можна ділити на складові компоненти. Між тим не компоненти утворюють ціле, а навпаки, ціле при своєму поділі народжує компоненти системи.

2. Неаддитивність. Характеризується принциповою несводимістю властивостей системи до сумарної складової її компонентів та неможливістю виведення властивостей системи з властивостей компонентів. Основні компоненти системи є взаємопов'язаними і взаємозалежними таким чином, що сума не дорівнює сумі і навпаки.

3. Розмірність. Відображає кількість компонентів системи і зв'язків між ними. Грунтуючись на кількісний фактор системи, можуть підрозділятися на малі, середні та складні.

4. Жорсткість. Жорсткість системи визначається кількістю і наявністю жорстких зв'язків, і чим менше число цих зв'язків, тим більш гнучкою буде вважатися система, що дозволяє їй перенастроюватися на нові встановлені завдання. На сьогодні однією з умов швидкого пристосування системи до вимог ринку є її мобільність.

5. Множинність (різна глибина опису). Складність системи не дозволяє побачити всі її параметри і властивості. Отже, проводячи аналіз, доцільно обмежитися певним рівнем ієрархії структури системи. Немає сенсу намагатися вивчити всі властивості системи необхідно визначити оптимальні межі дослідження системи.

6. Надійність. Основні властивості надійності – безвідмовність, довговічність, ремонтпридатність і збереженість протягом запланованого тимчасового інтервалу.

7. Синергичність. Результативність функціонування системи не дорівнює сумі результатів функціонування її підсистем. При позитивній взаємодії підсистем формується позитивний ефект синергії – ефект взаємодії, що є одним з пріоритетних для менеджменту компаній. В залежності від ситуації потенціал системи буде або перевершувати суму потенціалів вхідних у неї ресурсів, або буде істотно меншим. Для отримання позитивного ефекту необхідно забезпечити високий рівень організованості системи.

8. Складність структури характеризується різними компонентами та наявністю зв'язків між ними, певною складністю поведінки системи, кількісними параметрами моделі управління, обсягом і якістю інформації, необхідної для управління і т. д.

На даній властивості системи ми зупинимося окремо і проаналізуємо її більш детально, так як це має важливе значення для подальшого нашого дослідження. Однією з найскладніших задач, яка виникає при визначенні економічної системи з позицій стратегічного управління, є проблема виділення складових елементів (підсистем).

Звичайно, неправильно вважати елементами мікроекономічної системи тільки виробничі фонди і персонал, чи буде нам достатньо мати інформацію про склад набору технологічного обладнання, для того щоб виробити цілі розвитку підприємства на короткострокову перспективу і найкращу стратегію для досягнення цих цілей? Очевидно, можна дати однозначну негативну відповідь на це питання, оскільки проблематично цілком оцінити здатність швидкої адаптації компанії до зовнішніх і внутрішніх змін.

Регіон як економічна система – компонент цілісної соціальної і економічної системи, який складається з взаємозалежних територій, що є багатоконпонентними економічними системами. Причому кожна реалізує свої функції в системі більш високого територіального рівня. Отже, регіональна економіка як мезорівень економіки являє собою самостійний сегмент, в процесі розвитку якого виникають відносини між центром і регіонами з приводу виробництва, розподілу, обміну і споживання кінцевого продукту виробничої діяльності.

Структурний і об'єктний зміст будь-якого регіону – це взаємоув'язаний територіальний комплекс, який складається з різних підсистем, що характеризуються соціальним, виробничим, господарським, природно-ресурсним, адміністративним та іншими різновидами потенціалу країни.

Із-за складності регіону залежність між її підсистемами описується нелінійними процесами. На нашу думку, вивчення суспільного життя в регіоні можливо тільки на основі структуризації, тобто виділення підсистем, спільне функціонування яких визначає динаміку розвитку регіону.

Регіон на мезорівні може розглядатися як економічна система з притаманними йому зв'язками і різними підсистемами. Проблема виокремлення складових підсистем, швидше за все, обумовлена метою, з якою аналізується представлена регіональна система.

Різноманіття характерних рис, властивостей і особливостей, природно, ускладнює повноцінне відображення структури регіону в якійсь певній мірі цілісності, внутрішньої єдності, одному визначенні. Однак узагальнення наявних думок дозволяє зробити висновок про те, що в них не згадується така важлива системна складова, як «наявність і стан наявного потенціалу», під яким розуміється сировинний, виробничий, енергетичний, фінансовий, інвестиційний, кадровий, науковий, інтелектуальний, організаційно-управлінський та інші види сукупного потенціалу регіону, які часто залежать як від природно-географічних, історичних, демографічних умов, так і від сформованої спеціалізації конкретного регіону у суспільному поділі праці та виробництва, від структури економіки.

Регіон необхідно розглядати як систему, якій властивий ряд можливостей, спрямованих на вирішення завдань не тільки соціально-економічного розвитку, але і ряд інших, які сприяють підвищенню безпеки і конкурентоспроможності регіональної системи. Таким чином, на основі вищевикладеного нами пропонується наступне визначення досліджуваної категорії: Регіон – це, по-перше, територіально - адміністративна та соціально-економічна підсистема національного господарства України, по-друге, складна і комплексна система, що складається з ряду підсистем, які характеризуються певними синергетичними можливостями (потенціалом), покликані забезпечувати сталий, безпечний і конкурентоспроможний розвиток території, а також підвищення якості життя населення в умовах федералізму та глобалізації.

Підводячи підсумок вищесказаному, можна сказати, що при вирішенні проблеми визначення ролі регіону в національній економіці України, системний підхід дозволяє:

1) розглядати регіон як підсистему єдиного цілого, в ролі якого виступає держава. Держава є єдине ціле, утворене регіонами, входять до його складу. Не можна розглядати результати діяльності держави окремо від результатів його складових регіонів, і навпаки. Кожен регіон привносить у загальний результат внесок відповідно до своєї ролі в національній економіці;

2) встановлювати структуру, склад системи, межі, входних в неї елементів, визначати їх призначення. Дане питання є одним з найбільш складних, так як саме за допомогою вирішення цієї задачі визначається об'єкт дослідження;

3) враховувати існуючі взаємозв'язки і взаємодії між частинами. Регіони України пов'язані між собою правовими, економічними, політичними і соціальними відносинами. Відносини між регіонами всередині України можна підрозділити на регульовані центром і ті, що виникають за ініціативою регіонів. Частина відносин виникає на підставі обов'язків регіонів, що випливають із законодавства України. До них можна віднести питання фіскальної політики та забезпечення безпеки держави, загальнонаціональних програм. Інша частина відносин виникає в процесі економічної і господарської діяльності господарюючих суб'єктів, які функціонують на території регіону;

4) брати до уваги зовнішні умови функціонування системи, визначати ступінь впливу зовнішнього середовища;

5) виділити визначальні фактори, від яких залежить дія системи та її результативність.

Переважає в сучасній економічній літературі фетишизація рівноваги як природного стану економічних систем, призвела до формування такої парадигми наукового знання, яка задовільно пояснювала тільки деякі параметри стаціонарних і лінійних ділянок економічного розвитку. Між тим реальний економічний розвиток має не тільки стаціонарні і лінійні ділянки розвитку, але і економічні цикли, кризи, депресії, які не можуть бути описані лінійними моделями.

Концепція рівноваги в економічних системах вимагає ухвалення такої кількості обмежень, яка робить економічну рівновагу тільки концептуальним уявленням, придатним для використання в обмежених часових і просторових масштабах.

Концепція рівноваги вимагає від розглянутої системи не тільки лінійності, але і закритості, сталості, еквівалентності при операціях обміну; прискорень, що надаються економічним процесам наукою і наукомісткими технологіями, які складають суть нашої епохи.

У другій половині ХХ століття виникли уявлення і моделі, придатні для відкритих систем, що функціонують і розвиваються в умовах нелінійності, несталості і сильних відхилень від рівноваги. Це дозволяє поставити питання про формування нової наукової парадигми для економічних систем в максимальному часовому і просторовому масштабі, враховує досягнення природничих і суспільних наук і насамперед положення синергетики і самоорганізації у відкритих, нерівноважних, нелінійних, несталих системах. Синергетика – розділ науки, що вивчає загальні закономірності процесів самоорганізації в системах різної природи. Запропонована Г. Хакеном назва «синергетика» походить від грецького *synergetikos*, що означає спільну, або кооперативну, дію. Самоорганізація тут – це властивість системи купувати різноманітну структуру без характерного впливу ззовні, тобто дія, яка нав'язує системі структуру або функціонування.

Під категорією «розвиток» Г. Хакен у своїй роботі «Синергетика» пропонує розуміти спрямований, незворотний процес закономірної зміни матерії та свідомості, що володіє унікальною властивістю, яка дозволяє внаслідок розвитку володіти новим якісним станом об'єкта – його структурою або складом [2, с. 29].

Самоорганізовані системи володіють чотирма основними значеннями (властивостями):

1) комплексність. Самоорганізовані системи вважаються комплексними, якщо їх частини з'єднані одна з одною взаємними, мінливими відносинами. Ці частини в будь-який час можуть себе самі змінити. Комплексність не слід плутати зі складністю. Комплексність виключає можливість повноцінного опису, так само як і передбачення поведінки систем;

2) самореферентність. Самоорганізовані системи самореферентні і демонструють операційну закритість. Це означає, що всяка поведінка системи впливає на саме себе і є відправною точкою для подальшої поведінки. Самореферентність не суперечить відкритості системи. У тому, що стосується потоку енергії або матеріалів, відносини з навколишнім середовищем цілком можливі. Закритість стосується «організації виробництва», яка проводиться незалежно від її навколишнього середовища. Далі, закритість забезпечує ідентичність системи і гарантує збереження кордонів системи. Самореферентно закриті системи не піддаються прямому впливу ззовні. Зовнішні впливи мають характер перешкод. Системи самі вирішують, які зовнішні впливи релевантні для досягнення їх цілей. Таким чином, одночасно відбувається селекція впливів навколишнього середовища і тим самим краще управління комплексністю навколишнього світу;

3) надмірність. В самоорганізованих системах не відбувається поділу між організуючими, розроблюючими або керуючими, так само як і організованими, розробленими або керованими частинами. Всі частини системи, відповідним чином, всі учасники є потенційними розробниками. В якості центральної передумови для гнучкості надмірність є важливою основою для здатності до виживання економічних систем в комплексному і динамічному навколишньому середовищі. У вченні про організацію надмірність часто порівнюється з надлишком ресурсів. Так, працівники мають більше здібностей, ніж їм необхідно в даний момент для виконання завдання. Якщо багато працівників володіють схожим багажем знань, то в цьому випадку вони можуть без проблем замінювати один одного, за рахунок чого підвищуються здатності до пристосування та зміни, і тим самим флексибельність підприємства;

4) автономність. Самоорганізовані системи автономні. Кожна автономна система організаційно замкнута. Управління здійснюється з самого себе, з чого втім, не слідує повна незалежність. Продовжують існувати матеріальні та енергетичні відносини обміну з навколишнім середовищем. Щоб залишатися життєздатними, комплексні системи змушені пристосовуватися до навколишнього середовища, що постійно і непрогнозовано змінюється.

Початок ХХІ століття ознаменувався переважанням ресурсної концепції в теорії стратегічного управління, а ключові категорії ресурсного підходу, такі як «ресурси», «здатності» і «можливості» (компетенції) стали основними і обов'язковими поняттями в сучасній економічній теорії та практиці. Сутність ресурсної концепції полягає в тому, що властива економічним системам неоднорідність може носити сталий характер, завдяки наявності у системи унікальних ресурсів і організаційних здібностей. Вони зумовлюють конкурентні переваги.

Кількісний і якісний склад ресурсів кожного регіону України суто індивідуальний, і обумовлюється низкою об'єктивних причин (історичні, географічні, політичні, кліматичні тощо). Тим не менше, процес ресурсного забезпечення надійного і сталого соціально-економічного розвитку регіону займає центральне місце в його економіці.

Сьогодні в кризових умовах цілі розвитку регіону повинні носити чіткий і сформульований характер, вони повинні бути конкретними, досяжними, несуперечливими, вимірними, нести регіону максимальну користь, а не націлені на рішення нагальних проблем. В основі передбачуваних цілей сталого соціально-економічного розвитку повинні лежати принципи, що характеризують бажаний рівень якості життя населення регіону, кількісні та

якісні орієнтири економічного, політичного, інвестиційного, інноваційного розвитку. Дані цілі повинні широко публічно обговорюватися в масах, а не носити закритий характер.

Етап розробки концепції розвитку характеризується розробкою заключних висновків про пріоритетні цілі соціально-економічного розвитку регіону; визначаються фактори і механізми, основні методи і принципи управління цим розвитком. Ключові висновки в своїй основі формуються на підставі сучасних тенденцій соціально-економічного розвитку регіональних економічних систем, властивих їм особливостей, з урахуванням характерних властивостей розвитку сучасної української економіки.

Основою концепції є розробка регіональних стратегій, їх оцінка та аналіз, формування комплексу пріоритетних напрямів розвитку регіону, вироблення основних переваг високої конкурентоспроможності економічної системи. Процес розробки стратегій сьогодні для регіонів є виключно важливим.

Регіональним органам управління необхідно передбачення ходу і результатів соціально-економічних реформ, структурних перетворень, становлення інноваційної моделі економіки для того, щоб адекватно реагувати на зміни, що відбуваються. Розробка і реалізація стратегії при компетентній побудові економічної системи стає системним процесом корінного поліпшення діяльності самих регіональних органів управління. Стратегія територіального розвитку має визначати пріоритети та етапи реструктуризації економіки регіонів і національного економічного простору, а регіональна політика – пов'язувати конкретні заходи по здійсненню стратегії з усіма іншими напрямами соціально-економічної політики і ресурсними можливостями України. Зміни, що відбуваються в структурі економіки регіону, повинні в першу чергу ставати об'єктом стратегії. Однак, на жаль, на практиці це відбувається досить рідко, тому розвиток регіонів не набуває належного динамізму та збалансованості. Виходом зі сформованої ситуації може стати розробка нових підходів до формування ефективних стратегій регіонального розвитку, пріоритетною з яких, як показує регіональна практика, стає теорія кластерного механізму.

Розвиток кластерів в сучасній економіці України – це ефективний інструмент бізнесу. Кластер – певний організований простір, в якому створюються умови для успішного розвитку великих компаній, дрібних організацій, багатопрофільних постачальників, наукових організацій, вищих навчальних закладів та ін. Основоположним моментом їх взаємодії стає досягнення синергетичного ефекту, в результаті якого взаємодія конкуруючих компаній стає взаємовигідною. Кластер об'єднує не тільки виробничі компанії, але і створює максимально ефективні умови для залучення інноваційно-інвестиційного бізнесу. Ключовою особливістю кластера, є той факт, що більша частина його учасників не залучені в процес конкуренції між собою, а є суб'єктами різних сегментів певного виду економічної діяльності. Розвиток кластерної економіки має важливе значення для надійного розвитку регіону. Основу стратегічного розвитку кластерної політики регіону становить активна позиція лідерів ринку і взаємовигідне співробітництво між інтересами регіональних ринкових суб'єктів. Отже, можна зробити висновки про те, що в даний час найбільш перспективною інтеграційною моделлю розвитку економіки є кластерна модель. Вона є ефективним інструментом забезпечення сталого розвитку регіону в умовах євроінтеграції України і багато в чому вирішує завдання збільшення прибутковості регіону та підвищенню зайнятості населення. Дані слова знаходять підтвердження в успішній практиці розвитку ряду країн. Регіони, в яких створюються кластери, є лідерами соціально-економічного розвитку, основою конкурентоспроможності національної економіки. В іншому ж випадку, регіональні суб'єкти, що не використовують максимально наявні у них можливості, опиняються в гіршому економічному становищі, а в більшості випадків можуть навіть стати депресивними територіями.

Основою для формування кластерів повинні виступати регіони, які володіють високою концентрацією взаємопов'язаних видів економічної діяльності. Даний факт буде сприяти припливу як українського, так і іноземного капіталу в країну.

Будь-яка регіональна стратегія, спрямована на розвиток кластерів, повинна починатися з визначення вже існуючих в регіоні передумов їх утворення. Для того, щоб зрозуміти

можливості, які відкриваються перед регіоном, необхідно визначити і проаналізувати потенціал ресурсів регіону. Без оцінки потенціалу ресурсів (можливостей) неможливе вироблення комплексної регіональної стратегії, а вже тим більше і формування ефективної концепції сталого розвитку регіону. Ресурси, їх структурний склад, динаміка і баланс джерел формування стають першорядними факторами ефективного соціально-економічного розвитку всіх регіональних економічних систем. Комплекс ресурсів регіону має бути збалансованим таким чином, щоб наявний потенціал розвитку регіону був використаний максимальним чином, а частина недовикористаних ресурсів склала або «експортний потенціал», або потенціал перспективного розвитку регіону. Для ефективного розвитку регіону та переходу до економіки, що базується на збалансованому використанні ресурсів, повинні бути знайдені нові методи розвитку та управління регіоном. Дані методи можуть бути отримані тільки за умови адекватної оцінки кількісного та якісного складу ресурсної бази регіону, визначення основних здібностей і компетенцій, потенціалу розвитку регіону для досягнення та забезпечення високих конкурентних положень регіональної економічної системи.

Ефективні процеси сталого розвитку та модернізації української економіки багато в чому залежать від якості використання потенціалу регіону. М. Портер, в своїх роботах відзначає, що «єдине, на чому може ґрунтуватися концепція конкурентоспроможності на рівні регіону – це продуктивність використання ресурсів» [3, с. 47].

Комплексний потенціал регіону – це сумарна характеристика потенціалів різних підсистем регіональної економічної системи, що характеризує сукупність здібностей і можливостей у тій чи іншій області, спрямованих на досягнення яких-небудь певних цілей економічної системи. Функціонування сукупного потенціалу передбачає взаємодію всіх елементів регіонального відтворення. Комплексний потенціал регіону націлений на ідентифікацію основних резервів та залучення якісних факторів регіонального росту. Внаслідок цього під комплексним потенціалом регіону пропонується розуміти взаємозалежні функціональні можливості суб'єктів господарювання регіональних економічних систем, спрямовані на процес організації максимального задоволення сукупного регіонального попиту на товари і послуги в умовах раціональної взаємодії з навколишнім середовищем з метою забезпечення подальшого економічного зростання регіону, підвищення рівня його інвестиційної привабливості та досягнення високого рівня життя регіонального населення.

Запропоноване нами визначення комплексного потенціалу регіону відображає найважливіші аспекти його функціонування, ігнорування яких знижує значимість практичного використання даної категорії. Комплексний регіональний потенціал – поняття системне. Кожна складова частина комплексного потенціалу з наукової точки зору повинна бути оцінена правильно. Результат використання комплексного потенціалу визначається діючими на нього факторами, станом навколишнього середовища. Рівень використання комплексного потенціалу регіону визначає ступінь його інвестиційної привабливості для потенційного інвестора. Ступінь розробки в галузі потенціалу регіону та їх практична реалізація в більшій мірі визначаються обґрунтованістю і достовірністю оціночних показників, які в цих умовах, поза сумнівом, повинні бути доповнені і класифіковані на основі сучасних принципів економічного аналізу та стратегічного прогнозування.

У результаті впливу фінансово-економічної та гострої політичної кризи, ситуація в більшості регіонів України далека від ідеальної і визначається активним здійсненням низки істотних процесів: самовизначення системоутворюючих регіональних компаній у ролі єдиної ізольованої соціально-економічної системи; створення новітніх цільових вказівок і горизонтів організацій та працівників; позиціонування організації в ринковому середовищі; трансформація форми власності організацій; зміна стратегічного типу організацій, тобто її місця в системі класифікаційних угруповань та ін. Ці процеси призводять до нестабільності зовнішньої і внутрішньої обстановки, знижуючи рівень економічної сталості як на рівні системоутворюючих регіональних підприємств, так і на рівні всього регіону [4, с. 121]. В загальному вигляді, сталість системи – це її можливість продовжувати своє функціонування в незалежності від змін, що відбуваються у зовнішньому і внутрішньому середовищі. Даний

факт є особливо актуальним в умовах фінансово-економічної і політичної кризи, оскільки саме рівень сталості допомагає зробити вибір ділових партнерів [5, с. 284]. Важливість і актуальність досліджень у цій області обумовлюється наступними причинами: однією з основних причин банкрутства багатьох суб'єктів господарювання, яка веде до ліквідації або реорганізації, є їх низька сталість, що виражається у невиконанні заданих параметрів системи; низька платоспроможність та недовіра партнерів як наслідок низької сталості, що суттєво обмежують потенціал, а, отже, і достатні фінансові ресурси, необхідні для забезпечення безперервного процесу простого і розширеного відтворення; висока ймовірність «відмов» в роботі організацій, що ведуть до зниження сталості її роботи, призводить до неритмічної роботи, простоїв, в кінцевому рахунку, до збільшення витрат на виробництво продукції і її подорожчання; низька сталість організації, як правило, негативно відбивається на конкурентоспроможності виробленої продукції і регіону в цілому [6, с. 14]. Отже, сталість є не тільки необхідним компонентом успішного стратегічного розвитку, але й умовою рентабельності регіональних системоутворюючих організації [7, с. 52]. Інформація про сталість соціально-економічної системи необхідна не тільки інсайдерам, але і аутсайдерам, що робить настійно необхідним проведення подальших систематичних досліджень у цій області. Разом з тим, досі не існує єдиної думки щодо змісту і факторів сталості соціально-економічних систем.

Аналізуючи питання економічної сталості розвитку соціально-економічної системи, можна зробити висновок, що економічна сталість регіону буде визначатися наступними елементами:

- сталість фінансово-економічного, виробничого і ресурсно-сировинного розвитку регіональної соціально-економічної системи;
- сталість управління інфраструктурою, інноваційним та інвестиційним розвитком регіональної соціально-економічної системи;
- сталість політичного, інституційного, трудового і соціального розвитку регіональної соціально-економічної системи;
- сталість природоохоронного розвитку регіональної соціально-економічної системи.

Економічна сталість регіональної соціально-економічної системи являє собою здатність досліджуваної системи до процесів накопичення, збереження та забезпечення ефективного використання під час комплексного потенціалу території, мотивації економічних агентів до розширеного відтворення, зростання конкурентоспроможності і, відповідно, на цій основі – поступального піднесення якісного рівня життя населення в умовах євроінтеграції України та глобалізації без використання ресурсів майбутніх поколінь [8].

Проведений нами аналіз факторів економічної сталості виявив, що сьогодні серед факторів, які перешкоджають зростанню економічної сталості в регіонах України, можна виділити вкрай низьку загальну ефективність регіональної економіки та нестабільне поточне фінансове становище підприємств, в першу чергу в промисловій сфері, а в більшості регіонів – також порівняно низький рівень розвитку малого підприємництва і невисокі реальні доходи населення, що зумовлюють в цілому низький рівень споживчого попиту на регіональних ринках товарів промислового виробництва.

Нами розроблена комплексна система показників оцінки складових економічної сталості стратегічного розвитку регіональної соціально-економічної системи.

Проведений в рамках нашого дослідження аналіз існуючих методичних підходів до оцінки сталості соціально-економічного розвитку дозволив виділити наступні аспекти даного явища на рівні регіону:

- формування системи різнопланових показників, які всебічно відображають конкурентні переваги, які об'єднуються в загальний підсумковий індекс шляхом ранжирування та експертних оцінок;
- виділення ключових показників і розрахунок комплексного індексу на основі логічного їх об'єднання за характером впливу на сталість;

– виявлення характерних позицій в залежності від їх положення в матрицях оцінки за характерними для економічної сталості показниками.

В рамках нашого дослідження була запропонована представлена на рис. 1 система оціночних показників, яка отримана з використанням кількісних та експертних оцінок кожного з врахованих факторів.

Запропонований інтегральний рівень стратегічної конкурентоспроможності регіональної соціально-економічної системи є відносним показником (коефіцієнтом), внаслідок чого всі приватні ознаки конкурентоспроможності включаються в розрахунок інтегральних (зведених) значень з одиницями вимірювання, які виражені відносними величинами – питомими, темповими, пайовими, а в деяких випадках, як виняток, – бальними оцінками. Важливо зазначити, що промислові регіони України з меншими рівнями обсягів капітальних вкладень, валового продукту або продуктивності праці можуть навіть швидше нарощувати їх обсяги. У зв'язку з цим об'ємний питомий і темповий індикатори органічно доповнюють один одного, дозволяючи шляхом їх інтеграції отримати дійсно комплексну оцінку стану конкурентоспроможності промислового територіально-виробничого комплексу.



Рисунок 1 – Показники конкурентоспроможності регіональної соціально-економічної системи

На підставі індикаторів, систематизованих на рис. 2, нами була сформована система показників оцінки економічного потенціалу, ефективності та конкурентних переваг регіону.



Рисунок 2 – Система показників оцінки економічного потенціалу, ефективності та конкурентних переваг промислового регіону

Висновки та наукова новизна.

1. Ресурсний потенціал регіональної соціально-економічної системи забезпечує формування компетенцій, здатних забезпечити кінцеві конкурентні переваги, що дозволяє їх трактувати як ключові компетенції, невіддільні від цієї системи, невідтворювані конкурентами, що спонукають потенціал даної системи використовувати ті ж вхідні ресурси, що і в конкурентів, але сприяють досягненню більшої ефективності.

2. Потенціал визначає досягнутий рівень розвитку, здатність і можливості системи, які пов'язані, в першу чергу, з особливостями економіко-соціальних взаємовідносин між суб'єктами, що беруть участь у господарському процесі; мета цих взаємин міститься у пошуку і формування потреб для максимального їх задоволення через виробництво певних товарів і послуг з умовою оптимального і раціонального використання наявних ресурсів.

3. Забезпечення сталого розвитку регіональної соціально-економічної системи в сучасних умовах передбачає формування стратегії на підставі представленої ресурсної концепції з

урахуванням наявних у ній співвідношень і взаємозв'язків.

4. Сталість є не тільки необхідним компонентом успішного стратегічного розвитку, але й умовою рентабельності регіональних системоутворюючих організацій [9, с. 73].

5. Зміна реальної сталості регіональної соціально-економічної системи, отримані конкретні результати економічного і соціального розвитку безпосередньо відбиваються на характері конкурентних можливостей регіону в наступному часовому періоді, що забезпечує безперервність процесу відтворення його конкурентної позиції. Тому поліпшення конкурентної позиції регіону обумовлює необхідність регулюючого впливу як на базові фактори конкурентного розвитку, так і на елементи реально досягнутої поточної конкурентоспроможності, що передбачає активізацію різних форм стратегічного партнерства, а також використання прямих і непрямих механізмів економічного стимулювання.

Наукова новизна проведеного нами дослідження полягає у вирішенні комплексної наукової проблеми, що має важливе господарське значення і вносить вклад у розробку і наукове обґрунтування теоретико-методологічних засад сталого функціонування регіональної соціально-економічної системи в умовах євроінтеграції України, що конкретизується в наступних положеннях:

1. Визначено чинники забезпечення економічної сталості функціонування регіональної соціально-економічної системи в умовах євроінтеграції України, трактованої як здатність до процесів накопичення, збереження та забезпечення ефективного використання під час комплексного потенціалу без використання ресурсів майбутніх поколінь. Вона обумовлює продуктивність, безвідмовність, відновлюваність, довговічність, збереженість системи в стратегічній перспективі і включає сталість фінансово-економічного, виробничого і ресурсно-сировинного розвитку регіональної соціально-економічної системи, сталість управління інфраструктурою, інноваційним та інвестиційним розвитком, сталість політичного, інституційного, трудового і соціального розвитку та сталість природоохоронного розвитку регіону.

2. Запропонована комплексна система показників оцінки складових економічної сталості стратегічного розвитку регіональної соціально-економічної системи, що включає показники наявності і ефективності використання ресурсів, соціальної результативності, інвестиційної привабливості й активності, а також показники економічного потенціалу, ефективності діяльності та конкурентних переваг, що визначає найбільш істотні проблеми його стратегічного розвитку.

Список використаних джерел

1. Pakulin, S. L. & Pakulina, A.A. (2017), "Forming of social strategy in the region", Proceedings of IV International scientific conference "Discussion of problems related to the development of science in different countries", Dec 25, 2017. London, SI Universum, 2017. pp. 13–21.
2. Хакен Г. Синергетика. Пер. с англ. / Г. Хакен. М.: Мир, 1980. 404 с.
3. Портер М. Э. Конкуренция.: Пер. с англ. / М. Э. Портер. М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. 608 с.
4. Євсєєва О.О. Розробка організаційно-економічного механізму ефективної реалізації інноваційного розвитку великого міста / О.О. Євсєєва // Бізнес Інформ. 2013. № 5 (424). С. 119-123.
5. Романова В. В. Взаємозв'язок конкурентоспроможності і конкурентоспроможного потенціалу / В. В. Романова // Держава та регіони. Серія: Економіка і підприємництво. 2007. № 1. С. 283 – 285.
6. Сімах Ю. А. Визначення поняття конкурентостійкості підприємства / Ю. А. Сімах // Вісн. Міжнар. слов'янського ун-ту. Серія: Економічні науки. – 2007. Т. X, № 1. С. 12–16.
7. Ievsieieva, O.A., Ievsieiev, A.S. & Holovash, O.V. (2017), "Innovative model of economic growth of the Kharkiv region", Proceedings of III International scientific conference «Modern scientific achievements: experience exchange», Morrisville, Feb 26, 2017, Morrisville, Lulu Press., 2017, pp. 50–53.
8. Євсєєва О.О. Формування державної політики стратегічного розвитку територій України в умовах євроінтеграції і глобалізації [Електронний ресурс] / О.О. Євсєєва // Траектория науки. 2016. № 3(8). Режим доступу: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/121/131>. Назва з екрана.
9. Васюткіна Н. В. Управління сталим розвитком підприємств: теоретико-методологічний аспект: монографія / Н. В. Васюткіна. К. : Ліра-К, 2014. 334 с.

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ЗА РАХУНОК ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ

Вступ. Ефективність діяльності будь-якого підприємства залежить від кон'юнктури ринку, вміння прогнозувати та швидко задовольняти потреби споживачів, спроможності адаптуватися до зовнішніх змін, можливості впливати та регулювати ці зміни, тощо.

Дослідження економічного розвитку підприємств показує, що здобуття стійких конкурентних переваг ґрунтується на застосуванні принципів та методів маркетингу, що характеризується системністю, ефективністю та адресністю виробництва товарів чи послуг для забезпечення оптимальних способів задоволення потреб споживачів. І хоча концепція та методологія маркетингу мають досить універсальний характер, але їх застосування має певні особливості для кожної галузі економіки. Звісно, що, як і для будь-якого ринку, для транспортного - головним маркетинговим інструментом залишається ціна, а саме тариф на перевезення, який і має визначальний вплив на конкурентоспроможність транспортних підприємств на ринку перевезень [1] та на ціну самого товару. Тож, на даний час виробники мають досить значну зацікавленість у зменшенні транспортних витрат в ціні товару, що й призводить до необхідності застосування маркетингових принципів та методів управління для транспортних підприємств.

Результати дослідження. Для того, щоб служба маркетингу була ефективною на підприємстві, керівництву потрібно розробляти стратегічний план розвитку із врахуванням загальної економічної ситуації, наявності ринків сировини та збуту, техніко-технологічного стану, якісних показників діяльності, тощо. Тобто потрібно створити такий виробничо-збутовий механізм, котрий спроможний, погоджуючи із споживачем, випускати конкурентоспроможний продукт. Взагалі, сучасний маркетинг орієнтується на розвиток системи підприємство-ринок, як єдиного цілого із власною логікою та законами [2]. Тому ефективне управління підприємством має базуватися на вмілому використанні маркетингових інструментів, із врахуванням специфіки функціонування ринкової системи, що дозволить підприємству збільшити вплив на наявні та створити нові конкурентні переваги за рахунок здійснення постійних досліджень потреб споживачів для підвищення споживчої цінності товару та раціонального використання наявних ресурсів. А такі інструменти маркетингу, як ціна, комунікації, реклама, збут, до та після продажного обслуговування та інше, сприятимуть реалізації наявних конкурентних переваг та отриманні корисного результату. Всі ці елементи формують систему виробництва та споживання продукції чи послуг, безпосередньо залежачи один від одного. Хоча, на даний час, при глобалізації ринку, на перші позиції виходять маркетингова політика, яку формують збутова, цінова та політика просування.

В наш час ринок досить сильно регулюється маркетинговими інструментами, тому основою формування конкурентної стратегії є взаємовідносини підприємства із зовнішнім середовищем. А вплив маркетингових заходів проявляється через формування у підприємства активних підходів щодо позиції на ринку шляхом адаптації до мінливого середовища, внесенням змін до головних сфер роботи, направляючи свою діяльність на довготривалу співпрацю з клієнтами та на розвиток перспективних напрямів функціонування.

Тож, розробляючи стратегічні плани розвитку підприємств залізничного транспорту, потрібно враховувати наступні принципи маркетингової системи:

- ієрархічність, що виражається в створенні вертикального управління із

дотриманням принципів функціонально-територіального та подвійного підпорядкування, особливо для лінійних підприємств. Головним в цьому є доцільність та узгодженість прийнятих рішень для відповідних структурних підрозділів;

- спеціалізація, що заключається в розподілі обов'язків та повноважень між структурними підрозділами та працівниками відповідно до сучасних ринкових вимог із врахуванням традицій та історичних особливостей;

- централізація, що базується на створенні єдиного центру маркетингового розвитку залізничного транспорту, як для вантажного, так і для пасажирського руху;

- концентрація, що необхідна для накопичення даних щодо діяльності підприємств галузі в сучасній економічній системі;

- пріоритетність, що ґрунтується на зростанні ролі економічного управління в транспортній сфері та на визначенні стратегічних пріоритетних напрямів розвитку.

Так як залізнична галузь в основній своїй діяльності надає послуги з перевезення, то, при формуванні стратегій розвитку, потрібно враховувати особливості моделей маркетингу в сфері послуг. Зокрема [3]:

- модель маркетингу організації сфери послуг Бері, згідно з якою підприємство повинно застосовувати третій тип маркетингу - маркетинг взаємодії або маркетинг відносин (інтерактивний маркетинг), що виражається в застосуванні маркетингових інструментів безпосередньо постачальником послуг, який має прямий контакт з клієнтом;

- модель Д. Ратмела ґрунтується на тому, що під час виробничого процесу можливо виокремити як найменше три, хоч і взаємозалежних, але цілком самостійних процеси: 1) процес виробництва товарів; 2) процес маркетингу цих товарів; і 3) процес споживання;

- трикутна модель маркетингу послуг Ф. Котлера, згідно з якою три ключові одиниці утворюють три контрольованих ланки: 1) фірма-споживач; 2) фірма-персонал; і 3) персонал-споживач. Ефективне управління підприємством, яке функціонує в сфері послуг, має опиратися на них. Так, стратегічний розвиток ланки «фірма-споживач» спрямований на виконання завдань в сфері ціноутворення, комунікацій та каналів розповсюдження. Стратегія внутрішнього маркетингу спрямовується на ланку «фірма-персонал», що впливає на мотивацію персоналу щодо якісного обслуговування споживачів. І стратегія інтерактивного маркетингу спрямовується на ланку «персонал-споживач», яка необхідна для контролю якості надання послуги при взаємодії персоналу та клієнтів;

- «Сервакшн» - модель маркетингу послуг П. Ейгліє і Е. Ланггарда, відповідно до якої для утримання лідерської позиції на ринку підприємству потрібно застосовувати не лише традиційні маркетингові інструменти, але й додаткові, зокрема, нові методи та технології обслуговування;

- «4р»-модель Д. Маккарт і і «7р»- модель М. Бітнера, відповідно з якою до традиційної формули «чотирьох Р», що містить у собі чотири контрольованих для організації фактора маркетингу: товар, ціна, канали розподілу й елементи комунікації (product, price, place, promotion), додається додаткові Р: процес, матеріальний доказ і люди (process, physical evidence, people).

Застосування перерахованих вище моделей для підприємств залізничного транспорту дозволить здійснювати управління галуззю, орієнтуючись на підвищення рівня якості послуг за рахунок мотивації тих категорій персоналу, які безпосередньо контактують з клієнтом, та підвищення рівня контролю за наданими послугами.

Процес управління транспортними підприємства із застосуванням маркетингових підходів має за мету сформувати платоспроможний попит на транспортні та інші супутні послуги для забезпечення їх стабільного фінансово-економічного стану [1] із врахуванням інтересів всіх учасників перевізного процесу. Що ж стосується підприємств залізничного транспорту, то маркетингова система управління ними є підсистемою системи управління залізничним транспортом та складається з підрозділів, які виконують маркетингові функції.

Метою маркетингової системи підприємств залізничного транспорту є управління розробкою нових та вдосконалення існуючих послуг для забезпечення найкращого задоволення потреб споживачів – пасажирів та вантажовласників [4]. Тож, реалізація конкурентних стратегій підприємств залізничного транспорту на основі маркетингу є процесом перетворення стратегічних планів в тактичні та операційні з метою подальшої їх реалізації для отримання конкретних результатів.

Потрібно відзначити, що успішне впровадження конкурентних стратегій в залізничній галузі залежить від циклічності всіх складових визначених процесів з регулярним корегуванням стратегічних дій для визначення та врахування змін, котрі бувають в зовнішньому і внутрішньому середовищі, та необхідності координації при реалізації інших функціональних стратегій на підприємствах. Це сприяє визначенню основних завдань, які вирішуються під час виконання конкурентної стратегії за рахунок застосування маркетингових підходів.

Взагалі-то, управління підприємствами транспортної галузі із застосуванням маркетингових аспектів є досить складним процесом, пов'язаним із формуванням та реалізацією попиту на транспортні послуги, а саме [1]:

- природні умови обмежують конкурентні позиції на ринку, в деяких випадках клієнт не може вибрати альтернативного виду перевезень, як у вантажному, так і у пасажирському сполученні;
- різниця між маркетинговими підходами при реалізації вантажних та пасажирських перевезень;
- потреба у комплексному інформаційному забезпеченні;
- формування тарифів із врахуванням економічного та соціального ефекту, особливо для пасажирських перевезень;
- потреба у постійній взаємодії всіх учасників перевізного процесу, що потребує чіткого та гнучкого централізованого управління;
- наявність дієвої кадрової політики, яка б враховувала не лише поточні проблеми галузі, а й перспективи розвитку, тобто вже сьогодні потрібно готувати нові висококваліфіковані кадри із знанням ринкових основ;
- складність у постійному контролі за ринком, особливо на міжнародній арені.

Комплекс робіт по формуванню конкурентної стратегії розвитку підприємств залізничного транспорту має враховувати особливості та специфіку роботи залізничної галузі, що виражається у державному контролі за їх діяльністю, значній протяжності та інфраструктурності, ролі у соціально-економічному розвитку національної економіки, відмінності у ширині колії порівняно із західними сусідами, значній капітало- та трудоємності, низькому рівні конкуренції та ін. [4.].

Счасний ринок транспортних послуг має неоднорідну структуру, що виражається в багатогранності підходів до його вивчення, із врахуванням специфіки функціонування різних видів транспорту. Так, ті підходи, які використовуються для залізничного транспорту, в більшості випадків досить складно використовувати для водного чи повітряного транспорту. Також, потрібно враховувати світові тенденції в розвитку транспортної системи та специфіку вантажних і пасажирських перевезень, де до кожного із видів висуваються свої спеціальні вимоги, які не є суттєвими для іншого виду перевезень.

Але є цілий ряд факторів, які мають безпосередній вплив на всіх учасників транспортного ринку. Одним із таких факторів є залежність перевезень від стану та розвитку товарних ринків. Адже транспортні операції є наслідком виробничо-збутової діяльності, сприяючи, з однієї сторони, створенню продукції шляхом забезпечення ресурсно-виробничих зв'язків, з іншої – є невід'ємною складовою її реалізації шляхом доставки готового продукту споживачеві. Тобто, транспорт виконує зв'язуючу роль у народному господарстві країни та за її межами [5].

Варто відзначити, що для правильної організації маркетингової роботи на транспортних підприємствах потрібно здійснити маркетингове дослідження ринку, що ґрунтується на визначенні наступних параметрів [6]:

- види та якість послуг, а саме надійність, безпечність, вчасність, тощо;
- ціна послуг, а саме відповідність тарифів на перевезення їх якості та платіжній спроможності клієнта, наявність альтернатив;
- конкурентоспроможність послуг в конкретному сегменті ринку;
- потреба та перспективи життєвого циклу послуг;
- можливості виходу на міжнародний ринок та ін.

Досліджуючи особливості маркетингової діяльності підприємств залізничного транспорту, потрібно відзначити, що:

- залізничний транспорт відноситься до природної монополії, тому його діяльність регулюється на рівні держави, адже надання послуг з перевезення вантажів та пасажирів надається однією організацією. Це виражається у впливі на формування тарифів, наданні додаткових послуг, забезпеченні доступу для всіх категорій споживачів та ін.;

- галузь має досить значне (майже вся територія країни) територіальне розташування, що призводить до необхідності управляти нею за функціонально-територіальним принципом. Це виражається у потребі діяльності регіональних філій, які підпорядковуються головному управлінню, та до необхідності централізованого вертикального управління, яке не завжди може чітко визначати та ліквідувати проблеми на місцях, вносити корективи у діяльність, визначати перспективні напрями роботи, тощо;

- так як залізничний транспорт є природною монополією, то в середині галузі майже відсутня конкуренція. Підприємства сфери, виконуючи свої вузькі функціональні зобов'язання, разом працюють на конкурентоспроможність галузі в цілому. Хоча, в деяких випадках, не зовсім чітко розуміючи свою роль в цьому. На даний час споживач вибираючи той чи інший вид транспорту для перевезення орієнтується на ціну послуги, доступність та послуги-субститути. Тому, для зростання об'ємів перевізної роботи та збільшення величини доходів залізничні підприємства мусять постійно підвищувати рівень конкурентоспроможності послуг. Адже різні види транспорту вирізняються певними видами конкурентних переваг, які визначають їх частину на ринку транспортних послуг;

- підприємства залізничного транспорту знаходяться у стовідсотковій державній власності, так як галузь має важливе значення для розвитку національної економіки та забезпечує безпеку країни в цілому.

Процес реалізації конкурентної стратегії підприємства, особливо в транспортній сфері, повинен базуватися на наявних та необхідних економічних механізмах та інструментах, застосування який сприятиме ефективному запровадженні всіх запланованих заходів із врахуванням специфіки діяльності. Зокрема, для підприємств залізничного транспорту це заключається у постійному моніторингу ринку транспортних послуг, вивченні позиції конкурентів, аналізі товарного ринку, тощо, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Тож, першим етапом маркетингового дослідження підприємств залізничного транспорту є аналіз маркетингового середовища.

Другим етапом маркетингового дослідження ринку перевезень є розроблення товарної політики, що є основною особливістю залізничного транспорту, адже галузь відноситься до сфери послуг, в якій досить складно дати визначення самому поняттю послуга, при чому потрібно розрізняти основні та додаткові послуги, які й формують товарну політику в галузі.

Третім етапом є розроблення цінової (тарифної) політики. Потрібно зазначити, що тарифи на надання будь-якого виду послуг мають формуватися із врахуванням попиту, конкуренції, витрат на їх надання та враховувати законодавчі норми. Так як, залізничний транспорт вважається природною монополією, то й формування тарифів відбувається на

рівні держави із врахуванням витрат на перевезення на одиницю транспортної роботи, рівня рентабельності та виплати податків.

В нових умовах господарювання, коли транспортні підприємства, в тому числі й залізничні, повинні пристосовуватися та змінюватися, особливої уваги потребує розроблення підходів до формування конкурентних стратегій розвитку на основі маркетингових аспектів, що сприятиме збільшенню рівня конкурентоспроможності вітчизняної транспортної сфери із врахуванням переваг, основними з яких є доступність, відкритість, якість обслуговування, безпека, дотримання національних інтересів, всесезонність, міжнародна співпраця, тощо, а саме:

- двохрівневий характер – управління залізничним транспортом на рівні ПАТ «Укрзалізниця» та на рівні регіональних філій, що дозволить сформувати сприятливе середовище для підвищення рівня конкурентоспроможності галузі, із врахуванням територіальної складової. На рівні управління ПАТ «Укрзалізниця» неодмінно повинні враховуватись інтереси всієї країни, так як залізничний транспорт виступає рушійною силою народного господарства та має значний вплив на діяльність всіх галузей вітчизняної економіки, а на територіальному рівні – головним є задоволення потреб всіх споживачів при реалізації перевізного процесу із отриманням максимального рівня прибутків;

- розосередження виконання маркетингових функцій – структура залізничної галузі є досить складною в техніко-технологічному плані і виконання нових ринкових функцій є в деякій мірі складним процесом. Адже більшість підприємств не мають відповідних можливостей для їх реалізації. Ще одним фактором є чітка злагодженість саме технічного забезпечення функціонування галузі, тому, будь-які зміни в структурі управління повинні бути обґрунтованими та спрямованими на вдосконалення перевізного процесу, а не порушення діючого механізму;

- державне регулювання тарифів на перевезення – переміщення продуктивних сил є однією з основних складових економічної системи і залізничний транспорт є ключовим для розвитку національної економіки, тому на формування тарифів, із врахуванням того, що залізниця є природною монополією, держава має досить значний вплив і галузь не в змозі самостійно встановлювати тарифи, що, в деякій мірі, призводить до зниження рівня прибутку. Адже організація залізничних перевезень є досить складним матеріало- та трудозатратним процесом;

- соціальна відповідальність - перевезення пасажирів залізничним транспортом виступає значною складовою соціальної політики держави. Для великої кількості пасажирів залізничний транспорт є найбільш доступним засобом пересування в міжміському та приміському сполученнях. Це досягається за рахунок наявності великої кількості пільгових категорій пасажирів та встановлення розміру тарифів на рівні, який є доступним для більшості споживачів. Хоча, за таких умов важливим та болючим є питання збитковості пасажирських перевезень, яке залізничний транспорт намагається вирішити протягом тривалого часу за рахунок відшкодування з бюджетних коштів.

Тож, при формуванні планів щодо стратегічного розвитку галузі має враховуватися специфіка функціонування залізничного транспорту, що виражається в впровадженні таких форм управління, застосування котрих дозволить залізничному транспорту створити відповідні механізми реалізації наявних та перспективних конкурентних переваг спрямованих на отримання максимального прибутку та задоволення попиту клієнтів на ринку транспортних послуг (рисунок 1).

Потрібно зазначити, що розвиток всіх суб'єктів господарювання є досить тривалим процесом змін в їх діяльності, які виконуються за допомогою управлінських функцій при дотриманні стратегічних планів та програм розвитку, що призводить до необхідності в узгодженні роботи всіх підсистем підприємства. І роль маркетингу в даному випадку є ключовою, адже він володіє тим набором інструментів, застосування яких дозволяє підприємству ефективно функціонувати в ринковій економіці.

Будь-яке підприємство, а особливо транспортне, в своїй діяльності має орієнтуватися на потреби споживачів. Тому, застосування маркетингу в управлінській діяльності дозволить підприємству здійснювати контроль за станом ринку та проводити роботу з пошуку нових сегментів на ньому.

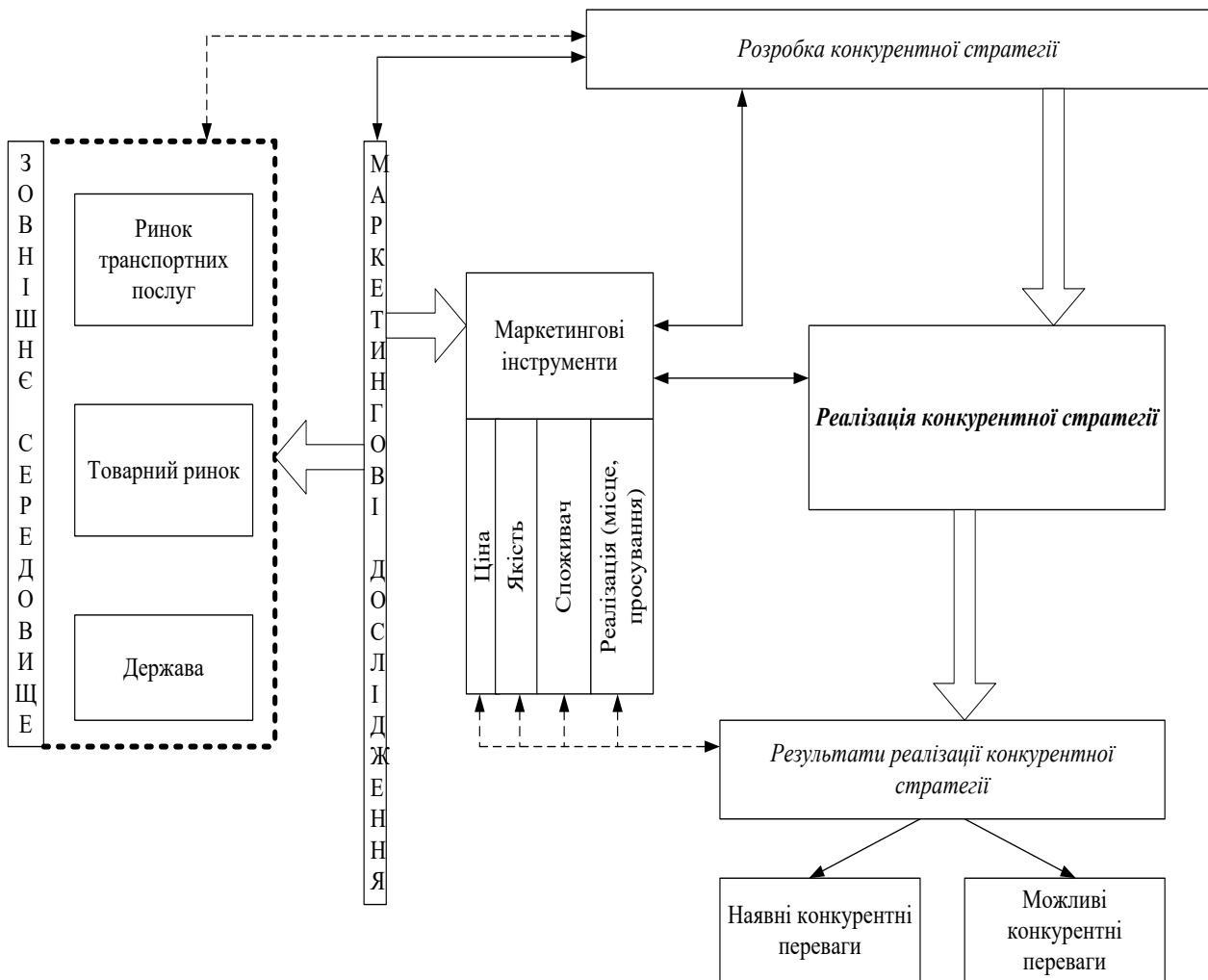


Рисунок 1 – Структурне зображення особливостей формування та реалізації конкурентної стратегії ПЗТ із врахуванням маркетингових інструментів

Застосування інструментів маркетингу в транспортній сфері потрібне для утримання наявних клієнтів та залучення нових за рахунок [1]:

- орієнтації на задоволення максимальних потреб всіх груп споживачів;
- здійснення аналізу транспортних та товарних ринків;
- підтримки розвитку та провадження інновацій на транспорті;
- цінового та нецінового регулювання ринку;
- планування та прогнозування діяльності транспортних підприємств в сучасних умовах та ін.

Тож, для підприємств залізничного транспорту, особливо при організації вантажних перевезень, де залізниці поки що займають домінуюче положення [7], забезпечення стратегічного розвитку із застосуванням маркетингових інструментів являє собою механізм здійснення перспективного передбачення, через аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, вивчення структури та перспектив розвитку ринку, аналіз майбутніх потреб споживачів за допомогою організаційної, функціональної, ресурсної та нормативно правової складових підприємства (рисунок 2).

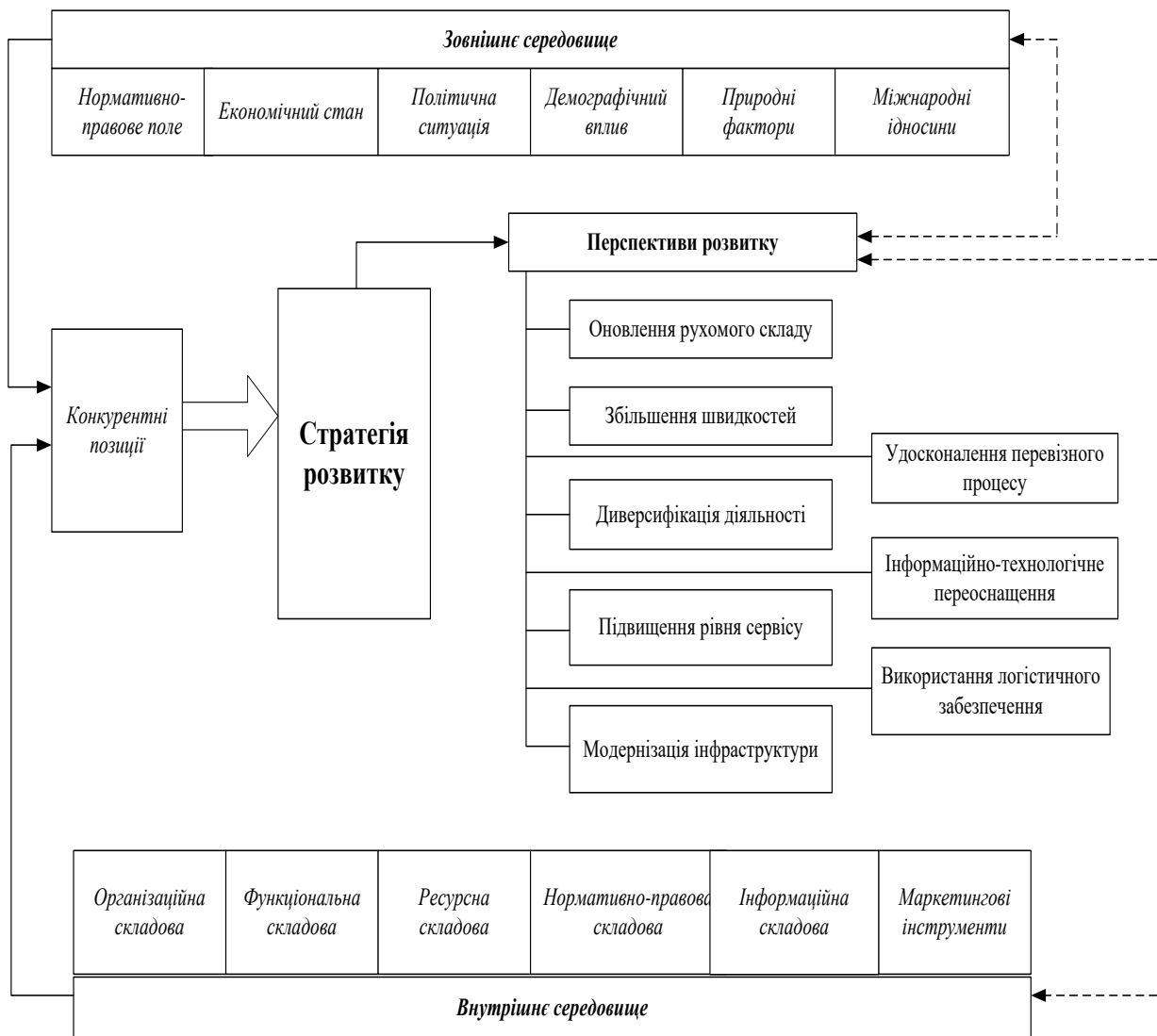


Рисунок 2 – Схема механізму реалізації стратегічного розвитку підприємств залізничного транспорту із застосуванням маркетингових інструментів

Застосування механізму, представленого на рисунку 2, дозволить підприємствам галузі досягати стратегічних цілей розвитку, чому сприятиме виділення основних підходів до забезпечення стратегічного розвитку залізничної галузі (таблиця 1)

Звісно, що застосування всіх функціональних особливостей складових перерахованих у таблиці 1 має певні рамки в залежності від діяльності структурного підрозділу залізничного транспорту, адже не всі вони мають відповідні підрозділи, фінансові, кадрові, технічні та інші види ресурсів та умови для розробки стратегічних стратегій розвитку. Та й реалізація їх на підприємствах залізничного транспорту неможлива без чіткої узгодженості дій всіх структурних підрозділів галузі – має бути відповідне узгодження при прийнятті управлінських рішень між вертикальними та горизонтальними рівнями управління у галузі.

Також, потрібно відзначити, що ефективне впровадження конкурентних стратегій розвитку підприємств залізничного транспорту вимагає перегляду підходів до статусу маркетингу в загальній системі управління залізничним транспортом. На жаль на даний час на залізничному транспорті економічні підрозділи виконують, в деяких випадках, допоміжні функції, а на перший план виходять – технічні. Звісно, що технічна складова є досить важливою для функціонування такої складної галузі, як залізнична. Але сьогодні диктує нові умови діяльності підприємств в ринковій системі, тому ефективність розвитку підприємства досягається завдяки синергетичній взаємодії між економічними та техніко-технологічними

службами [8]. Процес же реалізації конкурентної стратегії підприємства ґрунтується на таких підсистемах, як планування, організація, розподіл та контроль, що на сучасних підприємствах транспортної сфери, в тому числі й залізничного транспорту, мають досить відносно вираження.

Таблиця 1

Підходи та елементи системи забезпечення стратегічного розвитку підприємств залізничного транспорту

Внутрішні складові	Елементи складових	Підходи
Організаційна	організаційні елементи забезпечення стратегічного розвитку; зв'язок та координація; вертикальна та горизонтальна інтеграція; планування, розподіл, контроль; удосконалення та навчання та ін.	впровадження дієвих інструментів управління та регулювання
Ресурсна	інформаційне забезпечення; кадри; капітал та фінанси; матеріально-технічне забезпечення та ін.	впровадження заходів з оптимізації витрат; вчасне, якісне та надійне забезпечення всіма видами ресурсів
Нормативно-правова	закони, акти, накази та розпорядження уряду та ПАТ «Укрзалізниця»; міжнародні стандарти та норми; внутрішня документація та ін.	підтримка на нормативному та законодавчому рівнях перспективних напрямів розвитку галузі
Функціональна	дослідження ринку; стратегічне, тактичне та оперативне планування; прогнозування	розробка заходів та засобів для виконання поставлених завдань
Інструментальна	методи та способи дослідження ринку; програми реалізації поставлених цілей; обробка даних; управлінські рішення; дослідження особливостей ресурсного забезпечення та ін.	впровадження підходів щодо комплексного створення методів, методик, алгоритмів та моделей для виконання поставлених завдань

Ще однією умовою ефективної реалізації конкурентної стратегії є підвищення рівня конкурентоспроможності за рахунок використання економічного потенціалу підприємства, адже саме конкурентоспроможність зумовлює формування положення підприємства на ринку та ймовірність здійснення всіх можливостей його розвитку.

Потрібно відзначити, що на ринку послуг якість їх надання є одним із факторів забезпечення вагомих конкурентних переваг. Це призводить до необхідності створення обґрунтованих стратегій управління якістю послуг, що потрібно для утримання наявних та завоювання нових конкурентних позицій на ринку. Адже надання послуг низької якості значно знижує рівень іміджу та підриває репутацію підприємства. Що для вітчизняних підприємств транспортного ринку є досить несприятливим, так як їх кількість на ринку досить значна і більшість з них працює із постійними клієнтами, то будь-які чутки чи несприятливі рекомендації можуть бути досить відчутними для їх діяльності. А відновити втрачену репутацію досить складно.

Взагалі, управління із застосуванням маркетингових інструментів, особливо для підприємств залізничного транспорту, повинно бути чітко вбудованими в діючу структуру, що виражається в тісній співпраці економічних та технологічних підрозділів. Це є необхідним для забезпечення безперервності перевізного процесу та для забезпечення його безпеки (рисунки 3).

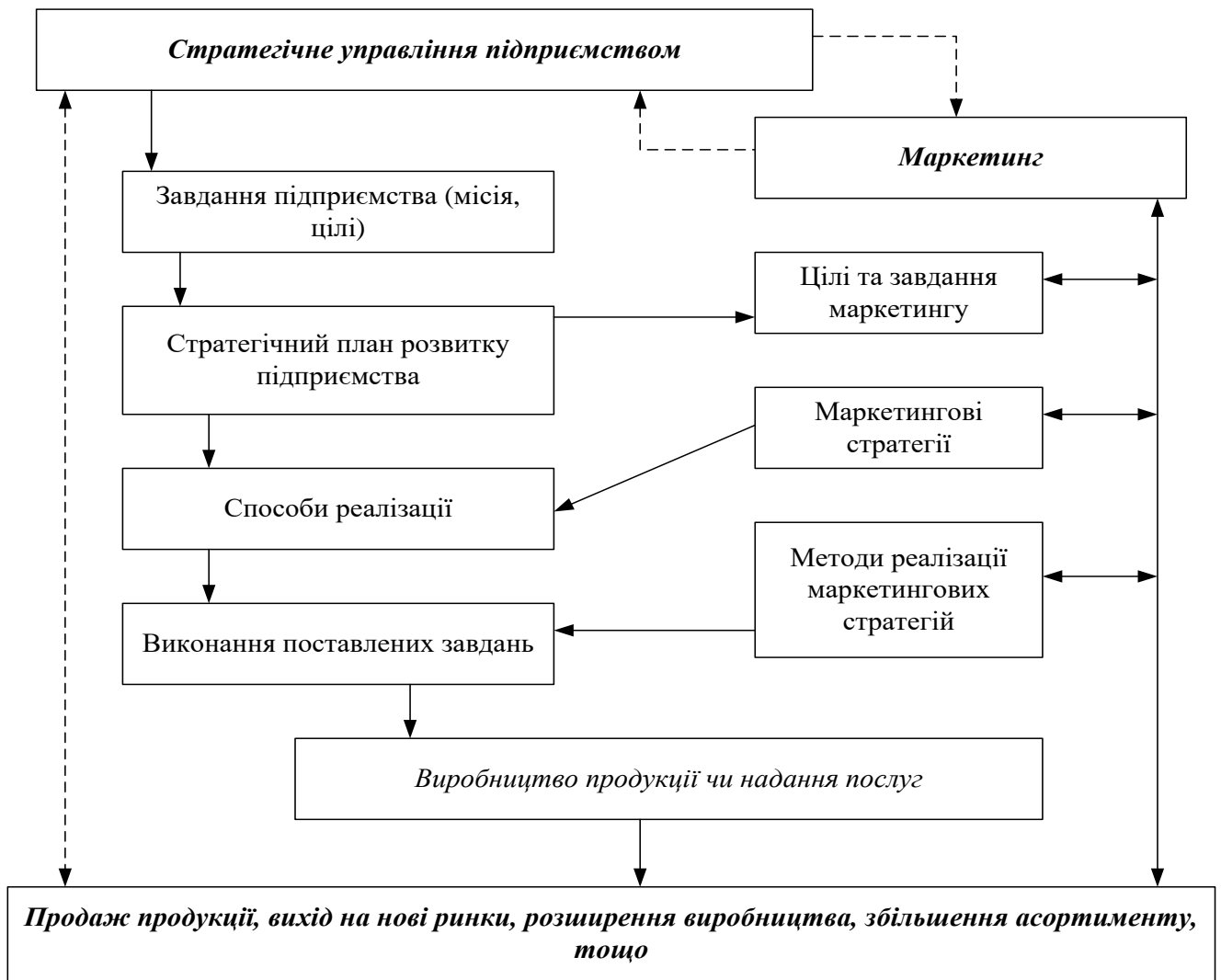


Рисунок 3 – Роль маркетингу в стратегічному управлінні підприємством

Тож, як показано на рисунку 3, включення маркетингу до стратегічного плану розвитку підприємства дозволить йому знайти вигідні можливості для реалізації виробленого продукту (товарів чи послуг) та уникати можливих ринкових загроз.

Висновки та наукова новизна. Таким чином, для ефективного розвитку підприємства потрібний синергетичний ефект від застосування всіх маркетингових методів та інструментів за всіма напрямками маркетингового комплексу, а саме товарна політика, політика ціноутворення, збутова політика, політика маркетингових комунікацій (просування), політика у сфері маркетингового розвитку персоналу та гармонізації відносин [9]. Також, потрібно зазначити, що від збалансованості зазначеної системи буде залежати ефективність діяльності підприємства на ринку та перспективи досягнення ним поставлених стратегічних завдань [10].

А задоволення потреб клієнтів є основою стратегії конкурентного розвитку підприємства, що виражається в необхідності постійного моніторингу їх потреб, підвищення якості обслуговування та інших факторів, на які працівники маркетингових служб та відділів не завжди мають прямий вплив. Тож, підприємству, особливо сфери послуг, до яких відноситься і залізничний транспорт, потрібно проводити роботу із виконання маркетингових завдань не лише серед працівників відповідних підрозділів, а й серед всіх робітників підприємства, доводячи до їх відома, що від виконання їх завдань залежить діяльність всього підприємства, а для залізничного транспорту – галузі.

Список використаних джерел

1. Транспортный маркетинг: учебник / В.Г. Галабурда, Г.В. Бубнова, Е.А. Иванова и др.; под ред. В.Г. Галабурды. — Изд. перераб. и доп. — М.: ФГОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2011. — 452 с.
2. Войчак А. В. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту / А.В. Войчак, В.М. Мумейко// Маркетинг в Україні.- 2009-№4. – С. 52-55.
3. Ткаченко Л.В. Маркетинг послуг: підручник/ Л.В. Ткаченко. — Дніпропетровськ: ДУЕП, 2002. — 192 с.
4. Аксёнов И.М. Маркетинг на объектах транспорта: монография/ И.М. Аксёнов. - Нежин: ООО «Видавництво «Аспект-Поліграф»», 2006.-336 с.
5. Дикань В.Л. Ефективність роботи транспортної системи України в умовах глобалізації економічних систем / В.Л. Дикань, М.В. Корінь // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник наукових праць. – Харків, УкрДАЗТ, 2011. - №33. – С. 13-19
6. Аксенов И. М. Организация маркетинга на объектах транспорта: монография / И. М. Аксенов. - Хмельницкий: ХНУ, 2013. - 317 с.
7. Дикань В.Л. Перспективы развития экономики Украины в условиях формирования международных транспортных коридоров в системе мировой глобализации экономики / В.Л. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник наукових праць. – Харків, УкрДАЗТ, 2013. - №42. – С. 144-149
8. Каличева Н.Є. Підходи до управління конкурентними перевагами підприємств залізничного транспорту/ Н.Є. Каличева// Причорноморські економічні студії: науковий журнал. – Одеса, Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій. - 2017. - Вип. 21. – С. 86-91
9. Маркетинг: навчальний посібник [С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна, О. П. Луційта ін.]- Київ «Наш час», 2007.- 504 с.
10. Каличева Н.Є. Роль транспорту у забезпеченні ефективності функціонування маркетингово-товарно-логістичної схеми підприємства/Н.Є. Каличева// Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник наукових праць. – Харків, УкрДУЗТ, 2016 . - № 56. -С. 93-96.

канд. екон. наук, доцент **Касатонova I. A.**

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

АВТОМАТИЗОВАНІ ПРОГРАМИ І ПРОЦЕСИ ПЕРЕВЕДЕННЯ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ У ЕЛЕКТРОННУ ФОРМУ

Вступ. На сьогоднішній день економіка країни не стоїть на місці, а постійно розвивається, пристосовується і змінюється. Ті умови, в яких підприємства працювали ще п'ять років тому, вже не є можливим порівнювати з тими умовами, в яких підприємство повинно працювати зараз. На даний момент склалася така ситуація в країні, коли відбувається швидка зміна економіки – відповідно змінюється і підприємство, його умови й методи господарювання. Підприємства України мають перейти на новий рівень від копіювання аналогів розвитку підприємств за кордоном до розробки своїх перспективних програм розвитку і виживання підприємств в сучасних швидкозмінних умовах.

Серед багатьох напрямків розвитку інформатизації суспільства особливу увагу останнім часом приділяють проблемі переходу ринкової економіки на рівень електронної. В умовах найбільшого поширення інформаційних комп'ютерних технологій не є винятком і масштабність електронного бізнесу всіх галузей і суб'єктів господарювання. З ростом населення планети і мобілізації ресурсів, електронна економіка не обмежується бізнесом електронної торгівлі і сервісів, а стосується кожного аспекту життя: культури, охорони здоров'я, освіти, фінансової сфери.

Електронна економіка є засобом ведення бізнесу в глобальному масштабі, що пояснює її актуальність. Вона дозволяє підприємствам ефективно і гнучко здійснювати внутрішні операції, більш повно взаємодіяти з постачальниками і швидше реагувати на запити і очікування замовників. Підприємства отримують можливість вибору кращих постачальників незалежно від географічного розташування, а також можливість виходу на глобальний ринок зі своїми товарами та послугами.

Результати дослідження. Основа процесів, з яких почалося формування інформаційної економіки, це розвиток комп'ютерів, ноутбуків, мобільного зв'язку та космічного зв'язку з мережею Інтернет. Історія віртуальної економіки йде корінням в початок революції в сфері інформаційних технологій 1960-70х років. Стрімкий розвиток ІКТ – збірної назви галузей мікроелектроніки, комп'ютерної техніки та телекомунікації – уможливило спростити і здешевити обмін даними між і усередині підприємств. Безпаперові технології електронного обміну даними EDI (Electronic Data Interchange) почали впроваджувати великі корпорації, щоб знизити навантаження і витрати документарної роботи, а також підвищити швидкість обміну інформацією.

В Україні в 2000 році був виданий наказ Президента України «Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні» [1]. Цим наказом передбачено широке використання інтернет-технологій для забезпечення інформаційної взаємодії органів виконавчої влади з населенням та бізнес-структурами.

Розвиток електронної економіки припадає на останнє десятиліття 20-го століття. Американський інформатик Ніколас Негропonte в 1995 році висунув метафору про перехід від руху атомів до руху бітів. Він також дискутував про недоліки минулого (вага, сировина, транспорт) і переваги майбутнього (відсутність ваги товарів, віртуальність, миттєве глобальне переміщення) [2].

Проблеми електронної економіки знайшли відображення в роботах ряду зарубіжних і вітчизняних вчених, серед яких Мет Хейг, Д. Еймор, Алекс Остервальд, В. Царьов, А. Кантаровіч [3-6]. Завідувач кафедри Електронної комерції Поволзького державного університету телекомунікації та інформатики, доктор економічних наук, дійсний член Академії Телекомунікації та Інформатики, автор понад 60 наукових та навчально-методичних публікацій в області сучасних технологій ведення бізнесу в умовах постіндустріальної економіки А.В. Юрасов вперше дав закінчене наукове визначення поняттю електронної комерції і її предметної області: «під електронною комерцією слід розуміти будь-яку економічну діяльність з використанням електронних інформаційних технологій. Предметною областю електронної комерції як галузі економічної науки є економічні відносини, в процесі яких використовуються електронні інформаційні технології» [7].

Ця взаємодія може виконуватися через ряд бізнес-операцій:

- обмін інформацією;
- встановлення контактів (між потенційними замовниками та постачальниками);
- перед- і післяпродажну підтримку (надання докладної інформації про продукти і послуги, відповіді на питання замовників, перелік необхідної документації і т. п.);
- продаж товарів і послуг;
- електронна оплата, зокрема з використанням електронної платіжної системи;
- поширення продуктів, включаючи як управління доставкою і її відстеження для фізичних продуктів, так і безпосередню доставку продуктів, які можуть поширюватися електронним шляхом;
- можливість організації віртуальних підприємств – група окремих фахівців або

навіть незалежної компанії для ведення спільної комерційної діяльності;

- здійснення бізнес-процесів, спільно керованих підприємством і його торговими партнерами.

Програми електронної форми взаємодії підприємств країни в залежності від діячів електронних взаємовідносин мають наступні форми або сектори взаємодії між:

- B2B (business-to-business) – юридичними особами, підприємствами, організаціями;
- B2C (business-to-consumer) – юридичними і фізичними особами;
- B2A (business-to-administration) – юридичними особами і державними організаціями;
- C2A (consumer-to-administration) – фізичними особами і державними організаціями;
- C2C (consumer-to-consumer) – фізичними особами.

Суб'єкт, який позначений першою літерою аббревіатури, виступає у якості продавця або сторони, яка надає послуги. Інші сектори (C2B, A2B, A2C, A2A) враховують тих же діячів, але змінюється характер їхньої взаємодії (табл. 1).

Таблиця 1

Програми електронної форми взаємодії підприємств країни

Сектор	Юридичні особи (business)	Фізичні особи (consumer)	Державні органи (administration)
Юридичні особи (business)	B2B	B2C	B2A
Фізичні особи (consumer)	C2B	C2C	C2A
Державні органи (administration)	A2B	A2C	A2A

Проаналізуємо більш детально кожен комбінацію:

B2B – торгівельно-закупівельна діяльність, яка враховує:

- інформаційні бізнес-системи,
- платіжні системи,
- аутсорсинг,
- системи управління закупівлями (e-procurement),
- системи управління розподілом (e-distribution),
- системи повного циклу супроводу постачальників (SCM),
- системи повного циклу супроводу замовників (CRM);

B2C – електронні магазини або інтернет-трейдинг, що враховує:

- системи телероботи та інтернет-реклама,
- системи страхування,
- туристичні послуги,
- спонсорські програми;

B2A – виконання державних замовлень відносно:

- закупівлі продукції для державних потреб,
- надання податкової, статистичної, митної і інших видів звітності;

C2B – приватні послуги відносно соціальних і партнерських програм, опитувань, рекламних акцій;

- C2C – системи багаторівневого маркетингу та вірусного маркетингу;
- C2A – вибори, надання скарг, заяв громадян, сплата податків, зобов'язань, зборів, штрафів;

A2B – електронний уряд, враховує:

- системи розподілу державних замовлень і закупівель,
- електронні тендери,
- контакти з податковими і митними органами,
- юридичні і інформаційно-довідкові служби;

A2C – електронний уряд, враховує:

- системи соціального обслуговування (пенсії, льотні виплати, допомоги),
- системи комунального обслуговування,
- геоінформаційні системи;

A2A – електронний уряд, враховує:

- автоматизовані системи взаємодії в податковій, митній і правоохоронній сферах суспільства,
- органи державної сертифікації і ліцензування,
- адміністрація на місцях,
- урядові законопроекти та вибори уряду.

Встановимо переваги та недоліки кожної електронної форми взаємодії (табл. 2).

Аналіз наведених форм взаємодії у таблиці 2 свідчить на велику кількість привабливих ознак такої взаємодії у порівнянні з незначними недоліками процесів електронної форми ведення господарювання на всіх рівнях нашого суспільства.

Доступність Інтернету для населення (пропозиції мережевих провайдерів необмеженого доступу за фіксованою помісячною платою) стала чинником масштабності віртуальної взаємодії державних органів з юридичними, фізичними особами у розрізі підприємств і організацій та у зворотному напрямку за рахунок значного зниження витрат використання електронної сфери завдяки низькій вартості обміну інформацією.

Можливості електронної економіки привносять наступні нові елементи в сучасний простір господарювання українських підприємств: зростання конкуренції, глобалізацію сфери діяльності, персоналізацію взаємодії, скорочення каналів розповсюдження товарів, економію витрат.

Епоха інформаційних технологій в економіці передбачає поєднання купівельних переваг споживачів з виробництвом і плануванням комерційної діяльності. Для реалізації вищезазначеного необхідно ефективно використання усіх ресурсів підприємства, а саме: управління закупівлями, виробництвом, збутом, складськими запасами, трудовими і фінансовими ресурсами, конструкторськими розробками. Однак, чимало завдань щодо автоматизації процесів на підприємствах у нашій країні потребують подальшого вивчення та розв'язання.

Головною метою функціонування інформаційної системи на підприємстві є забезпечення керівництва підприємства фінансовою інформацією для прийняття обґрунтованих управлінських рішень при виборі альтернативних варіантів використання обмежених ресурсів. Впровадження автоматизованих систем управління ресурсами у діяльність підприємств дозволить оптимізувати економічні процеси ведення обліку матеріально-виробничих запасів та їх забезпечення, що обумовлює актуальність теми дослідження та подальше розроблення.

Таблиця 2

Порівняльна характеристика програм електронної форми взаємодії підприємств країни

Сектор	Типи	Назва	Відмінні риси	Спосіб застосування	Переваги	Недоліки
1	2	3	4	5	6	7
B2B	-	Юридичні особи – юридичні особи (business-to-business)	рівна взаємодія між підприємствами	постачальники відстежують складські запаси партнерів і своєчасно їх поповнюють і, навпаки, дилери працюють з базою даних постачальника	- самостійне розміщення замовлень; - стеження за ходом виконання замовлення; - своєчасне поповнення асортименту; - оперативне реагування у разі помилки.	використовується спеціальна технологія, яку слід освоювати; - вивчення стандартів електронного обміну даними EDI (Electronic Data Interchange).
B2C	1 тип			електронне посередництво віртуальної торгівельної точки між виробниками (або дистриб'юторами) товарів і роздрібними клієнтами	- легко відтворювальна (наявність товарів за необхідною ціною)	- не забезпечує стратегічних конкурентних переваг
	2 тип	Юридичні особи-фізичні особи (business-to-consumer)	елементи електронної роздрібної торгівлі, розраховані на масового споживача (електронні магазини)	організація інтернет-підрозділу онлайн-торгівельно-сервісної фірми	- наявність товару на власному складі, сумлінність	- конкуренція з "фізичними" побратимами
	3 тип			сектор "обмеженої індивідуалізації", використовується в електронній торгівлі компаніями, програмним забезпеченням, побутовою технікою, автомобільними комплектуючими, квитками на спортивні змагання та розважальні заходи, туристичні послуги (замовлення квитків, бронювання номерів у готелі, оренда автомобілів).	- облік переваг покупки; - можливість вибору варіантів / конфігурації товару або пакету послуг; - зменшення товарних запасів і економія на витратах.	- наявність специфічної галузевої особливості; - персоналізація реалізованих товарів / послуг.

Продовження таблиці 2

1	2	3	4	5	6	7
	4 тип		збір магазинном онлайн попередніх замовлень	спочатку продавець збирає заявку, потім з'ясовує у постачальника терміни і умови виконання замовлення, після чого інформує про це потенційних клієнтів (електронною поштою) і, в разі їх згоди, забезпечує доставку товару	- здійснення процесу купівлі-продажу в кількості етапів; - продаж товарів обмеженого попиту (предмети мистецтва)	- продавець зобов'язаний гарантувати клієнтові виконання замовлення на задалегідь обумовлених умовах; - покупець ризикує отримати товар / послугу із запізненням (або не отримати взагалі)
	5 тип		віртуальний аукціон	потенційний покупець "торгується" з магазином в режимі реального часу, намагаючись "збити" встановлену продавцем первинну ціну на товар / послугу (мережевий торгівельний пасаж priceline.com)	- можливість заощадити; - процедура розміщення замовлення нагадує азартну гру в казино	- значна знижка забезпечується спонсорами, які позбавляються від зайвих запасів і підвищують оборотність коштів
B2A	-	Юридичні особи – державні органи (business-to-administration)	ділова зв'язка комерційної структури з державною	прагнення урядів розвинених країн і керівництва міжнародними організаціями активно використовувати Інтернет для впровадження закупівлі товарів і послуг за допомогою Інтернету	- можливість вибору кращих постачальників незалежно від географічного місця; - гнучко здійснювати внутрішні операції	- використовується спеціальна технологія, яку слід освоювати
C2A	-	Фізичні особи – державні органи (consumer-to-administration)	соціальна, податкова сфери	організації взаємодії державної структури і споживачів	- оперативність реагування, - своєчасність, - економічність	- не розвинена на достатньому рівні
C2C	-	Фіз. особи – фізичні особи (consumer-to-consumer)	обмін комерційною інформацією	обмін досвідом придбання того чи іншого товару, обмін досвідом взаємодії, з тієї або іншої фірмою і	- аукціонна торгівля між фізичними особами; - доступність	- не розвинена на достатньому рівні

Концепція планування потреби виробництва у матеріальних ресурсах зародилася у 60 роки з ростом використання електронних обчислювальних систем у США. Це був програмний комплекс, який дозволяв оптимально регулювати поставки матеріалів і комплектуючих для виробничого циклу. Пізніше реалізацією цієї методики почало займатися Американське співтовариство виробництва і управління запасами у 1957 році. На теперішній час воно перетворилося у Асоціацію операційного менеджменту APICS (Association for Operations Management), яка нараховує більше 50 тис. індивідуальних і корпоративних членів з більш ніж 10 тис. компаній. Асоціація включає в сферу операційного менеджменту елементи проектування, інжинірингу, інформаційних систем управління, управління якістю, управління виробництвом, управління запасами, бухгалтерського обліку, спрямовані на ефективне планування, координацію, реалізацію та контроль виробничих та сервісних організацій.

До 2008 року діяла програма CIRM (сертифікація в галузі комплексного управління ресурсами). Програми сертифікації станом на 2013 рік: CPIM (в галузі управління виробництвом і запасами), CSCP (в галузі управління ланцюжком поставок) і APICS CFPIM (в галузі управління виробництвом і запасами) [8].

На сьогодні в Україні діє Microsoft Dynamics AX (раніше Axapta) – комплексна система управління підприємством (ERP II) для корпоративного та середнього сегментів ринку, у котрій реалізовано фінансовий менеджмент та засоби бізнес-аналізу, управління товарно-матеріальними потоками, відносинами з клієнтами, персоналом, проектами та іншими областями діяльності підприємства. Перевагами цієї системи є зосередження на українському ринку, офіційно зареєстрована Microsoft та сертифікована Федерацією професійних бухгалтерів та аудиторів України, має більше 11 тис. клієнтів у світі [9].

Автоматизована інформаційна система включає наступні аспекти:

- ERP (Enterprise Resource Planning) – управління ресурсами підприємства;
- EAM (Enterprise Asset Management) – управління активами підприємства;
- WMS (Warehouse Management System) – система управління складом;
- MRO (Maintenance, Repair and Operations) – ремонт і технічне обслуговування;
- SCM (Supply Chain Management) – управління ланцюжком постачань;
- PLM (Product Lifecycle Management) – управління життєвим циклом виробів;
- PDM (Product Data Management) – система управління даними про виріб;
- CRM (Client Relationship Management) – управління відносинами з клієнтами;
- QM (Quality Management) – управління якістю;
- APS (Advanced Planning and Scheduling) – планування і надання розкладів.

Характеристику автоматизованих програм, що використовуються на підприємствах розвинутих країн, наведемо в таблиці 3 [10].

Автоматизація діяльності підприємства – об'єктивний процес, який має охопити галузь у цілому, основою якого є створення високоорганізованого середовища, що має охоплювати і об'єднувати інформаційне, телекомунікаційне, програмне забезпечення, інформаційні технології, мережі, бази даних знань, інші засоби інформації. Це дасть змогу на якісно новому рівні проводити як повсякденну оперативну роботу, так і аналіз стану та перспектив діяльності в цілому, приймати науково-обґрунтовані управлінські рішення [10].

Розглянемо більш детально такі програми, як SCM і CRM.

Автоматизовані програми, що застосовуються на підприємствах розвинутих країн

№ з/п	Абревіатура	Розшифровка мовою оригіналу	Переклад	Основні характеристики
1	2	3	4	5
1	AIS	Accounting information system	Інформаційна система бухгалтерського обліку	Програмні продукти, що забезпечують введення господарських операцій в базу даних з наступним розрахунком балансу та іншої звітності
2	APS	Advanced Planning and Scheduling	Розширене планування та диспетчерування	Продукти, що підтримують гнучке управління виробничими графіками та виробничими завданнями. Завдання формування потреб вирішується в умовах обмежених потужностей
3	CRM	Customer Relationship Management	Системи взаємодії з покупцем	Реалізують технологію управління зв'язками і взаємодією з клієнтами підприємства. Зазвичай включають прогнозування контрактів, їх контроль, підтримку обслуговування клієнтів, супровід процесів замовлень і продажів
4	CSRP	Customer Synchronized Resource Planning	Планування потреб в ресурсах, узгоджене з покупцем	Припускає наявність у системі можливостей управління зовнішніми стосовно підприємства елементами виробничого ланцюжка. Метою виходу за межі підприємства є управління повним циклом випуску продукції від проектування до гарантійного і сервісного після продажного обслуговування
5	DSS	Decision Support System	Системи забезпечення прийняття рішення	Системи, що дозволяють проводити моделювання наслідків управлінських рішень
6	ERP	Enterprise Resource Planning	Планування ресурсів підприємства	Забезпечують виконання функцій обліку і контролю не тільки для однорідних і локально розташованих виробництв, але й для багатопрофільних підприємств, що мають філії і підрозділи в різних містах і країнах

Продовження таблиці 3

1	2	3	4	5
7	MES	Manufacturing Execution System	Система управління виробництвом (технологічним процесом)	Дані MES-систем містять показники руху деталей на конвеєрі у реальному часі, а також інформацію про контроль якості й експлуатації. Використовуючи штрих-коди або інші подібні засоби, підприємства відмовляються від ручної реєстрації технологічних операцій
8	MIS	Management Information System	Управлінські інформаційні системи	Системи інформування керівників для прийняття оперативних рішень
9	MRP	Material Requirements Planning	Планування потреб в матеріальних ресурсах	Планування придбання або виробництва всіх компонентів кінцевого продукту, проведення оцінки матеріальних запасів з врахуванням незавершеного виробництва і прогнозів по реалізації і можливим новим замовленням
10	MRP II	Manufacturing Resource Planning	Планування потреб у виробничих ресурсах	Поряд з функцією планування потреб в матеріалах системи MRP II включають ряд інших функцій (автоматизоване проектування, управління технологічними процесами, імітаційне моделювання тощо)
11	SCM	Supply Chain Management	Управління каналами постачання	Системи управління логістикою, що поєднують покупців і постачальників у рамках єдиної структури обробки даних
12	SEM	Strategic Enterprise Management	Стратегічне управління підприємством	Системи для допомоги прийняття рішень вищим керівникам

Програма SCM дозволяє перехід від управління поставками до управління логістичними каналами постачання, що включає всю інфраструктуру бізнесу: систему дистриб'юторів і дилерів, виробників і постачальників тощо. Тобто при аналізі фінансово-господарської діяльності враховується весь шлях, по якому товар із сировини перетворюється на готовий виріб і потім через мережу продаж потрапляє до кінцевого споживача. При цьому, на відміну від CSRP, де основна увага акцентується на внутрішніх тонкощах виробництва, SCM фокусується на зовнішній логістиці і на зовнішніх щодо виробництва процесах. Ця обставина підводить до ідеї доцільності об'єднання переваг цих двох технологій реалізації в одній ERP-програмі.

CRM – це програма управління зв'язками і взаємодією з клієнтами підприємства, що включає прогнозування контрактів, їх відслідковування, підтримку обслуговування клієнтів, супровід процесів замовлень і продаж.

Але не всі автоматизовані програми, які були розглянуті у таблиці 3 сконцентровані на управлінні ресурсами підприємства, тому розглянемо більш детально саме ті програми, які стосуються ресурсів.

Програма MRP II – методологія детального планування виробництва підприємства, що включає облік, планування завантаження виробничих потужностей, планування потреб у всіх ресурсах виробництва (матеріалах, сировині, комплектуючих, обладнанні, персоналі), планування виробничих затрат, моделювання ходу виробництва, його облік, планування випуску готових виробів, оперативне коригування плану і виробничих завдань.

ERP – це сучасна програма, яка дозволяє відслідковувати не лише виробничі, але й інші ресурси підприємства (фінансові, збутові, тощо). Вона забезпечує можливість планувати і управляти не тільки виробничими процесами, але й всією діяльністю підприємства, досягнути оптимізації за ресурсами і часом.

Сутність програми CSRP полягає в тому, що при плануванні і управлінні підприємством враховуються не лише виробничі і матеріальні ресурси підприємства, але й ті ресурси, які зазвичай розглядаються як допоміжні або накладні (тобто такі, що використовуються в процесі маркетингової і поточної роботи з клієнтом, після продажного обслуговування). Реалізація цієї технології дозволяє управляти виконанням замовлень клієнтів і роботою всього підприємства набагато краще. З'являється можливість погодинної зміни виробничого графіка, що для звичайної ERP-системи практично неможливо, в той час як на реальних виробництвах підприємств малого та середнього розміру зустрічається часто.

При поточному рівні економіки країни з боку споживачів є попит на оптимізацію витрат і їх максимальне зниження, допоможе при цьому послуга адміністрування складних управлінських систем. Суть її полягає в тому, що замовник передає виконавцю на аутсорсинг (передача організацією певних бізнес-процесів або виробничих функцій на обслуговування іншій компанії, що спеціалізується в даній галузі) обслуговування і підтримку інформаційної системи. Це дешевше, ніж постійно утримувати в своєму штаті програмістів і адміністраторів систем. Бо при впровадженні ERP споживачі зацікавлені в економії витрат, адже в умовах кризи підприємства вважають за краще ті інструменти, які з мінімальними інвестиціями дозволяють отримати реальний результат – знизити витрати.

Погоджуючись з поглядами, викладеними в роботах [7,11,12,13], наведемо аналіз переваг та недоліків програм автоматизації управління ресурсами підприємства у табл. 4.

Таблиця 4

Порівняльна характеристика автоматизованих програм управління ресурсами

Програма	Назва	Характеристика	Процес функціонування	Переваги	Недоліки
1	2	3	4	5	6
MRP	Планування матеріальних ресурсів (material resources planning)	Комплексне управління рухом товарів на виробництві	<ul style="list-style-type: none"> - замовлення упорядковуються, - формується об'ємний план – графік, - склад виробу деталізується, - складається графік випуску вузлів і агрегатів, - призначаються терміни поставки матеріалів і комплектуючих. 	<ul style="list-style-type: none"> - надає опис стану матеріалів і специфікацію виробів, - формує ряд звітів: план замовлень, звіт про вузькі місця планування, виконавчий звіт, звіт про прогнози, - підвищує надійність забезпечення необхідними матеріалами виробничий процес, - оптимізує час поставки матеріалів, - знижує складські витрати. 	<ul style="list-style-type: none"> - необхідно підключення потреб в потужностях, фінансове планування, планування кадрових ресурсів.
MRP II	Планування виробничих ресурсів (manufacture resources planning)	Взаємозалежне планування виробничих можливостей, потреби в матеріалах, фінансах і кадрах	<p>Оптимальне управління потоками матеріалів і сировини, напівфабрикатів і готових виробів шляхом інтеграції всіх основних процесів:</p> <ul style="list-style-type: none"> - постачання, - управління запасами, - виробництво, - прями продажі - дистрибуція. 	<ul style="list-style-type: none"> - отримання оперативної інформації про поточні результати діяльності підприємства як в цілому, так і за окремими замовленнями, видами ресурсів, виконанню планів; - всебічне планування діяльності підприємства на основі оперативної інформації з використанням виробничих потужностей, усіх видів ресурсів і задоволення потреб замовників; - оптимізація фінансових і матеріальних потоків; - оптимізація обсягів матеріальних ресурсів на складах; - значне скорочення невиробничих витрат. 	<ul style="list-style-type: none"> - при фінансовому аналізі не враховуються непрямі витрати (накладні), чисто фінансові витрати (інвестиційні платежі), графік фінансових потоків, підлягає аналізу тільки прямий фінансовий результат від основної діяльності за плановий період.

Продовження таблиці 4

1	2	3	4	5	6
ERP	Планування ресурсів підприємства (enterprise resources and relationship processing)	Комплексне управління всіма ресурсами підприємства	Включає в себе наступні підсистеми: - виробництво, - постачання і збут, - управління запасами, - техобслуговування обладнання, - після продажне обслуговування виробленої продукції, - кадри, - наукові дослідження та конструкторські розробки, - фінанси.	- зниження собівартості за рахунок підвищення продуктивності, - зменшення часу виходу продуктів на ринок, - скорочення часу і числа виробничих операцій, - зменшення складських запасів, - підвищення якості продуктів, - зростання інформованості керівництва, - підвищення якості прогнозу та планування, - формалізація бізнес-процесів підприємства, що оберігає його від операційних помилок - усї підрозділи підприємства пов'язані один з одним (інтеграція).	- відсутність тісного зв'язку між інформаційними системами замовника і постачальника дозволяє замовнику легко змінювати постачальників; - функції обмежені виробництвом і адмініструванням
CSRП	Планування ресурсів, синхронізоване зі споживачем (consumer synchronization resources planning)	Комплексне управління всіма ресурсами підприємства, орієнтоване на задоволення потреб споживачів	Переміщує фокус уваги з планування виробництва на планування замовлень покупців, тобто бізнес - процеси підприємства синхронізуються з діяльністю покупців на основі технологій Інтернет.	- підвищення споживчої цінності продукції шляхом обліку кон'єктури ринку, - швидка адаптованість, тобто зміна в замовленні покупця автоматично призводить до змін у замовленнях постачальників, - зміцнення конкурентних позицій завдяки точній інформації про замовлення покупців і зниженні собівартості продукції, - підвищення якості товарів з урахуванням купівельних переваг, - можливість підтримки покупців і цілодобовий сервіс.	- необхідність доступу до мережі Інтернет.

Висновки та наукова новизна. Серед багатьох напрямків розвитку інформатизації суспільства особливу увагу останнім часом приділяють проблемі переходу ринкової економіки на рівень електронної. Аналіз наведених форм взаємодії свідчить на велику кількість привабливих ознак такої взаємодії у порівнянні з незначними недоліками процесів електронної форми ведення господарювання на всіх рівнях нашого суспільства. Аналіз існуючих програм електронної форми взаємодії підприємств та їх класифікація містить елементи дослідження і новизни, що розглядається як фактор розвитку і зміцнення ринкових позицій підприємству нестабільних умовах господарювання нашої країни.

За результатами аналізу ми отримали підтвердження про необхідність застосування сучасних електронних програм на українських підприємствах за рахунок великої кількості переваг у порівнянні з незначною кількістю недоліків, що дозволить оптимізувати економічні процеси ведення обліку матеріально-виробничих ресурсів та їх забезпечення.

Слід зауважити, що при поточному рівні економіки країни з боку споживачів є попит на оптимізацію витрат і їх максимальне зниження, допоможе при цьому послуга адміністрування складних управлінських програм. Суть її полягає в тому, що замовник передає виконавцю на аутсорсинг (передача організацією певних бізнес-процесів або виробничих функцій на обслуговування іншій компанії, що спеціалізується в даній галузі) обслуговування і підтримку інформаційної системи. Це дешевше, ніж постійно утримувати в своєму штаті програмістів і адміністраторів систем. Бо при впровадженні ERP споживачі зацікавлені в економії витрат, адже в умовах кризи підприємства вважають за краще ті інструменти, які з мінімальними інвестиціями дозволяють отримати реальний результат – знизити витрати.

Проведені дослідження доводять, що переведення діяльності підприємства із сфери реальної торгівлі у електронну торгівлю є перспективним шляхом розвитку економічних відносин як на сьогодні, так і в майбутньому. Також автоматизовані програми і процеси переведення господарювання підприємств у електронну форму є перспективною формою функціонування підприємств в умовах подальшого розвитку та інформатизації економіки України.

Список використаних джерел

1. Наказ Президента України № 928/2000 «Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні». – [Електронний ресурс] – Код доступу: <http://www.president.gov.ua>
2. Негропonte Н. [Електронний ресурс] – Код доступу: <http://ru.wikipedia.org>
3. Хэйг Мэт Основы электронного бизнеса / Мэт Хэйг [пер. с англ. С. Косихина]. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 208 с.
4. Эймор Д. Электронный бизнес. Эволюция и/или революция/ Д. Эймор. – М.: Вильямс, 2001. – 320 с.
5. Osterwalder Alex. The Business Model Ontology – a proposition in a design science approach/ Alex Osterwalder. – University de Lausanne. 2004. – 170 с.
6. Царев В.В. Электронная коммерция / В.В. Царев, А.А. Кантарович (серия «Учебники для вузов»). – СПб.: Питер, 2002. – 240 с.
7. Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учеб. пос. / А.В. Юрасов. – М.: Дело, 2003. – 480 с.
8. APICS [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org>
9. Microsoft Dynamics AX [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.innoware.ua/uk/node>
10. Інформаційні системи бухгалтерського обліку: підручник / Ф.Ф. Бутинець, С.В. Івахненко, Т.В. Давидюк, Т.В. Шахрайчук. – Житомир, ПП „Рута”, 2004. – 544 с.
11. Кузьмінський Ю.А. Автоматизація оперативного обліку та контролю міжнародних економічних операцій / Ю.А. Кузьмінський. – К.: КНЕУ, 2001.
12. Шуремов Е.Л. Информационные технологии финансового планирования и экономического анализа. – М.: ООО «1С-Паблишинг», 2003.
13. Ситник В.Ф. Основы информационных систем: Навч. посібник. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. / В.Ф. Ситник, Т.А. Писаревська, Н.В. Єрьоміна, О.С. Краєва; За ред. В.Ф. Ситника. – К. КНЕУ, 2001. – 420 с.

ОБГРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Вступ. Головною особливістю сучасного етапу розвитку економіки є стрімкий процес глобалізації. Її сутність полягає у зростанні міжнародних зв'язків, економічної взаємозалежності країн, поширенні нових технологій, єдиних стандартів життя, однорідної масової культури й ідеології. Основними наслідками процесу глобалізації є:

- зростання міжнародної торгівлі;
- поглиблення лібералізації та дерегуляції руху капіталів;
- небачена диверсифікація світових фінансових ринків і ринків технологій;
- відчутне зростання ролі ТНК у світових господарських процесах;
- загострення глобальної конкуренції;
- поява системи глобального стратегічного менеджменту;
- підвищення ролі інформаційних і комунікаційних технологій в забезпеченні економічного розвитку.

Слід наголосити, що наслідки глобалізації не завжди є позитивними. Для країн з низьким рівнем розвитку економічної системи вплив глобалізаційних процесів є важким тягарем. Саме це характерно, нажаль, і для сучасної України. Негативні наслідки глобалізаційних тенденцій розвитку економіки проявляються у наступному:

- домінування економічно розвинених країн;
- пригнічення розвитку неготових до жорсткої глобальної конкуренції цілих галузей і окремих підприємств;
- заміщення продукції національного виробника імпортованими аналогами;
- високий рівень соціальної нерівності у порівнянні з країнами з високим рівнем економічного розвитку;
- поглиблення нерівності в сфері зайнятості, продуктивності праці та матеріального добробуту.

Протидіяти негативним наслідкам глобалізації можливо за рахунок використання унікальних притаманних кожній країні конкурентних переваг. Для України такими перевагами є:

- дешева робоча сила;
- достатня забезпеченість деякими видами сировини;
- використання вигідного геополітичного розташування.

Проте наведені конкурентні переваги використовуються нашою державою дуже незначно. На противагу супротивники України у глобальній конкурентній боротьбі активно застосовують високі запатентовані технології, стимулюють виробництво унікальних товарів, всебічно залучають наукову еліту та широко фінансують інноваційну діяльність. Саме тому перед українською економікою в цілому й окремими національними виробниками постає актуальна проблема переходу на інноваційний шлях розвитку.

Результати дослідження. Реалізація інноваційної діяльності є одним з основних чинників конкурентоспроможності продукції, забезпечує ефективність використання виробничих ресурсів, підвищує ступінь адаптованості підприємств до зовнішнього середовища, розширює його можливості щодо виходу на нові ринки продукції, створює умови довгострокової стабільності [1].

Аспектам інноваційного розвитку присвячено багато наукових праць, у яких досліджено стратегії та методи забезпечення інноваційного розвитку, визначено його вплив на процеси, пов'язані з розвитком держави й регіонів, галузей та окремих підприємств.

Велике значення з точки зору обґрунтування загальнотеоретичних засад інноваційного менеджменту й сутності та ролі інновацій в економіці підприємств мали праці Й. Шумпетера, П. Друкера, Б. Санто, Б. Твісса тощо. Результати досліджень інноваційної діяльності підприємств та питання, що певною мірою стосуються проблематики управління їх інноваційним розвитком, останнім часом висвітлювалися в наукових публікаціях С. Ілляшенка і Ю. Шипуліної, Б. Мільнера, В. Гриньової і В. Власенко, І. Федулової, І. Левицької та інших. Однак, незважаючи на названі вище дослідження, нині ще не сформувалося єдиного чіткого визначення поняття «інноваційний розвиток підприємства». При цьому, як слушно зауважив Ю. Погорелов, інноваційний розвиток підприємства достатньо часто ототожнюють із поняттям його розвитку в цілому, а це, на нашу думку, некоректно. Недостатньо вивченими лишаються і аспекти встановлення передумов інноваційного розвитку непромислових підприємств.

Вивчення численних наукових джерел, у яких так чи інакше йдеться про інноваційний розвиток, дозволили встановити, що нині сформувалося два основних підходи до розуміння цього терміну:

- предметно-технологічний, або орієнтований на науковий результат, який, зокрема, простежується у працях Й. Шумпетера, П. Завліна, І. Балабанова та ін. та при якому інноваційний розвиток розглядається як кінцевий результат наукової чи науково-технічної діяльності;

- функціональний, що зустрічається у працях Б. Санто, Б. Твісса та ін., у яких інноваційний розвиток пов'язують із функціями створення, впровадження, поширення нововведень, реалізації інноваційних проектів тощо.

Водночас варто наголосити, що в більшості випадків нині як у дослідженнях вітчизняних, так і іноземних науковців термін «інноваційний розвиток» використовується, коли йдеться про відповідний тип розвитку на макрорівні і проводяться дослідження щодо механізму реалізації науково-технічного прогресу в процесі економічного розвитку країни, регіону, формування так званої знанневої економіки, пошуку нових джерел економічного зростання, побудови державної інноваційної моделі розвитку тощо. При цьому під інноваційним типом розвитку, як правило, розуміють «спосіб економічного зростання, заснований на постійних і систематичних нововведеннях, спрямованих на суттєве поліпшення всіх аспектів діяльності господарської системи, на періодичному перегрупованні сил, обумовленому логікою НТП, цілями і завданнями розвитку системи, можливістю використання певних ресурсних факторів у створенні інноваційних товарів і формуванні конкурентних переваг» [3], а «інноваційною вважають таку модель розвитку, яка безпосередньо ґрунтується на отриманні нових наукових результатів та їх технологічному впровадженні у виробництво, забезпечуючи приріст ВВП головним чином за рахунок виробництва і реалізації наукоємної продукції та послуг» [5].

Найбільш повно інноваційний розвиток визначається як процес цілеспрямованого послідовного руху підприємства до збалансованого інноваційного стану під впливом синергетичної дії зовнішніх і внутрішніх факторів, що визначають стійкість організаційно-функціональної системи підприємства в умовах ринкової економіки, який характеризується результатом якості, досягнутим залежно від інтенсивності та швидкості інноваційних процесів на підприємстві.

В сучасних умовах інноваційний розвиток підприємств є вирішальною частиною інноваційного розвитку економіки країни в цілому. Важливість інноваційного розвитку для сучасної економіки України переоцінити неможливо. Адже саме завдяки інноваційному типу розвитку може бути досягнуто економічне зростання вже в найближчій та стратегічній перспективі. Сьогодні на ринку склалося досить жорстке конкурентне середовище, тож підприємства повинні мати досить міцні і стійкі конкурентні переваги. Інноваційний розвиток зі сучасних умов функціонування є одним з найбільш перспективних напрямів

розвитку кожного підприємства незалежно від виду діяльності. Для забезпечення інноваційного розвитку підприємств виникає об'єктивна необхідність виділити та оцінити чинники даного розвитку.

Слід зазначити, що на інноваційний розвиток впливають багато чинників, що сприяють інноваційного розвитку або перешкоджають впровадженню інновацій. Їх, в більшості випадків, доцільно поділити на дві групи: чинники зовнішнього та внутрішнього впливу. До зовнішніх чинників відносяться чинники, які здійснюють вплив на інноваційний розвиток з боку навколишнього середовища підприємства. До таких факторів відносять: політичну ситуацію в країні, рівень економічного зростання країни, наявність зовнішніх джерел фінансування, національну та міжнародну законодавчу базу, податкову політику, науково-технічний прогрес в країні, екологічну ситуацію в країні та міжнародні програми з екологічної безпеки тощо [2].

Внутрішні чинники – це чинники, які здійснюють вплив на інноваційний розвиток в межах підприємства. До них належать: цілі організації, що спрямовані на реалізацію стратегічних заходів; інноваційний потенціал підприємства; наявність фахівців з економічної безпеки та відповідних функціональних підрозділів.

У класичній теорії інноватики інноваційний розвиток пов'язується з факторами економічної кон'юнктури:

- з рівновагою першого порядку – попит і пропозиція;
- з рівновагою другого порядку – перетікання капіталу в нове обладнання, машини, модернізація виробництва;
- з рівновагою третього порядку – зміна структури виробництва, джерел енергії, кваліфікації та умов праці трудових ресурсів.

Основною парадигмою інноваційного розвитку є зміщення акцентів на використання принципово нових прогресивних технологій, переходом до випуску високотехнологічної продукції, прогресивними організаційними й управлінськими рішеннями в інноваційній діяльності щодо мікро- та макроекономічних процесів розвитку – створення технопарків і технополісів, проведення політики ресурсозбереження й інтелектуалізації виробничої діяльності.

Процес інноваційного розвитку необхідно, насамперед, розглядати з позицій конкретного суб'єкта господарської діяльності, що здійснює господарську діяльність (виробничо-збутову діяльність) у взаємодії з постачальниками сировини і матеріалів, конкурентами, торговими і збутовими посередниками, споживачами і ін. у конкретних економічних, політичних, екологічних, правових та інших умовах. При цьому така взаємодія має імовірнісний характер і не піддається однозначній оцінці.

Підприємство, що стало на інноваційний шлях розвитку, має функціонувати згідно з такими принципами:

- адаптивності – прагнення до підтримання певного балансу зовнішніх і внутрішніх можливостей розвитку (внутрішніх спонукальних мотивів діяльності господарюючого суб'єкта і зовнішніх, що генеруються ринковим середовищем);
- динамічності – динамічне приведення у відповідність цілей і спонукальних мотивів (стимулів) діяльності підприємства (у тому числі його власників, менеджерів, фахівців, працівників);
- самоорганізації – самостійне забезпечення підтримання умов функціонування, тобто самопідтримка обміну ресурсами (інформаційними, матеріальними, фінансовими) між елементами виробничо-збутової системи підприємства, а також між підприємством і зовнішнім середовищем;
- саморегуляції – коригування системи управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства відповідно до змін умов функціонування;
- саморозвитку – самостійне забезпечення умов тривалого виживання і розвитку підприємства (відповідно до його місії і прийнятої мотивації діяльності).

За цими принципами має функціонувати і система управління інноваційним розвитком суб'єктів господарської діяльності.

Управління інноваційним розвитком орієнтоване на досягнення визначених цілей (завоювання більшої частки ринку, збільшення прибутку в поточному періоді чи в перспективі, забезпечення високих темпів сталого економічного розвитку і ін.) в умовах конкурентного середовища, коли цілі інших господарюючих суб'єктів можуть з ними не збігатися (і, як правило, не збігаються). Це протиріччя слід належним чином враховувати, узгоджуючи намічені цілі з можливостями їхнього досягнення.

У цілому, в масштабах ринку, таке узгодження цілей і інтересів господарюючих суб'єктів відбувається за допомогою ринкових механізмів (механізму рівноваги виробництва і споживання, механізму конкуренції і ринкового ціноутворення, механізмів економічних циклів), організаційно-економічного механізму підприємства, а також механізмів державного і регіонального регулювання і підтримки.

Для цього необхідно мати найбільш повну зовнішню інформацію стосовно суб'єкта господарювання, що характеризує різні сторони ринкового середовища. Відповідно потрібна інформаційна система, яка виконувала б функції збирання, накопичення, збереження, переробки й аналізу інформації про процеси, що відбуваються на ринку, про дії суб'єктів ринкової діяльності (у сфері виробництва, фінансово-кредитній сфері, сфері послуг, науковій сфері та ін.), що регулюють вплив держави, стан економічної, політичної, правової, екологічної, соціальної, технологічної, демографічної й інших складових середовища господарювання.

Крім того, необхідно володіти інформацією, що характеризує безпосередньо сам суб'єкт господарювання: його організаційний, виробничий, кадровий, технологічний, інвестиційний та інноваційний потенціал; стан і потенціал збутової мережі; організацію системи товароруху; відносини з економічними контрагентами; фінансовий стан; конкурентоспроможність продукції і підприємства в цілому й ін.

Інформація, що надходить, використовується у процесі вироблення заходів щодо пошуку свого місця на ринку (формування цільового ринку в загальному випадку) з метою реалізації визначених цілей інноваційного розвитку.

Як впливає з вищевикладеного, управління інноваційним розвитком здійснюється на декількох рівнях: рівні держави, рівні регіону чи галузі, рівні конкретного суб'єкта господарської діяльності. Перші два становлять макрорівень управління, а останній – мікрорівень.

Макрорівень управління включає елементи регулюючих механізмів: державного регулювання ринкових процесів, правового регулювання підприємницької діяльності, соціального, політичного регулювання тощо.

Склад методів, що застосовуються на макрорівні управління інноваційним розвитком суб'єктів господарювання, та регулюючих механізмів така.

1. Методи економічного стимулювання. За допомогою методів даної групи держава стимулює розвиток пріоритетних галузей, регулює виробництво певних видів товарів, стимулює розвиток науки і техніки, інвестиційну й інноваційну діяльність, що у свою чергу надає можливість розвитку підприємницьких структур і окремих суб'єктів господарської діяльності (хоча в умовах України цей механізм далекий від досконалості).

2. Методи планування включають групу методів, які передбачають проведення планово-дослідницьких робіт, що передують соціально-економічному розвитку. Методи даної групи стимулюють розвиток певних галузей, регіонів, видів діяльності, що, у свою чергу, зумовлює розробку новацій різного рівня й інноваційний шлях розвитку в цілому. Так, наявність державного замовлення на виробництво деяких видів сільськогосподарської продукції стимулює їх виробництво, надаючи сільськогосподарським підприємствам можливість розвитку.

3. Правові методи. Ці методи здійснюють регулюючий вплив через правове регламентування конкретних видів діяльності, систему державних стандартів і методів прямого адміністрування. Наприклад, система жорстких стандартів на якість продуктів харчування дала поштовх розвитку фірм, що спеціалізуються на їх сертифікації.

4. Методи соціального регулювання впливають на розвиток ринку певних видів товарів через суспільні рухи («зелені»), різні недержавні організації (наприклад, професійні асоціації). Цей вплив може як стимулювати розвиток, так і протидіяти йому. Прикладом може служити той факт, що саме активне втручання і вплив «зелених» запобігло будівництву заводу з виробництва штучного білка в Сумській області в безпосередній близькості від обласного центра.

5. Методи політичного регулювання. На розвиток ринкових можливостей впливають шляхом надання різного роду прав і свобод: права на підприємницьку діяльність, права на власність, надання певного правового статусу окремим територіям (вільні економічні зони, території пріоритетного розвитку, офшорні зони, що стимулюють розвиток конкретних регіонів і видів діяльності), захист інтелектуальної власності та ін.

Серед розглянутих методів провідна роль належить економічним, вплив яких може бути як прямим, так і опосередкованим. Однак в умовах нашої держави не можна нехтувати й адміністративними методами, вплив яких все ще досить помітний.

Мікрорівень конкретизує варіанти дій окремих суб'єктів підприємницької (господарської) діяльності з пошуку шляхів розвитку ринкових можливостей, які спираються на безперервну і послідовну розробку і виведення на ринок різного роду новацій з метою забезпечення тривалого виживання і стійкого розвитку в конкурентному середовищі.

Розглянемо функції управління інноваційним розвитком на мікрорівні.

1. Аналіз зовнішнього середовища і прогнозування його розвитку. Досліджується поточна кон'юнктура ринку і її визначальні фактори, складається прогноз розвитку кон'юнктури.

2. Аналіз внутрішнього середовища підприємства. Виявляють сильні і слабкі сторони діяльності підприємства, вивчають результати минулої діяльності, ефективність функціонування підприємства, тенденції його розвитку та ін.

3. Виявлення напрямків та варіантів інноваційного розвитку ринкових можливостей шляхом зіставлення можливостей і небезпек, зумовлених зовнішнім середовищем, а також сили і слабкості підприємства, наприклад, методом SWOT-аналізу.

4. Вибір цільових ділянок ринку (сегментів чи ніш) для реалізації проектів інноваційного розвитку господарюючих суб'єктів, розробка підходів до формування цільового ринку на базі визначених ділянок.

5. Аналіз і кількісна оцінка ризику на етапах інноваційного розвитку і всього процесу в цілому, коригування робіт за результатами аналізу (у разі необхідності).

6. Виділення пріоритетних напрямків діяльності. На основі аналізу обраних варіантів інноваційного розвитку ринкових можливостей, з урахуванням даних сегментації формують систему цілей на поточний і довгостроковий періоди діяльності, визначають пріоритетні завдання, вирішення яких сприяє досягненню поставлених цілей.

7. Формування організаційної структури управління інноваційним розвитком. Відповідно до системи цілей і складу завдань, які потрібно вирішити, формують матричні організаційні структури, що складаються з фахівців різного профілю: маркетологів, економістів, фінансистів, конструкторів, збутових працівників для управління процесами інноваційного розвитку ринкових можливостей.

8. Планування виробничо-збутової і фінансової діяльності за обраними пріоритетними напрямками. Розробляють перспективні і поточні плани, у тому числі бюджети проектів (планують обсяги необхідних інвестицій у новації) і визначають джерела їхнього фінансування, формують оптимальну структуру інвестицій.

9. Контроль за виконанням заходів, спрямованих на реалізацію потенціалу інноваційного розвитку. Виконується збирання і аналіз інформації, що характеризує процеси, які відбуваються у зовнішньому середовищі, процеси всередині самого підприємства, хід виконання запланованих науково-дослідних, дослідно-конструкторських і виробничо-збутових заходів. Виявляються причини відхилень фактично реалізованої програми від наміченої (за термінами, обсягами, ефективністю).

10. Підготовка рішень про своєчасну зміну пріоритетів і пошук нових напрямів інноваційної діяльності. За підсумками контролю готують рішення про коригування і зміну пріоритетів діяльності, аж до припинення робіт над неефективними варіантами розвитку. Приймають рішення про розробку нових варіантів інноваційного розвитку. Ця функція відіграє особливу роль при орієнтації виробничо-збутової діяльності підприємства на ніші ринку, де зміна пріоритетів – явище звичайне.

Суб'єктом управління є керівництво підприємства (керівники його структурних підрозділів). Об'єктом управління – процес інноваційного розвитку, який реалізують працівники підрозділів підприємства.

Керівництво підприємства керує процесами інноваційного розвитку, орієнтуючи на це діяльність відповідних підрозділів за допомогою системи економічних інструментів. Окремі з цих інструментів (див. функцію 9) надають керівникам інформацію, яка характеризує результативність процесу розвитку. Необхідна для управління інформація про зовнішнє середовище і сам об'єкт управління надходить через систему інформаційного забезпечення.

Наявність зворотного зв'язку між системою інформаційного забезпечення і керівництвом підприємства характеризує той факт, що управлінню неминуче властиві елементи адміністрування, тобто вольові настанови керівника. Зворотний зв'язок з цілями управління показує, що формування й уточнення цілей виконується в процесі управління. Інноваційний розвиток конкретного підприємства впливає на стан ринку в цілому, про це свідчить зворотний зв'язок між зовнішнім середовищем і підприємством.

Взаємодія рівнів управління здійснюється через систему інформаційного забезпечення. При цьому, з погляду мікрорівня управління, впливи регулюючих механізмів (макрорівень) сприймаються як впливи чинників зовнішнього середовища і відповідним чином враховуються при розробці стратегій інноваційного розвитку.

Пошук, оцінка і вибір варіантів інноваційного розвитку – це основні завдання, що підлягають вирішенню в процесі досягнення цілей тривалого виживання і стійкого розвитку суб'єктів господарювання відповідно до обраної місії.

Необхідно оцінити усі варіанти розвитку і вибрати найбільш прийнятні, тобто ті, ступінь упевненості в реалізації яких досить висока. Для цього характеристики зовнішнього середовища господарювання і характеристики підприємства, що відносяться до розглянутих варіантів розвитку, слід оцінити кількісно і визначити їхні інтегральні оцінки за варіантами. Порівнявши інтегральні оцінки, вибрати варіанти розвитку, найбільш прийнятні з погляду зовнішніх умов і можливостей підприємства.

Розгляд виконано за такою схемою: напрями розвитку і в їх рамках варіанти розвитку – характеристики зовнішнього середовища (які сприяють і які перешкоджають розвитку).

1. Глибоке проникнення на ринок. Ринкові можливості: високі ціни на товари конкурентів (унаслідок високої собівартості продукції чи з інших причин), що дає можливість використати стратегію низьких цін; еластичність попиту щодо ціни, що дозволяє збільшити обсяг збуту і дохід за рахунок зменшення ціни; недостатня поінформованість цільової аудиторії про продукцію підприємства; наявність добре налагодженої і перевіреної часом збутової мережі та резервів її розвитку; незначний асортимент і низький рівень сервісу, що надають основні конкуренти; можливості виробництва супутніх товарів і послуг; наявність потреб в передпродажній підготовці товарів і після продажного обслуговування;

наявність законодавчої бази і налагоджених механізмів кредитування споживачів; надання продукції в оренду, лізинг; ріст ємності ринку (фактичний чи очікуваний).

Ринкові загрози: наявність чи поява нових сильних конкурентів; наявність товарів-замінників; відсутність чи слабкість збутової мережі; неприйняття цільовою аудиторією методів стимулювання; падіння ємності ринку; нестабільні умови господарювання; недосконале законодавство; відсутність налагоджених ринкових механізмів; згасання ділової активності; різка зміна потреб і запитів споживачів; несприятливі демографічні, соціальні, політичні, економічні, правові, екологічні та інші зміни.

2. Розширення меж ринку. Ринкові можливості: існуюча на окремих сегментах ринку чи інших ринках незадоволена потреба в продукції, аналогічній продукції підприємства, що аналізується; економічний підйом у розглянутих регіонах; наявність ділянок ринку, залишених поза увагою конкурентів, недостатньо активна робота конкурентів на них; наявність каналів збуту для виходу на інші ринки; можливості багатоцільового використання виробленої продукції.

Ринкові загрози: протекціоністські заходи щодо місцевих виробників (наприклад, наявність митних та інших бар'єрів); відсутність каналів збуту для виходу на інші регіони чи сегменти ринку; наявність специфічних особливостей і місцевих традицій на нових ринках; наявність товарів-замінників, що є основною продукцією конкурентів (при спробі розширити діапазон застосування продукції досліджуваного підприємства); неприйняття споживачами товарів у нетрадиційних галузях їх використання; нестабільність політичного, економічного, соціального чи іншого середовища на нових ринках.

3. Розробка і реалізація нових товарів. Ринкові можливості: економічний підйом; прискорення темпів НТП; стимулююча інноваційна політика держави; політика держави, спрямована на підвищення якості життя, високі стандарти якості життя в регіонах збуту; існуюча диференціація потреб і запитів споживачів; незадоволеність споживачів існуючими товарами; існуючі в споживачів потреби щодо зміни характеристик товарів; можливості використання наукових відкриттів, винаходів у практичній діяльності; існування прихованих (потенційних) потреб споживачів.

Ринкові загрози: різкі зміни смаків і уподобань споживачів; поява конкурентів, що виробляють аналогічну продукцію; різка зміна умов виробничо-збутової діяльності; падіння ємності ринку внаслідок несприятливих змін економічного, політичного, соціального чи іншого середовища; непридатність існуючих каналів збуту для реалізації нової продукції; консерватизм споживачів, неприйняття ними нових товарів.

4. Диверсифікація виробництва і збуту. Ринкові можливості: прискорення темпів НТП; підвищення рівня життя населення; економічний підйом; стимулююча інноваційна політика держави; існуюча значна диференціація запитів споживачів як у межах одного ринку, одного сегмента, так і залежно від ринку чи його сегмента (регіону); виявлені нові потреби чи незадоволений попит на нові товари; наявність споживачів з різко окресленими специфічними потребами і запитам.

Ринкові загрози: різка зміна потреб і запитів споживачів унаслідок несприятливих демографічних, соціальних, політичних, економічних, правових та інших змін; консерватизм споживачів, неприйняття ними нових товарів; відсутність чи слабкість збутової мережі; наявність бар'єрів для входження на ринок (наприклад, потреби у значному стартовому капіталі); незначні розміри ніш ринку.

Розглянемо характеристики внутрішнього середовища (сильні і слабкі сторони діяльності підприємства).

Сильні сторони: висока репутація в споживачів і партнерів; кваліфіковане, енергійне керівництво, що використовує нестандартні, творчі прийоми роботи; постійні контакти зі споживачами, діловими партнерами, торговими і збутовими посередниками; висока

кваліфікація фахівців і робітників; різноманітний асортимент продукції, що випускається; сучасні виробничі потужності, що мають високу гнучкість використання; резерв виробничих потужностей і виробничих площ; конкурентоспроможна продукція і конкурентоспроможне виробництво; досвід розробки нових видів продукції відповідно до міжнародних стандартів; надійні постачальники сировини, матеріалів, енергії, комплектуючих; близькість до транспортних вузлів; висока фінансова стійкість; досвід роботи на закордонних ринках.

Слабкі сторони:

- відсутність чітких стратегічних перспектив розвитку; конкурентна позиція, що погіршується, уразливість до конкурентного тиску; низька фінансова стійкість; незнання ринку; слабкі виробничі можливості; жорстка інтеграція підприємства; великі розміри і складність управління; застаріла продукція і технології; низька якість продукції; ненадійне постачання; незнання конкурентів; застаріле обладнання;

- відсутність резервів виробничих потужностей і площ; відсутність налагоджених каналів збуту продукції; складна і неефективна система управління; небажання змін з боку адміністрації, прихильність до усталених стереотипів діяльності.

Для оцінки сильних і слабких сторін підприємства слід розглядати весь перелік наведених вище характеристик, доповнюючи чи коригуючи його за необхідності. Ці характеристики є базовими і можуть бути доповнені чи модифіковані для аналізу ринкових можливостей інноваційного розвитку конкретних підприємств.

Необхідно відзначити, що залежно від конкретної ринкової ситуації ті самі характеристики підприємства можуть свідчити як про силу, так і про слабкість підприємства. Тому, відповідно до ходу змін на ринку, показники сили і слабості підприємства (так само, як і характеристики зовнішнього середовища) необхідно регулярно переглядати. Варто враховувати також той факт, що вагомість різних характеристик внутрішнього і зовнішнього середовища різна.

Слід відзначити, що традиційні методи оцінки проектів розвитку суб'єктів господарської діяльності, які передбачають порівняльну оцінку альтернативних варіантів за такими критеріями як чистий приведений дохід, термін окупності, рентабельність, внутрішня норма прибутковості потребують детальних відомостей по кожному з порівнюваних варіантів, що пов'язано зі значними витратами часу і коштів.

В умовах швидких змін на ринку і дефіциту фінансових ресурсів на виконання такого роду оцінок може просто не вистачити ні часу, ні коштів. Оскільки ситуація на ринку може докорінно змінитися, наявні на сучасний момент ринкові можливості будуть у першу чергу реалізовані тими, хто зумів оперативніше їх виявити і використати. Тому, визнаючи безсумнівну необхідність детального економічного аналізу й оцінки прийнятих рішень відповідно до загально визначених методик, слід зазначити, що попередній відбір варіантів необхідно виконувати іншими способами, наприклад, викладеним вище, оперативно і з мінімальними витратами. Тим більше, якщо таких варіантів виявиться досить багато.

З іншого боку, суто інтуїтивний пошук варіантів розвитку, що практикується на багатьох підприємствах, містить у собі багато елементів суб'єктивізму, а відібрані варіанти далеко не завжди є кращими, іноді вони просто неприйнятні, оскільки не відповідають існуючим реаліям.

Викладений підхід дозволяє вже на початковій стадії відмовитися від неприйнятних варіантів. Методика оцінки дозволяє врахувати імовірнісну природу характеристик зовнішнього і внутрішнього середовища, що дозволяє приймати рішення в умовах більшої визначеності і меншого ризику. Наведені методики мають цілком формалізований вигляд і можуть бути реалізовані на ПК (із застосуванням стандартних пакетів програм). Це різко підвищує оперативність і точність робіт, дає принципову можливість розширення горизонту

вибору за рахунок проведення оперативного аналізу й оцінки множини альтернативних варіантів, включаючи їх різні комбінації, дозволяє аналізувати можливі варіанти розвитку подій на ринку залежно від того, яка з виявлених тенденцій набуде розвитку.

Крім того, даний підхід дозволяє значною мірою перебороти суб'єктивізм експертних оцінок, знизити ризик прийняття неадекватних зовнішнім і внутрішнім умовам господарської (підприємницької) діяльності управлінських рішень, підвищити їх об'єктивність і точність. Обрані відповідно до викладеної методики варіанти розвитку ринкових можливостей слід уточнити, одержавши відповідь на ряд запитань. Чи є достатньо ємний ринок для реалізації прийнятих варіантів? Чи достатньо ресурсів підприємства, включаючи його інноваційний потенціал? Якою буде реакція фактичних і потенційних конкурентів? І так далі. Одержати відповіді на ці питання можна шляхом продовження і деталізації аналізу, коли здійснюється пошук нових цільових ринків (сегментів чи ніш), чи досліджуються можливості розвитку існуючих (у загальному випадку – формування цільових ринків) для реалізації відібраних для конкретних підприємств в існуючих ринкових умовах варіантів інноваційного розвитку.

Ринкові механізми самі по собі не тільки не сприяють структурній переорієнтації економіки України на інноваційний шлях розвитку, а підштовхують її у зворотному напрямі – до переважання старих технологічних укладів. Отже, переломити ситуацію може тільки цілеспрямована інноваційна політика держави.

Висновок та наукова новизна. Для українських підприємств активізація інноваційних процесів і забезпечення інноваційного розвитку є єдиною передумовою їх виживання та потенційного виходу на світові конкурентні ринки. При чому мова йде не про стимулювання продуктивних інновацій, які у бідь-якому разі не є «панацеєю», а про докорінні зміни в організаційному, техніко-технологічному, матеріально-технічному, маркетингово-логістичному, фінансово-кредитному полях функціонування підприємств. Це дозволить організувати процес швидкої подачі на світові ринки продукції нової якості у доступному ціновому сегменті за оптимально мінімальних витрат на її виробництво та реалізацію, тобто зробить українського виробника та його продукцію конкурентоспроможними на глобальному конкурентному ринку. Разом з тим впровадження організаційних, техніко-технологічних, маркетингово-логістичних, фінансово-кредитних інновацій є дієвим підґрунтям стійкого розвитку українських підприємств та забезпечить комплексність їх інноваційного розвитку через нарощення всіх складових інноваційного потенціалу суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел

1. Говоруха, Ж.А. Питання розвитку інноваційної діяльності підприємств України / Ж.А. Говоруха // Актуальні проблеми економіки. – 2017. – №8(74). – С. 107-115.
2. Гриньова, В.М. Соціально-економічні проблеми інноваційного розвитку підприємств: монографія / В.М. Гриньова, О.В. Козирєва. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2016. – 192 с.
3. Дикань, В.Л. Інноваційний вектор забезпечення сталого розвитку економіки України / В.Л. Дикань, Б.Я. Остапюк // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник науково-практичних статей. – 2012. – №39. – С. 15-20.
4. Дикань, В.Л. Концепція інноваційного розвитку економіки / В.Л. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник науково-практичних статей. – 2015. – №51. – С. 9-20.
5. Економіка і організація інноваційної діяльності на залізничному транспорті: навч посібник / В.Л. Дикань, О.Г. Кірдіна, І.Л. Назаренко, Ю.М. Уткіна; за ред. В.Л. Диканя. – Харків: УкрДАЗТ, 2014. – 314 с.

канд. екон. наук, доцент **Колмакова О. М.**,
канд. екон. наук, доцент **Халіна В. Ю.**,
канд. екон. наук, професор **Смачило В. В.**
Харківський національний університет будівництва та архітектури

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕЕМІГРАЦІЙНОГО СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Вступ. Останні шість років чисельність наявного населення України характеризується негативною динамікою до зменшення на 3,2 млн. осіб (з 45,8 млн. в 2011 році до 42,6 млн. осіб в 2016) [18], що обумовлено як природним скороченням (999,1 тис. осіб), так і міграцією – 2,2 млн осіб мігрували з країни офіційно зі зміною громадянства. Врахування тимчасової трудової міграції значно збільшує величину мігрантів – за приблизними підрахунками, за кордоном працює близько 5 млн наших громадян [4]. В основному, це особи трудоактивного віку 33-38 років [5], які в інших країнах є найбільш захищеними від бідності, оскільки високий/достатній рівень заробітної плати складає основу їх матеріальної забезпеченості, але, на жаль, не в Україні. Саме тому щорічно наша держава втрачає кадровий потенціал, з освітою, досвідом роботи та кваліфікацією, який є конкурентоздатним на міжнародному ринку праці. В результаті цього, протягом останніх років по всьому світі сформувались українські діаспори та спілки мігрантів, які охоче допомагають своїм співвітчизникам за кордоном та родичам, що знаходяться в Україні (міграційний капітал (надходження від мігрантів до України) в 2015 році склав біля 6 млрд дол.). Таку ситуацію слід розглядати як негативну не лише в економічному контексті (недоотриманий ВВП, вкладені кошти в освіту мігрантів, тощо), але й в соціальному (відірваність від батьківщини, непотрібність їй).

Основою економіки будь-якої держави є економічно активне населення, що формує середній клас. На думку авторів даного дослідження, саме за кордоном сформувався трудовий капітал українського суспільства, що має бути повернений, його призначення сформувати середній клас в Україні, якого, на даний період, так не вистачає. Окрім того, українці, які отримали гарну освіту, досвід економічних та соціальних відносин за кордоном та зрозуміли цінність західних демократій, повернулися б реалізувати себе в Україні, вони здійснили б неоціненний внесок у реформування застарілих систем керування та побудову нової країни.

У світовій літературі теоретичну модель позитивних наслідків зворотної міграції розробили та практично підтвердили К. Дагменн, І. Фальдон та Уейсом [21], С. Рейнхольд, К. Том [5], А. Барретт, Ф. О'Коннел [20]. Українські вчені, що працюють над питаннями впливу рееміграції на розвиток бізнесу окремо та регіону, держави в цілому О.Р. П'ятковська [14], Колмакова О.М., Смачило В.В. [16], Р.Р. Рісна [15] та інші. В роботах [17; 23] говориться про актуальність соціального підприємництва у вирішенні проблем суспільства (працевлаштування людей з інвалідністю, внутрішньо переміщених осіб, осіб з маргінальних груп), до яких логічно віднести й проблему зворотної міграції. Майже всі перелічені вчені згодні з тим, що повертати корінне населення не тільки необхідно, але ще й економічно доцільно та вигідно. Попри актуальність проблеми, основна частина досліджень має соціальну та демографічну спрямованість і представлені як шляхи зменшення соціальної напруги та подолання демографічної депресивності. Досить мало пропонується економічних рішень й важелів щодо стимулювання рееміграції. Одним із напрямків вирішення вказаної проблеми є розвиток соціального підприємництва та розробка державної програми повернення мігрантів в Україну.

Метою дослідження є виявлення впливу міграційного капіталу на економіку України та розробка механізму стимулювання рееміграції, що обумовило використання певного теоретико-методологічного інструментарію, а саме: логіко-теоретичного узагальнення, – для опису теоретичного підґрунтя проблематики, що досліджується; кореляційно-регресійного аналізу – для визначення залежності між такими факторами як ВВП та заробітна плата;

математичних методів та методів логіки – для обґрунтована формування механізму стимулювання реєміграції; абстрактно-логічний – для здійснення теоретичних узагальнень, формування висновків і рекомендацій.

Результати дослідження. З розвитком глобалізації міжнародної економіки зростає масштабність та інтенсивність міграції трудових ресурсів. Україна на світовому ринку праці виступає як країна-донор, найбільший експортер робочої сили. Дедалі більші потоки українських працівників стають якіснішими та молодшими, що задовольняє потребу в трудових ресурсах як країн-сусідів (Польщі, Угорщини, Словаччини), так і інших європейських країни (Німеччини, Італії, Іспанії). В той же час, для розвинених країн світу, повернення кваліфікованих кадрів з досвідом роботи в державу-донор є одним із пріоритетів національної кадрової політики та стратегії її соціально-економічного розвитку.

Останнє дослідження Research&Branding Group показало, що 55% українців до 30 років готові покинути країну. Головними причинами бажання емігрувати в грудні 2016 р. була більш висока заробітна плата за кордоном (28%) і збройний конфлікт (27%). Варто відзначити, що 60% трудових мігрантів були б раді повернутися в Україну [12]. Це ще раз підтверджує, що необхідно створювати умови для повернення трудових мігрантів.

Розглянемо інший бік трудової міграції. Міграційний капітал, що приходить в Україну не є продуктивним, він використовується більш на споживчі цілі, не інвестується в розвиток економіки, з нього не сплачуються податки в повному обсязі, тобто він не є для ВВП утворюючим фактором.

Авторами було проведено досить спрощений аналіз залежності ВВП України від загального фонду оплати праці українців (ЗФОП), який визначався як добуток кількості зайнятого населення та середньомісячної заробітної плати за офіційними даними Комітету статистики України [3] (табл. 1).

Таблиця 1

Вихідні данні для розрахунку залежності ВВП від ЗФОП

Рік	Середньомісячна номінальна та реальна заробітна плата штатних працівників, грн	Зайняте населення, тис. осіб	Загальний фонд оплати праці, млн. грн	Валовий внутрішній продукт у фактичних цінах, млн. грн
2007	1351	20904,7	28242,2497	720731
2008	1806	20972,3	37875,9738	948056
2009	1906	20191,5	38484,999	913345
2010	2239	19180,2	42944,4678	1 079 346
2011	2633	19231,1	50635,4863	1 299 991
2012	3026	19261,4	58284,9964	1 404 669
2013	3265	19314,2	63060,863	1 465 198
2014	3480	18073,3	62895,084	1 586 915
2015	4195	16443,2	68979,224	1 988 544
2016	5183	16276,9	84363,1727	2 383 182

В результаті було отримано пряму залежність з дуже високим коефіцієнтом кореляції та детермінації (рис. 1).

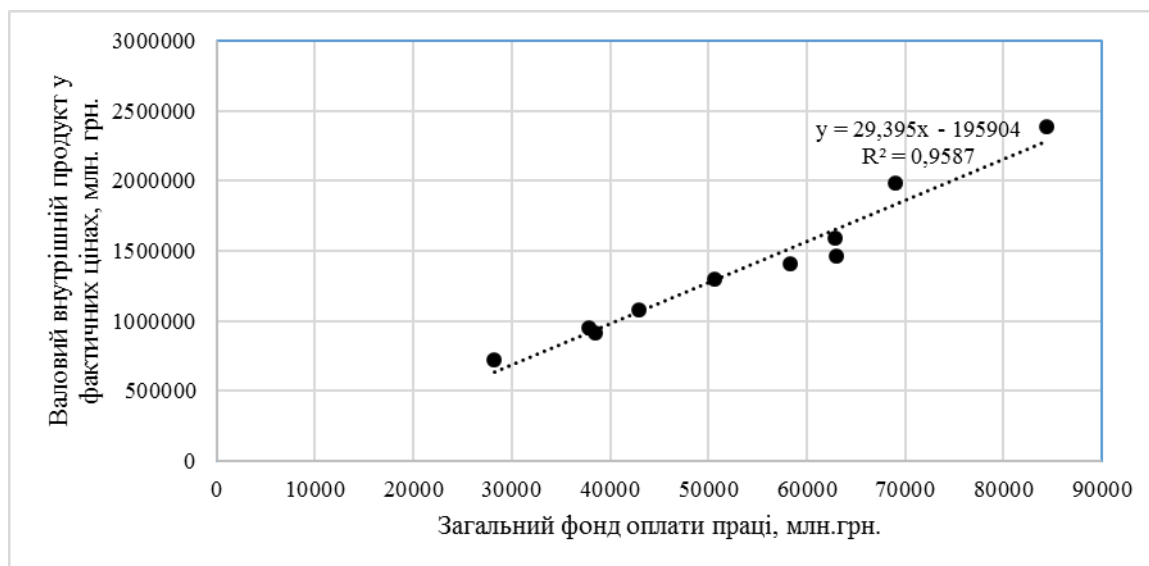


Рисунок 1 – Вплив загального ФОП на ВВП України, млн грн.

Коефіцієнт кореляції показує, що загальний фонд оплати праці є основним фактором впливу на формування ВВП, коефіцієнт детермінації говорить про залежність ВВП від ЗФОП на 95,57%. Коефіцієнт регресії складає 29,395, відповідно, якщо ЗФОП збільшиться на 1 грн, ВВП зросте на 29,395 грн. Модель достовірна, статистично значима, тобто її можна використовувати при плануванні, прогнозуванні розрахунках умовних даних.

Розглянемо гіпотезу за умови, що всі дійсні мігранти залишилися та отримують заробітну плату в Україні. Слід відмітити, що трудові мігранти є економічно- та трудоактивними, бо вони поїхали заробляти за кордон в невідомі їм місця, країни. Тому можна зробити висновок, що за сприятливих умов в Україні, вони заробили стільки ж, а може і більше (бо цифри для розрахунків були взяті офіційні і не враховувались суми які були привезені готівкою або передані через друзів та знайомих) [2; 11].

На думку авторів, до ЗФОП слід додати грошові надходження, що надійшли до України від мігрантів, щоб отримати його скореговану суму. Підставивши нові дані в математичну модель $y = 29,395x - 195904$, отримуємо скорегований ВВП (табл. 2).

Таблиця 2

Результати теоретичних розрахунків щодо розвитку ВВП за умови економічної діяльності трудових мігрантів в Україні

Рік	Грошові перекази мігрантів в Україну, млн дол.	Курс дол. на кінець року, грн	Грошові перекази мігрантів в Україну, млн грн	Новий ЗФОП, млн грн	Новий ВВП, млн грн	Індекс зміни ВВП розрахунок в грн	Індекс зміни ВВП розрахунок в дол. США
2007	4922	5,05	24856,1	53098,35	1364921,99	1,89	1,71
2008	6177	5,26	32491,02	70366,99	1872533,78	1,98	1,69
2009	5370	7,79	41832,3	80317,30	2165023,00	2,37	2,05
2010	5862	7,93	46485,66	89430,13	2432894,61	2,25	1,91
2011	7019	7,97	55941,43	106576,92	2936924,45	2,26	1,87
2012	7526	7,99	60132,74	118417,74	3284985,36	2,34	1,91
2013	8537	7,99	68210,63	131271,49	3662821,54	2,50	2,01
2014	6489	11,89	77154,21	140049,29	3920845,00	2,47	2,03
2015	5154	21,84	112563,36	181542,58	5140540,26	2,59	2,17
2016	5425	25,55	138608,75	222971,92	6358355,67	2,67	2,22

Аналізуючи данні таблиці можна зазначити, що кожного року умовний розмір ВВП був би більший в порівнянні з реальним (відношення розміру умовного ВВП до фактичного). Крім того, індекс зміни ВВП кожного року зростає (табл. 2). Відмітимо, що вказані зміни не пов'язані зі зростанням рівня інфляції в Україні (рис.2), що підтверджено аналогічними розрахунками в дол. США – і коефіцієнт кореляції, коефіцієнт детермінації та коефіцієнт регресії говорять про залежність ВВП від ЗФОП.

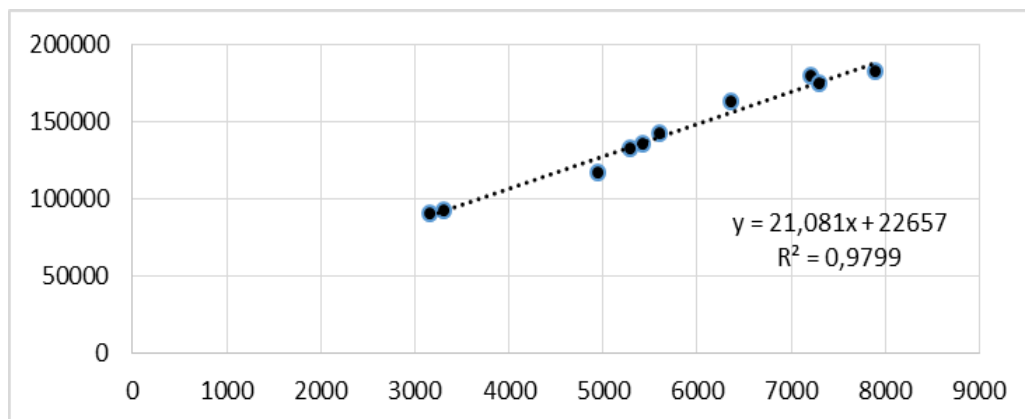


Рисунок 2 – Вплив загального ФОП на ВВП України, млн дол. США.

Слід зауважити, що такі великі суми надходжень міграційного капіталу до України говорять про те, що трудові мігранти планують повертатися до дому, жити в Україні, будувати тут своє майбутнє (інакше гроші залишались би за кордоном і акумулювались в тому місці, де планує мігрант зостатися жити). Проведені аналітичні дослідження вимагають вивчення теоретичного підґрунтя причин, які змушують наших громадян від'їжджати, шукати кращої долі в інших країнах, а головне, що їх може повернути на батьківщину і заохочувати вкладати свою працю в будівництво нової держави європейського зразку.

Державні заходи рееміграції в науковій літературі [19] розділяють на три групи:

- 1) програми стимулювання рееміграції;
- 2) програми професійної підготовки іммігрантів;
- 3) програми економічної допомоги країнам з масової еміграції.

Програми стимулювання рееміграції включають широке коло заходів, починаючи із заходів для примусової репатріації незаконних іммігрантів до надання матеріальної допомоги іммігрантам, що бажають повернутися на батьківщину. Проаналізувавши світовий досвід, можна зробити висновки, що майже всі розвинуті країни мають програму стимулювання рееміграції: Франція, Нідерланди, Швейцарія, Фінляндія, Німеччина, Канада, США, Японія, Ірландія, Австрія та ін. В багатьох нерозвинених країнах такої програми не має, хоча проблема втечі трудових ресурсів в цих країнах набагато гостріша. На жаль, в Україні програма стимулювання рееміграції також відсутня.

Головний чинник міждержавної міграції – заробітна плата. Зрозуміло, що для повернення трудових мігрантів необхідно їм пропонувати вищий рівень заробітної плати. Але, працюючи за кордоном, наші співвітчизники отримують не тільки високу заробітну плату, вони користуються всією соціально-економічною інфраструктурою іноземної країни: транспорт, зв'язок, комунальні послуги тощо. Рівень розвитку цієї інфраструктури вищий, а її склад – досконаліший. Тому, для стимулювання рееміграції необхідно використовувати весь комплекс соціальних та матеріальних стимулів і мотивів. Для законодавчого закріплення на основі комплексу стимулів необхідна соціально-економічна програма стимулювання рееміграції.

На думку авторів, подібна програма має складатися з двох блоків: пасивного та активного. Блок пасивних заходів призначений для стимулювання повернення емігрантів, які поїхали навчатися, працювати за запрошенням, працівників з досить дефіцитними або

перспективними для України професіями тощо. Блок активних заходів призначений для людей, що працюють за кордоном та вже мають певний капітал. Перед такими мігрантами стоїть вибір, або залишатися за кордоном та намагатися перевезти свою сім'ю, або повертатися на батьківщину та вкладати зароблені кошти в економіку своєї країни. Для їх повернення мають бути створені відповідні умови.

Авторами розроблена концепція (основні положення) державної програми стимулювання реєміграції (Програма):

1. Підставами для розроблення Програми є Указ Президента України від 9 липня 2001 року «Про Концепцію державної регіональної політики», Постанова Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року», Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020», що схвалена Указом Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015 та інші.

2. Термінологія і поняття Програми.

Реємігрант – громадянин України, який проживав та працював за кордоном, але вирішив добровільно повернутися на батьківщину.

Мігрантоорієнтовані підприємства – це підприємства, кадрова політика яких спрямована на залучення спеціалістів, фахівців та робітників реємігрантів (не менше 50%). Основною метою створення таких підприємств є стимулювання реєміграції, розвиток соціального підприємництва, отримання прибутку.

3. Мета Програми.

Поліпшення соціально-економічного стану держави шляхом залучення реємігрантів у розвиток виробничої сфери, підвищення ефективності діяльності українських підприємств. Стимулювання інвестиційної активності іноземних та вітчизняних компаній, реємігрантів, які мають капітал, через залучення нових технологій у галузі економічної діяльності (їх перелік наведений у постанові Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» та «Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020»).

4. Завдання Програми.

Реалізація заходів, спрямованих на повернення втрачених трудових ресурсів в Україну, залучення наукового потенціалу та міграційного капіталу до реалізації інвестиційних проєктів, фінансування розробок нових технологій, інтеграцію українських виробників в світовий ринки товарів, послуг і капіталів шляхом активізації інвестиційних процесів та виробничої діяльності мігрантоорієнтованих підприємств різних форм власності, підтримку конкурентоспроможних проєктів підприємств, визначальних для галузей промислових кластерів, запровадження механізмів щодо зростання високотехнологічного виробництва, розширення всебічного співробітництва з іншими країнами для нарощування обсягів і підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції та послуг.

5. Основні положення присвоєння статусу реємігранта.

Емігранти, які мають право на отримання статусу реємігранта можна поділити на три групи:

1. Студенти, які отримали вищу освіту за кордоном, спеціалісти дефіцитних, актуальних професій, які працювали за фахом в іншій країні та бажають продовжувати займатися тим самим на батьківщині.

2. Емігранти, які за кордоном працювали не за фахом або виконували роботи низької кваліфікації, некваліфіковану роботу.

3. Спеціалісти, які працювали за фахом в іншій країні, але бажають на батьківщині займатися комерційною діяльністю.

Для першої групи реємігрантів реалізується блок пасивних заходів для повернення в Україну та адаптації до нових умов:

1) виплата вихідної допомоги при добровільному звільненні імігрантів з роботи та поверненні на батьківщину за умови, що імігранти не планують більше виїжджати працювати за кордон;

- 2) відшкодування транспортних витрат для переїзду на батьківщину;
- 3) пошук житла, видача кредиту на житло на пільгових умовах, якщо його не має у реемігранта на території країни;
- 4) пошук та підготовка робочих місць за фахом;
- 5) податкові пільги із виплат та нарахувань на фонд оплати праці для працівників, колишніх мігрантів, та для підприємств, що приймають їх на роботу або ними утворені.

Реемігранти другої групи – мігранти, що працювали за кордоном не за фахом, виконували некваліфіковану роботу тощо. Вони, в залежності від наявності капіталу, мають можливість створювати свої підприємства з підтримкою держави у вигляді пільгового оподаткування та забезпечення високоякісними кадрами з першої групи або працювати на робочих місцях, які пропонує держава при поверненні.

Реемігранти третьої групи – інтелектуальна еліта, яка є не просто висококваліфікованими професіоналами, але і має підприємницькі здібності, досвід управлінської роботи в корпоративних об'єднаннях підприємств на макро- і мікрорівні або урядових організаціях.

Блок пасивних заходів є дотаційним, але фінансується за рахунок надходжень від реалізації активних заходів та інших джерел (грантове фінансування).

Активні заходи реалізуються для другої та третьої груп мігрантів, для осіб з підприємницькими здібностями і наявністю капіталу, та, частково, для першої групи в межах оплати навчання.

6. Створення мігрантоорієнтованих підприємств як різновиду соціальних підприємств та прояв соціального підприємництва.

Соціальне підприємництво першочергово спрямоване на вирішення соціальних проблем певної групи, громади, регіону, держави, а вже потім – на отримання економічного ефекту від господарювання або здійснення діяльності на основі принципу беззбитковості, самоокупності. Можна вважати, що вказаний тип підприємств частково перебирає на себе роль держави і тому є необхідним елементом в державних механізмах розвитку [23]. Вважаємо, що соціальні підприємства (у формі юридичної особи) створюються соціально вразливими верствами населення для вирішення соціальних проблем за рахунок прибутку, який вони отримують від підприємницької діяльності [17].

Згідно класифікації Western NIS Enterprise Fund (WNISEF) [10], до «соціального підприємства» можна віднести таке, де не менше 50% працевлаштованих осіб відносяться до соціально вразливих верств населення, постраждалих від збройних конфліктів, тощо; частина чистого прибутку спрямовується на вирішення соціальних проблем суспільства (потреби дитячих будинків, допомога постраждалим від збройних конфліктів, тощо.). Класифікація за цією методикою дозволяє отримати пільгове фінансування для соціального підприємства – юридичної особи від Ощадбанку [7] та Кредобанку [6]. В програмах кредитування Ощадбанку та Кредобанку вказано три умови, відповідно до яких підприємство може бути віднесено до соціального та отримати пільговий кредит на соціально підприємницьку діяльність: юридична особа, зареєстрована відповідно до чинного законодавства України та класифікована WNISEF як «соціальне підприємство»; чистий дохід підприємства за останній календарний рік становить не більше 80 млн. грн.; чітко прописана в офіційних документах клієнта соціальна мета його діяльності (механізм розподілу прибутку, де видно, скільки відсотків прибутку спрямовується на вирішення соціальних питань). Програма щодо надання пільгового фінансування фізичним особам – підприємцям, які також можуть бути суб'єктами соціального підприємництва, лише розробляється WNISEF спільно з банками.

Підприємство має право на отримання статусу мігрантоорієнтованого, як соціального, якщо кадрова політика підприємства спрямована на залучення спеціалістів, фахівців та робітників із інших регіонів, а основною метою створення таких підприємств є стимулювання рееміграції та отримання прибутку, розподіл якого прописано відповідно до пріоритетності вирішення соціальних проблем.

Основними консультаційними та регламентуючими органами мігрантоорієнтованих

підприємств є Головне управління зовнішньоекономічних зв'язків та європейської інтеграції обласної державної адміністрації та агенції регіонального розвитку (АРР), а основними контролюючими – постійна комісія обласної ради з питань соціально-економічного розвитку регіону та управління праці та соціального захисту населення (УПСЗН).

На підприємстві обов'язково мають працювати реемігранти.

Мігрантоорієнтоване підприємство є відкритою системою, відповідно, керівництво таких підприємств має право залучати місцевих фахівців, але не більше 50% (згідно вимог WNISEF) від середньооблікової чисельності працівників.

Мігрантоорієнтовані підприємства як складова механізму стимулювання рееміграції виконують такі функції:

- 1) стимулювання рееміграції в регіони України та трудової мобільності громадян нашої країни, перерозподілення трудових ресурсів;
- 2) упровадження новітніх технологій в свою виробничу діяльність для створення науко- та інтелектуальноємних товарів, що на світовому ринку мають високу ціну та попит;
- 3) реалізація кадрової політики «дорогої робочої сили»;
- 4) сприяння реалізації кадрової політики регіону та досягнення цілей стратегічного розвитку регіону та держави.

7. Умови інвестування інноваційних проектів в рамках даної Програми.

Для другої та третьої групи реемігрантів, що бажають реалізувати власні інвестиційні проекти, інвестування здійснюється як у вигляді безповоротного надання коштів, так і у вигляді надання кредитів:

- 1) інвестування створення нових підприємств частково за рахунок коштів реемігрантів, частково за рахунок асигнування з боку держави та відповідних фондів.

Державну частку з часом підприємець може викупити, ця умова допоможе стимулювати власників до підвищення ефективності управління та розвитку бізнесу. Крім того, державні інвестиції можуть здійснюватися в тому разі, якщо створені робочі місця більше ніж на половину будуть заповнені реемігрантами або мігрантами з інших регіонів (внутрішньо переміщені особи – ВПО) за Програмою, що пропонується;

- 2) інвестування створення нових підприємств частково за рахунок коштів реемігрантів, частково за рахунок кредитування з боку держави під пільгові відсотки;
- 3) інвестування створення нових підприємств повністю за рахунок коштів реемігрантів, але з пільговим оподаткуванням за умови заповнення робочих місць більше, ніж на 30% мігрантами та реемігрантами.

Пільгові ставки оподаткування встановлюються для розрахунку податку з доходів працівників, нарахувань на ФОП, які сплачуються підприємством, податку на прибуток, доки підприємство має статус мігрантоорієнтованого.

За рішенням органів, що здійснюють координацію дій Програми, реемігранти – власники мігрантоорієнтованих підприємств – мають право придбати державну частку та стати повноцінними власниками підприємства. В цьому випадку держава отримує дохід у вигляді різниці між сплатою за державну частину статутного фонду та первинних інвестицій або у вигляді відсоткової ставки за повернений кредит, а також у вигляді сплати податків від діяльності мігрантоорієнтованих підприємств.

За допомогою частини цих коштів формується бюджет фінансування блоку пасивних заходів (рис. 3).

8. Фінансування Програми.

Програма через певний час буде діяти на засадах повної самокупності. Але розробка та впровадження можуть бути фінансовані частково за кошти держави/регіону, а частково – за рахунок пільгового кредитування банками за підтримки WNISEF та інших грантових й донорських програм міжнародних і вітчизняних фондів. Розглянемо можливі джерела фінансування за групами реемігрантів.

Гранти для першої групи реемігрантів пропонує вітчизняний Фонд В. Пінчука в межах програми «Всесвітні студії». Очікується, що по завершенні навчання за кордоном всі отримувачі гранту повернуться до України та відпрацюють за фахом щонайменше 5 років [1].

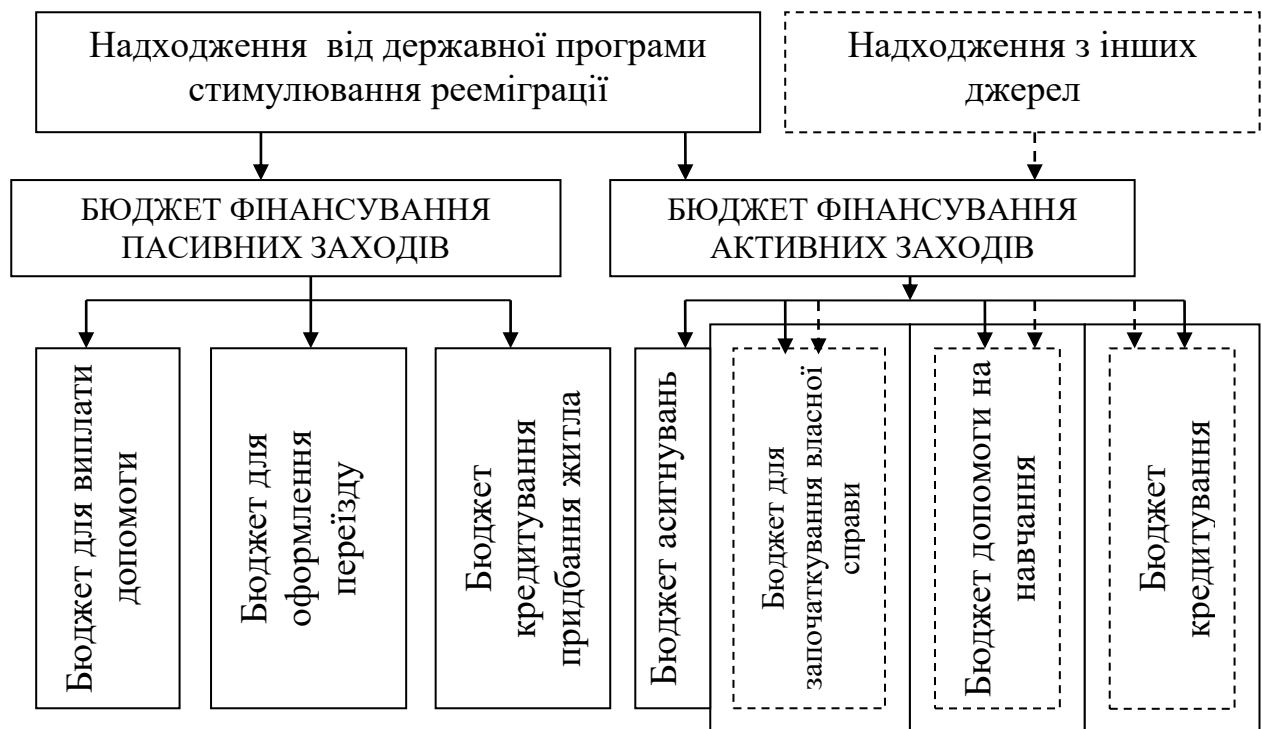


Рисунок 3 - Формування бюджетів фінансування для впровадження програми стимулювання реєміграції

Завдяки програмі Chevening іноземці, в тому числі й представники України, мають змогу отримати стипендію на навчання в університетах Великої Британії з повним покриттям усіх витрат, за умови повернення до України після завершення навчання [9]. Аналогічна вимога присутня і в програмі США Fulbright Scholar Program [8]. Крім програми соціального інвестування, WNISEF пропонує стипендійну програму SEED Grant для молодих талановитих лідерів, які вступили на одну з 50 кращих програм MBA в США, за обов'язкового повернення в Україну для інвестування отриманих знань у розбудову держави [10]. Вказані програми спрямовані на зростання та розвиток кадрового потенціалу України. Доцільно, на наш погляд, ввести й програму фінансування навчання фахівців в провідних навчальних закладах світу за кошти державного/регіонального бюджетів та їх обов'язкового повернення та роботу в органах державної/місцевої влади, тощо. Таким чином, за першою групою реємігрантів пропонуються такі джерела фінансування: бюджет державний/регіональний та гранти вітчизняних і міжнародних донорів.

За другою та третьою групою реємігрантів передбачається як державне/регіональне бюджетне фінансування (асигнування та кредитування), а також пільгове кредитування за схемою «донор-банк-соціальне підприємство реємігрантів». На даний момент, виходячи з актуальності нівелювання соціальної напруженості стосовно ВПО, існує велика кількість програм, що фінансують відкриття власної справи для осіб, що постраждали від конфлікту на Сході України. До таких програм відносяться гранти для започаткування та/або відновлення підприємницької діяльності від ООН, Міжнародної Організації з Міграції (МОМ) за фінансової підтримки Уряду Об'єднаного Королівства Великої Британії та Північної Ірландії в особі Міністерства закордонних справ і у справах Співдружності Націй (FCO), ПРООН, Агентством США з міжнародного розвитку USAID та багатьох інших донорів.

9. Очікувані результати від реалізації Програми.

Реалізація Програми посилить ефективність та практичну дію Програми економічного та соціального розвитку держави та сприятиме:

- 1) на макроекономічному рівні: поверненню якісних трудових ресурсів в Україну;

припиненню втечі інтелекту з України; оптимізації переміщення трудових ресурсів; підвищенню ефективності інвестування міграційного капіталу в розвиток економіки України вже на першому фінансовому циклі; збільшенню обсягу ВВП; збільшенню рівня зайнятості населення; створенню додаткових робочих місць; модернізації промислового виробництва та забезпеченню випуску конкурентоспроможної продукції; упровадженню енерго- та ресурсозберігаючих технологій; підвищенню інвестиційної привабливості держави та поживленню інвестиційних процесів; залученню нових технологій; розвитку соціальної сфери.

2) на мікроекономічному рівні: збалансуванню регіональних та державного ринків праці; підвищенню економічних результатів регіону; покращенню якості та підвищенню кількості трудових ресурсів регіону; покращенню соціальної захищеності населення в регіоні.

10. Координація та контроль за ходом виконання Програми.

Координацію дій по виконанню Програми здійснює Головне управління зовнішньоекономічних зв'язків та європейської інтеграції обласної державної адміністрації. Контроль за виконанням Програми покладесться на постійну комісію обласної ради з питань соціально-економічного розвитку регіону. Для забезпечення ефективного керування такою системою як мігрантоорієнтоване підприємство необхідно підрозділити її на ряд підсистем. Ці підсистеми утворять механізм керування, що представляє собою сукупність органів керування, засобів, методів та інструментів, за допомогою яких вони впливають на об'єкт керування для найбільш ефективного досягнення стратегічних цілей розвитку регіону.

Основними ланками керуючої системи є: органи регіонального керування, кадри підрозділів системи керування «людськими ресурсами регіону», інформаційно-управлінські зв'язки і потоки, основні методи та інструменти керування регіональним ринком праці.

Мігрантоорієнтовані підприємства різних регіонів інформаційно мають бути пов'язані одне з одним, з АРР, УПСЗ та з посольствами України в інших країнах. Бо саме посольства (для цього можна створити спеціальний підрозділ) мають вирішувати питання присвоєння мігранту статусу реемігранта (рис. 4).

Закордонний досвід пропонує відпрацьовану форму інституційної підтримки регіонального розвитку. Це – агенції регіонального розвитку (АРР) та їхні мережі. Вони ефективно співпрацюють з місцевою та центральною владами як фокусні центри стратегічного планування та супроводження проектів розвитку територій, забезпечують ефективну міжсекторну співпрацю влади-бізнесу-громадськості та створюють якісно нове економічне середовище. В Україні вже існує мережа добровільних, неприбуткових об'єднань – асоціація агенцій регіонального розвитку (ААРР). Їх діяльність регламентує Постанова Кабінету міністрів України «Про затвердження Типового положення про агенцію регіонального розвитку» від 11 лютого 2016 р. № 258 [13].

Сучасні умови розвитку економіки вимагають, щоб регіональна політика була активною, гнучкою й адаптивною до умов ринкових трансформацій, для забезпечення процесу економічного росту в країні. УПСЗН та АРР є регіональними, об'єднані в мережі, їх цілі та завдання щодо реалізації кадрової політики регіону співпадають, але УПСЗН є органом влади, а АРР має неурядовий характер, ці особливості надають їх спільним діям гнучкості. Об'єднання зусиль якісно нової інституційної форми управління і сприяння розвитку територій (АРР) та організації соціального захисту з багаторічним досвідом роботи (УПСЗН) є управлінською інновацією і спрямоване на досягнення стратегічних цілей та завдань щодо розвитку регіонів. Відповідно державна програма стимулювання рееміграції, механізм дії якої сформований на основі причин та факторів, що впливають на трудову мобільність населення, доцільно реалізовувати саме спільними зусиллями АРР та УПСЗН.

Для впровадження Програми необхідно створити та оптимізувати роботу відділу стимулювання рееміграції, які входять до організаційної структури АРР. Основними функціями УПСЗН як органу державної влади є реалізація державних та регіональних програм і контроль за дотриманням законодавства України на всіх рівнях соціально-економічної системи регіону та держави.

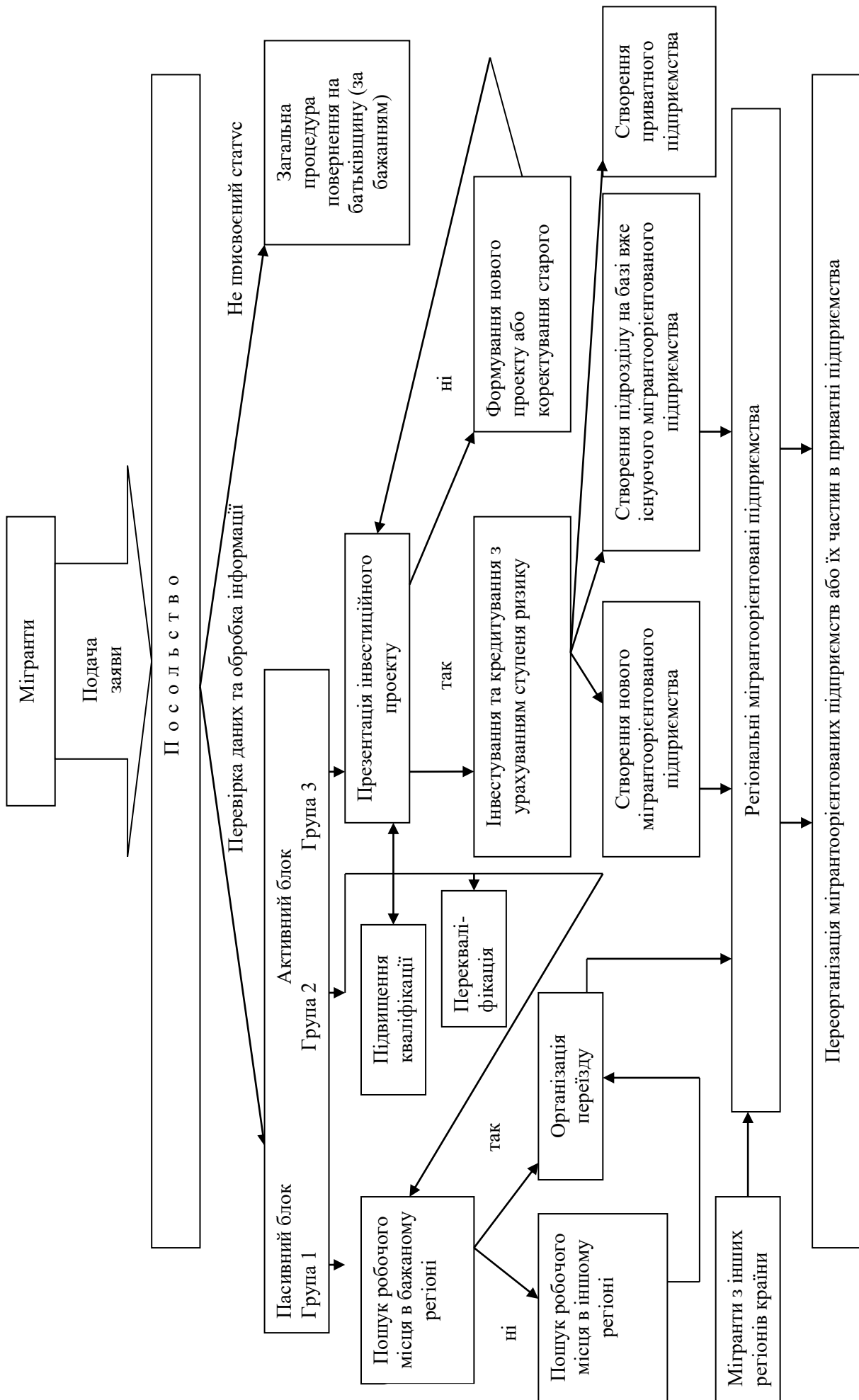


Рисунок 4 – Схема реалізації програми стимулювання реєстрації в Україні

Відповідно основними виконуваними функціями УПСЗН при реалізації Програми має бути контроль та правове закріплення розроблених заходів у межах повноважень УПСЗН, встановлених законодавством. Основними функціями АРР як якісно нової інституційної форми управління має бути застосування науково обґрунтованих методів та систем управління трудовими ресурсами, інвестиційними ресурсами на внутрішньофірмовому та регіональному ринках праці.

Висновки та наукова новизна:

– доведено гіпотезу щодо залежності ВВП від загального фонду оплати праці шляхом використання методу кореляційно-регресійного аналізу, що обґрунтувало необхідність повернення трудових мігрантів в Україну та стало концептуальним підґрунтям програми стимулювання рееміграції;

– на підставі досвіду стимулювання рееміграції розвинутих країн розроблено концепцію державної програми стимулювання рееміграції, яка, на відміну від існуючих, завдяки застосуванню комплексного підходу щодо напрямів і шляхів її реалізації, передбачає одночасне здійснення заходів, спрямованих на стимулювання рееміграції, створення мігрантоорієнтованих підприємств, інвестування наукових проектів за пріоритетними видами економічної діяльності, розвиток виробництва конкурентоспроможної продукції, розроблення і налагодження виробництва нових видів товарів, здатних конкурувати на світових ринках, просування продукції мігрантоорієнтованих підприємств, визначальних для області промислових кластерів, на зовнішні та внутрішні ринки;

– визначено, що мігрантоорієнтовані підприємства відповідають ознакам соціального підприємства, тому що вирішують як соціальну проблему, так і економічну, формуючи соціальну цінність, що дозволить застосувати до них диверсифіковані джерела фінансування;

– запропоновано, у якості джерел фінансування активних та пасивних заходів стимулювання рееміграції, використовувати не лише бюджетне фінансування та самофінансування, а й пільгове кредитування за схемою «донор-банк-соціальне підприємство реемігрантів» та грантове фінансування.

Список використаних джерел

1. Гранти на навчання за кордоном в магістратурі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.ua>.
2. Динаміка обсягів приватних грошових переказів в Україну // Грошові перекази [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=19208357>.
3. Зайняте населення. Середньомісячна заробітна плата. Національні рахунки. //Статистична інформація. – Державна служба статистики України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. За кордоном працює 5 млн українців - Держслужба зайнятості / Дзеркало тижня – 9 лютого 2017р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dt.ua/UKRAINE/za-kordonom-pracyuye-5-mln-ukrayinciv-derzhsluzhba-zaynyatosti-232858_.html.
5. Малиновська О.А. Зовнішня міграція громадян України в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів: виклики та шляхи реагування / О.А. Малиновська// Відділ соціальної безпеки. Національний інститут стратегічних досліджень. - серпень 2017 р. –

- 18 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/bezviz-6eaa1.pdf>.
6. Офіційний сайт Кредобанк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kredobank.com.ua>.
7. Офіційний сайт Ощадбанк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oschadbank.ua>.
8. Офіційний сайт Програми академічних обмінів імені Фулбрайта в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fulbright.org.ua>.
9. Офіційний сайт Chevening [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chevening.org>.
10. Офіційний сайт WNISEF [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wnisef.org/ua>.
11. Перекази мігрантів з-за кордону та можливі заходи щодо їх заохочення та ефективного використання". Аналітична записка <http://www.niss.gov.ua/articles/1276>.
12. Перспективні українці дедалі частіше виїжджають закордон: статистика // СвітUA. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://svitua.com.ua/news/201701/2236-perspektyvni-ukrayinci-dedali-chastishe-vuyizhdzhayut>.
13. Про затвердження Типового положення про агенцію регіонального розвитку / Постанова кабінет міністрів України від 11 лютого 2016 р. – № 258.
14. П'ятковська, О. Р. Трудова рееміграція: особливості, фактори та роль у розвитку малого бізнесу в Україні [Текст] / О. Р. П'ятковська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2012. – № 725. – С. 193-199.
15. Рісна Р.Р. Трудова рееміграція та її роль у соціально- економічному розвитку регіону [Текст] / Р.Р. Рісна // Збірник науково-технічних праць Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.7 С. 197-199.
16. Смачило В.В. Демографічні аспекти національної безпеки України [Текст] / Колмакова О.М., Смачило В.В. // Вісник економіки транспорту і промисловості. УДАЖДТ – 2013. - № 42. – С. 225-229.
17. Смачило В.В., Халіна В.Ю. Соціальне підприємництво як інтегративний інструмент сталого розвитку України: європейський досвід Інфраструктура ринку електронний фаховий науково-практичний журнал №6. – 2017р.
18. Україна в цифрах 2016 / За редакцією І. Є. Вернера // Державна служба статистики України. – Київ. – 240с.
19. Шевченко Л.С. Ринок праці: сучасний економіко-теоретичний аналіз: [монографія] / Шевченко Л.С. – Харків: Вид-ць ФОП Вапнярчук Н.М., 2007. – 336 с.
20. Barrett A. Is There a Wage Premium for Returning Irish Migrants? / A. Barrett, Ph. O'Connell. // IZA. DP № 135. – 2000.
21. Dustmann Ch. Return Migration, Human Capital Accumulation and the Brain Drain. Ch. Dustmann, I. Fadlon, Y. Weiss. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iza.org/conference_files/worldb2010/dustmann_c93.pdf
22. Reinhold S. Temporary Migration, Skill Upgrading, and Legal Status: Evidence from Mexican Migrants. / S. Reinhold, K. Thom. // MEA DP. – 2009. – № 182.
23. Smachylo V., Khalina V., Kylnytska Ye. Social enterprise as innovative way development society Transformations in Contemporary Society: Economic Aspects. Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2017, – p. 123-129.

д-р екон. наук, професор **Компанієць В. В.**
Український державний університет залізничного транспорту,
канд. екон. наук, викладач **Польова В. В.**
Харківський національний університет будівництва та архітектури

СТАЛИЙ РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Вступ. Сьогодні Україна знаходиться в умовах загостреної конкуренції, існує напружена боротьба за завоювання ринків збуту, зацікавленість відвідувачів туристичних районів, залучення іноземних інвестицій та підвищення рейтингу привабливості регіональних соціально-економічних систем (далі СЕС). Тому ефективне використання існуючих ресурсів країни покликане створювати сприятливі умови для розвитку регіонів, відкриваючи можливості покращення їх іміджу на основі застосування сучасних технологій управління, включаючи маркетинг територій – невід’ємну частину державного та регіонального управління.

Правильна якісна оцінка маркетингової конкурентоспроможності та пропозиції щодо реалізації проектів з підвищення привабливості та утворення нових довгострокових конкурентних переваг регіонів є актуальними питанням на даний час. Тому дуже важливо створити такий механізм управління і такі рушійні методи вдосконалення регіону, які зможуть вивести країну на вищий рівень та скоординувати процес формування бренду територій.

Метою наукової роботи є дослідження змісту і сутності маркетингу територій, підходів до оцінювання маркетингової конкурентоспроможності регіональних СЕС, а також розробка пропозицій щодо підвищення їх привабливості.

Результати дослідження. В сучасних умовах переважно більша частина територій України не має повної можливості на розвиток, використовуючи для цього, як раніше, свій соціально-економічний потенціал, тому постає актуальне питання розробки іміджу територій. Нині регіони зіткнулись з проблемою раціонального використання ресурсів, які вони мають на даний час для того, щоб отримати додаткові надходження на вкладений капітал. Проблема конкуренції між регіонами також залишає відбиток на фінансових надходженнях до територій, тому новизна ідеї полягає в тому, щоб створити спосіб вирішення даної проблеми через проектування іміджу (бренду) територій.

Існує багато різних територій (регіонів, міст), які конкурують між собою. Причиною цього є глобалізація світової економіки, зростання обмежень природних та інтелектуальних ресурсів. І в цій конкурентній боротьбі вони виступають як самостійний продукт, що пропонується цільовим групам споживачів.

Сьогодні маркетинг став невід’ємною частиною стратегій багатьох комерційних і некомерційних організацій і широко використовується в усіх країнах світу. Вже визнане класичним і універсальним визначення маркетингу Ф. Котлера пояснює це поняття так: «Маркетинг – це отримання прибутку із задоволення споживача. Мета маркетингу – залучати нових клієнтів, обіцяючи вищу споживчу цінність, і зберігати старих клієнтів, постійно задовольняючи їх мінливі запити» [1].

Використання теорії маркетингу в сучасному територіальному управлінні дозволяє вважати ключовим показником успіху максимальне задоволення потреб мешканців території в громадських послугах і благах, створення більш привабливих, ніж на інших територіях, умов проживання і розвитку діяльності комерційного та некомерційного характеру. А це в свою чергу допоможе з одного боку, залучити інвесторів і створити нові робочі місця, а з іншого – створити всі умови для задоволення потреб вже існуючих бізнес-структур на даній території.

Такі вчені як А. Лавров та В. Сурнін з Американської асоціації маркетологів [2] одними з перших ввели в науковий обіг у сфері регіональної економіки термін «регіональний маркетинг», який був визначений як елемент системи ринкових відносин, спроектований не на мікрорівень (рівень підприємств і фірм), а на мезорівень (рівень області, регіону).

Маркетинг території як один із видів маркетингу – це складне соціально-економічне явище, яке інтегрується чотирма ключовими факторами діяльності, що є мінливими відповідно до зростання конкуренції територій за інвестиції та ринки збуту продукції:

- маркетинг як філософія взаємодії та координації підприємницької діяльності;
- маркетинг як концепція управління;
- маркетинг як засіб забезпечення переваг в конкурентній боротьбі;
- маркетинг як метод пошуку рішень [2].

Метою територіального маркетингу є поліпшення якості життя населення. Це припускає планомірне і системне вивчення стану й тенденцій розвитку територій для прийняття раціональних рішень, спрямованих на створення й підтримку привабливості та престижу території в цілому, а також привабливості зосереджених на ній ресурсів виробництва й можливостей для їхньої реалізації та відтворення.

Використання територіального маркетингу означає перетворення територіальних органів влади в особливого партнера для підприємців, здатного не тільки враховувати індивідуальність свого регіону при прийнятті рішень щодо комплексного соціально-економічного розвитку території, але й здійснювати взаємодію між органами влади і цільових ринків: виробниками, споживачами, інвесторами, новими жителями, туристами та іншими. Зважаючи на це, територіальний маркетинг можна визначити як спільну діяльність комерційних і некомерційних суб'єктів у ринковому середовищі, засновану на принципах сучасного соціально-орієнтованого маркетингу.

Маркетинг територій переслідує різні цілі, які сприяють створенню позитивного образу території, підвищенню її престижу, залученню уваги інвесторів, так як кожна територія унікальна за своїм ресурсним властивостями.

Слід зазначити, що основним змістом політики регіонального маркетингу в рамках циклу є правильне і оптимальне просування регіону в зовнішньому середовищі, його адекватне позиціонування серед інших регіонів, заняття ним своєї ніші, щоб уникнути конкуренції. В якості основного засобу такої політики виступає брендинг території. Формування іміджу території і управління його просуванням - це пріоритетне завдання сучасного розвитку регіону з точки зору економічного становища.

Імідж території базується насамперед на територіальній індивідуальності. Територіальна індивідуальність містить у собі, з одного боку, офіційні або «розпізнавальні» характеристики території. Це комплекс візуальних, вербальних та інших ознак, за якими люди ідентифікують територію (місце на карті, державна приналежність, назва, герб, прапор, гімн тощо). По суті справи, це своєрідний «паспорт» території з «фотографією» картою, із вказівкою її «імені» назви.

Крім того, територіальна індивідуальність також містить у собі характеристику сукупності особливостей і ресурсів території. Природні, демографічні, історичні, соціальні й культурні особливості й ресурси (природно-кліматичні особливості й сировинні ресурси; історія; людський чинник, демографічні особливості; рівень і якість життя населення; соціальна політика й соціальна інфраструктура; культурна спадщина й ресурси). Економічні особливості й ресурси (рівень розвитку й особливості економіки; виробнича інфраструктура; трудові ресурси, наявність кваліфікованої робочої сили, зайнятість; інвестиційний потенціал і інноваційні ресурси; фінансові ресурси; рівень ділової активності, ступінь сприятливості для бізнесу). Організаційно-правові та інформаційні особливості й ресурси (інформаційні й консалтингові ресурси, аудит; рекламний ринок і PR-послуги; інституціональний капітал; ефективність уряду; репутація керівництва).

Сукупність особливостей і ресурсів території формується об'єктивно, незалежно від кожної окремо взятої людини, і є першоосновою формування її іміджу і репутації.

Імідж території – це набір переконань і відчуттів людей, які виникають із приводу природно-кліматичних, історичних, етнографічних, соціально-економічних, політичних та

інших особливостей даної території. Суб'єктивне уявлення про територію може формуватися внаслідок безпосереднього особистого досвіду (наприклад, у результаті проживання на даній території) або опосередковано (наприклад, зі слів очевидців, матеріалів ЗМІ тощо).

Територіальний (державний, регіональний) імідж сьогодні стає реальним і надзвичайно важливим ресурсом економіки. Відбувається це у зв'язку з ростом значення інформації для забезпечення конкурентних переваг господарюючих і політичних суб'єктів. Імідж території, її репутація у вітчизняних і зарубіжних суспільно-політичних і ділових колах стають основними чинниками просування загальнодержавних і регіональних зовнішньоекономічних і політичних проєктів, найважливішим конкурентним ресурсом для налагодження партнерських відносин. «Добре ім'я» є передумовою для прискорення соціально-економічного розвитку країн/регіонів/міст, підвищення рівня і якості життя населення, оскільки сприяє вирішенню низки основних питань, що мають важливе значення для інтенсивного розвитку території. Це насамперед залучення інвестицій, розширення ринків збуту продукції національних / регіональних виробників, залучення трудових ресурсів, розвиток в'їзного туризму. Сприятливий імідж тієї або іншої території багато в чому визначає успішність вирішення цих проблем, а її репутація є головним чинником при здійсненні вибору.

Одним з інструментів маркетингу території, метою якого є підвищення іміджу території, підвищення інформованості, збільшення кількості залучених інвестицій, збільшення участі території у регіональних та державних програмах, є реалізація інтегрованих у бізнес соціальних проєктів, спрямованих на підвищення маркетингових аспектів конкурентоспроможності регіону.

Наразі чіткого визначення поняття маркетингова конкурентоспроможність регіональної СЕС не існує, тому ми маємо за мету вивести дане поняття для збагачення та удосконалення термінологічного апарату нашого дослідження (рис. 1). на основі праць вчених [1-11].

Далі розглянемо напрацювання вчених у питаннях оцінки територіальної привабливості та визначення системи показників для розрахунку інтегрального індексу ефективності територіального маркетингу.

П. Тарасовим та Д. Смірною [12] запропонована система окремих індексів для інтегрального показника оцінки ефективності територіального маркетингу, що включає:

- окремий індекс економічних показників (індекс промислового виробництва; знос основних фондів; валовий регіональний продукт (ВРП) на душу населення; інвестиції в основний капітал; експортно-імпортні квоти регіону; частка витрат на наукові дослідження);
- окремий індекс соціальних показників (грошові доходи населення; частка населення з доходами менше прожиткового мінімуму; рівень безробіття; рівень народжуваності; розвиток соціальної інфраструктури; частка населення з вищою освітою);
- окремий індекс екологічних показників (частка витрат на охорону навколишнього середовища; якість водних ресурсів, епідеміологічна обстановка в регіоні; коефіцієнт виходу готової продукції; стан земельних ресурсів; рівень викидів забруднюючих речовин в атмосферу).

Е. Епішиною та Н. Короткою [13] розроблена методологія, яка включає три етапи:

- 1) оцінка внутрішньої привабливості території (привабливість для мешканців);
- 2) оцінка зовнішньої привабливості території (привабливість на міжнародному рівні);
- 3) оцінка адміністративної складової (законодавство, політика регіону, адміністративні бар'єри).

Звіт про конкурентоспроможність регіонів України у 2013 р., опублікований Фондом «Ефективне управління» за підтримки Всесвітнього економічного форуму, над яким працювали шість висококваліфікованих експертів Фонду «Ефективне управління»: Т. Бойко, І. Гончаренко, Н. Дмитрюк, В. Коваленко, Т. Подвисоцька та Г. Чухай [14], включає показники за 12 складовими конкурентоспроможності: інституції; інфраструктура; макроекономічне середовище; охорона здоров'я та початкова освіта; вища освіта та професійна підготовка; ефективність ринку товарів; ефективність ринку праці; рівень розвитку фінансового ринку; технологічна готовність; розмір ринку; рівень розвитку бізнесу; інновації.

Ієрархія дефініцій



Рисунок 1 - Виведення поняття «маркетингова конкурентоспроможність регіональної СЕС»

Джерело: авторське опрацювання на підставі [1-11] та власне визначення (виділено)

Можна зробити висновок, що існують об'єктивні труднощі у створенні єдиного методологічного апарату інтегральних показників оцінки ефективності територіального маркетингу - це складність його вимірювання через необхідність агрегування безлічі різнорідних показників.

Наше бачення [15-17] щодо розробки підходу до оцінки територіального маркетингу базується на принципі збалансованості, тобто збалансована система показників повинна включати три елементи, кожен з яких в свою чергу повинен враховувати дві важливі складові: жителів території та підприємства, що ведуть свою господарську діяльність на території.

На рисунку 2 представлений концептуальний підхід до побудови авторської збалансованої системи маркетингової конкурентоспроможності регіональної СЕС під назвою «З-РК».

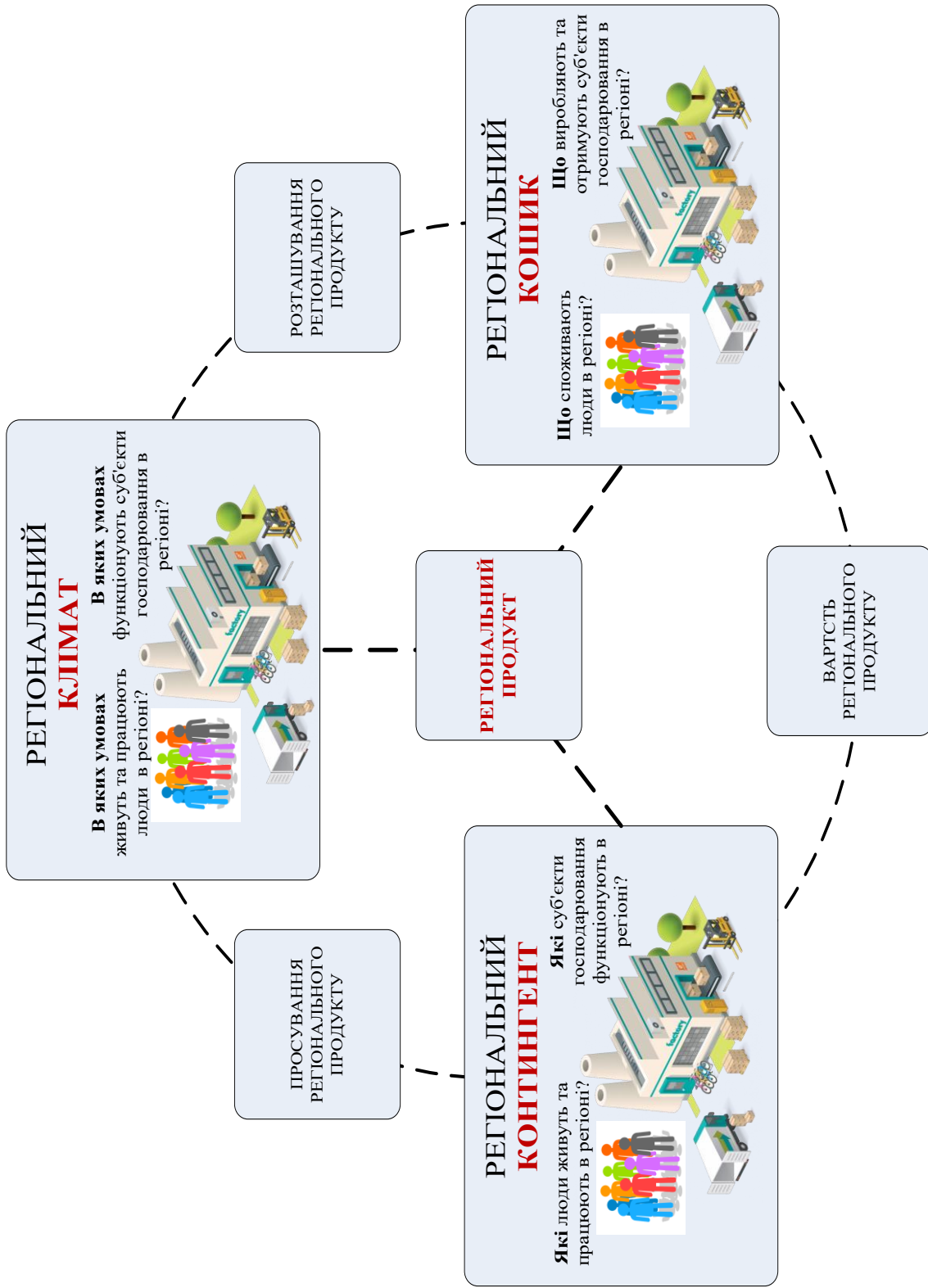


Рисунок 2 – Концептуальний підхід до побудови авторської збалансованої системи показників оцінювання маркетингової конкурентоспроможності регіональної СЕС «3-РК»

Джерело: авторська розробка.

Кожен з трьох блоків показників містить по дві групи: показники, що стосуються мешканців регіональної СЕС та показники, що стосуються діяльності підприємств. При цьому окремі показники, що входять до складу груп показників відповідних блоків можуть бути мотивуючими «↑» (їх зростання позитивно впливає на імідж території, приваблює нових мешканців / підприємців) або демотивуючими «↓» (їх зростання, навпаки, негативно позначається на репутації території та знижує її конкурентоспроможність), тому їх інтерпретація матиме вигляд, наведений у табл. 1.

Таблиця 1

Інтерпретація (конвертація) показників у збалансованій системі маркетингової конкурентоспроможності регіональної СЕС «З-РК»

Конвертація у бали демотивуючих показників	Відношення показника за регіоном до середнього показника за всіма регіонами України	Конвертація у бали мотивуючих показників
10	0,39 та менше	0
9	0,40-0,55	1
8	0,56-0,70	2
7	0,71-0,85	3
6	0,86-0,99	4
5 (середній бал за регіонами України)	1 (середнє значення за регіонами України)	5 (середній бал за регіонами України)
4	1,01-1,15	6
3	1,16-1,30	7
2	1,31-1,45	8
1	1,46-1,70	9
0	1,71 та більше	10

Джерело: авторська розробка.

За розробленою методикою автором проведено аналіз та оцінку Харківської області на основі даних Державної служби статистики України за 2014-2016 рр. та визначено інтегральний індекс маркетингової конкурентоспроможності Харківського регіону.

З рис. 3 можна зробити висновок, що Харківська область є одним з найбільш успішних регіонів країни. Інтегральний показник маркетингової конкурентоспроможності за авторською системою дорівнює 5,63 (вище середнього значення за регіонами України). Оцінка блоку показників «Регіональний контингент» збалансованої системи «З-РК» - 7,15 (кількісний та якісний склад населення, що живе та працює в регіоні: 6,86; кількісний та якісний склад суб'єктів господарювання, що функціонують в регіоні: 7,50), що свідчить про високий рівень розвитку та інноваційного потенціалу, які можна вважати одними з основних конкурентних переваг регіону.

Найбільш проблемна для регіону складова — «Результати життєдіяльності та споживчий рівень населення в регіоні» (3,89), яка є нижчою за середнє значення за регіонами України на 1,11 балів. Традиційно сильними сторонами регіону є вища освіта, професійна підготовка й інновації. Разом з тим нижчими за середній показник за регіонами України є блок показників «Умови, в яких функціонують суб'єкти господарювання в регіоні» - 4,45, що свідчить про низький рівень ефективності інфраструктури, технологічної готовності, що в свою чергу чинить вплив на загальний розмір ринку в регіоні та рівень розвитку фінансового ринку.

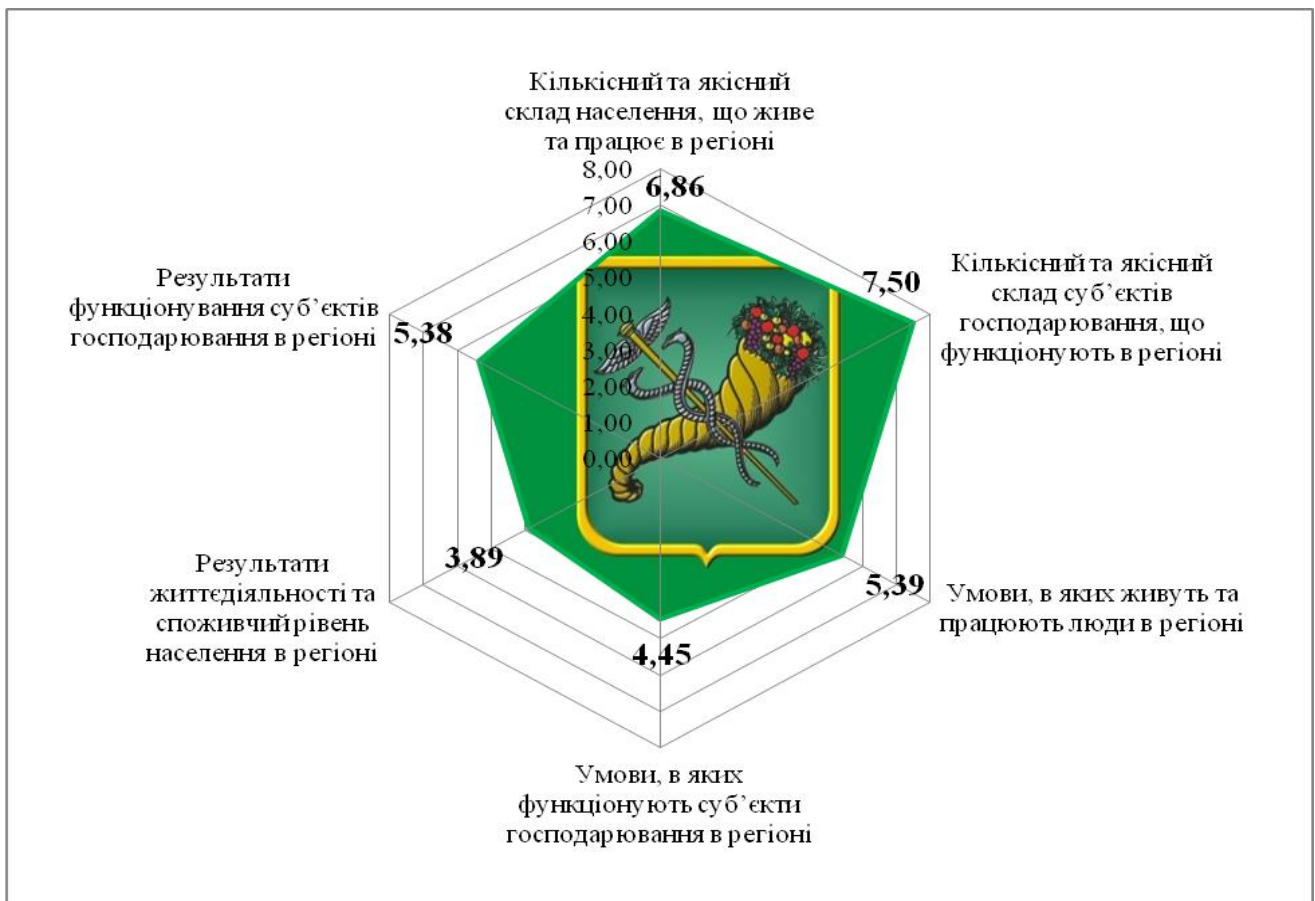


Рисунок 3 – Профіль маркетингової конкурентоспроможності Харківської області за блоками показників збалансованої системи «3-РК»

Джерело: розрахунок на основі авторської методики.

Серед показників блоку «Умови, в яких живуть та працюють люди в регіоні» високими демотивуючими факторами є високий рівень організованої злочинності, у порівнянні з іншими регіонами, високий рівень смертності дітей у віці до 1 року на 1000 живонароджених, високе демографічне навантаження особами у віці 65 років і старше на населення у віці 15-64 роки (на 1000 осіб у віці 15-64 роки).

Незважаючи на це у Харківській області є низка беззаперечних конкурентних переваг, що можуть приваблювати інвесторів та підприємців для залучення коштів у розвиток інфраструктури, будівництва та промисловості: високий коефіцієнт використання вторинної сировини у виробництві, високий рівень внутрішніх поточних витрат на наукові та науково-технічні роботи, високий коефіцієнт покриття експортом імпорту тощо. Хоча на сьогодні у регіоні спостерігається достатньо низька інвестиційна активність та діяльність підприємств у сфері передачі технологій.

При цьому важливо відзначити і ті показники Харківської області, які можна віднести до числа кращих: кількість та якість науково-дослідних закладів (максимальні 10 балів), доступність наукових та інженерних кадрів та фахівців вищої кваліфікації, які зайняті в економіці (максимальні 10 балів).

З проведеного аналізу можна зробити висновок, що Харківська область має вищі за середнє значення по Україні показники блоку «Регіональний контингент», що свідчить про надзвичайно високий рівень якісного та кількісного складу населення та суб'єктів господарювання в регіоні. Водночас низькими є показники, що характеризують складову «Регіональний клімат» та «Регіональний кошик».

З метою подолання даних проблем в контексті модернізації економіки країни в цілому, необхідно звернути увагу на розвиток ринкової економічної системи в Харківській обл., яка вимагає активного формування ринку праці і забезпечення високого рівня зайнятості економічно активної частини населення, а особливо молоді.

Забезпечення задовільного рівня зайнятості молоді на сьогодні виступає одним із пріоритетних завдань розвитку держави. Адже саме молодь є найактивнішою частиною працездатного населення. Лише з урахуванням динаміки рівня її зайнятості можна розробляти соціально-економічні прогнози розвитку країни на довготривалу перспективу. Проблема зайнятості молоді становить інтерес багатьох науковців світу. Проте в Україні вона актуалізується в середньому раз на п'ять років. Це зумовлено необхідністю ухвалення державних програм щодо підтримки та сприяння розвитку цієї категорії населення.

Молодь більше піддається і зовнішнім, і внутрішнім впливам щодо ситуації із забезпеченням її зайнятості як продуктивнішої частини населення. Спостерігається така ситуація, що в умовах нестабільності молоді робітничі кадри можуть бути скороченими з підприємств через брак відповідного досвіду (до 10-20%), працівники фінансових установ – через зменшення обсягу операцій та зниження рівня доходу (до 9-12%), менеджери середньої ланки – через оптимізацію організаційних структур суб'єктів господарювання, що пов'язано із уповільненням темпів ділової активності (до 8-10%), працівники держапарату – через проголошення Президентом України скорочення чисельності держапарату, в тому числі по Секретаріату на 20% тощо [18].

Безробіття призводить до негативних соціальних та економічних наслідків. Соціальні наслідки безробіття викликають напруження в суспільстві, оскільки незайняті є нестабільною категорією населення. Професійна дискваліфікація молоді у стані тривалого безробіття зменшує їх конкурентоспроможність, що є причиною ускладнень при подальшому працевлаштуванні, зниження якості робочої сили та продуктивності суспільного виробництва. Як наслідок, у безробітної молоді знижується мотивація до суспільно корисної праці.

У процесі пошуку роботи безробітна молодь стикається із певними психологічними труднощами. Їхньою причиною є відсутність в особі внутрішньої готовності до активних дій, невміння змінити попередні установки, мотивація поведінки в нових ринкових умовах.

Невирішені проблеми працевлаштування молоді призводять до зростання безробіття та зниження рівня життя; поширення пасивних (утриманство), нерегламентованих (тіньова зайнятість) і деструктивних (кримінал) моделей поведінки; спонукають до зовнішніх трудових міграцій; спричиняють психологічні зміни (втрату мотивації до праці, зміну структури ціннісних орієнтацій і падіння престижності легальної зайнятості).

В результаті проведеного аналізу декількох основних сайтів для пошуку роботи у Харківській обл. можна стверджувати, що майже кожне оголошення супроводжувалось тим, що були потрібні люди з досвідом роботи в той чи іншій сфері. Часто молоді люди скаржаться на те, що їх нікуди не беруть без відповідного досвіду роботи. Після закінчення ВНЗ у колишнього студента відсутні практичні вміння і навички, а в будь-якій професії є свої тонкощі і секрети. Ось і виходить, навіть найкращих випускників з червоно-синіми дипломами чекає розчарування. Роботодавці не бажають нести відповідальність за випускників, це і є головною причиною відмови у працевлаштуванні.

Відмова працедавців із-за відсутності досвіду роботи може призвести до втрати впевненості молодою людиною при працевлаштуванні і, як наслідок, стати перешкодою для отримання роботи. Подолати таку перешкоду тим складніше, чим тривалішою була перерва в роботі. Таким чином, молоді люди часто опиняються в ситуації, коли їх не беруть на роботу, оскільки вони не мають досвіду, в той же час вони не можуть набути цього досвіду, оскільки вони ніколи не працювали.

Держава поки що неспроможна вирішувати всі проблеми самотужки. Тому всім громадським об'єднанням варто працювати над цими питаннями та проблемами і шукати ефективні форми їх вирішення і лише створивши в Україні сприятливе підприємницьке середовище ми вирішимо багато важливих проблем, у тому числі і для розвитку економічної активності молоді, та реалізації свого трудового потенціалу.

На нашу думку, рішенням деяких із перелічених проблем могло б стати створення нового проекту з боку підприємців щодо допомоги при працевлаштуванні молоді, які б зобов'язувались на конкурсній основі виявляти самих активних та . При цьому, працедавці

можуть координувати потенційних молодих спеціалістів ще коли ті навчаються у ВНЗ, організовуючи бізнес-зустрічі представників різних організацій зі студентами, на яких молодь інформували б про сферу діяльності підприємства та про те, які навички насправді потрібні в цій чи іншій організації.

Прикладом може стати діяльність кафедри економіки Харківського національного університету будівництва та архітектури, де 08.11.2016 р. на бізнес-зустрічі студентів та викладачів із заступником голови правління – начальником фінансово-економічного відділу ТДВ «Житлобуд-2» м. Харкова Кошевим Андрієм Віталійовичем [19] студенти активно брали участь у дискусії щодо особливостей сучасного етапу розвитку економіки будівництва в Харківському регіоні та перспектив будівельної індустрії України, ставила цікаві актуальні питання. Таким чином, забезпечувалось позитивне сприйняття ролі керівництва підприємств у розвитку науки та освіти, будувався плацдарм для подальшої зайнятості молоді.

Розуміючи, що місто Харків та Харківська область – це регіон молоді та студентів, осередок науки, культури та спорту, необхідно зазначити, що підготованим молодим фахівцям, які випускаються у Харківській області десятками тисяч, дуже складно знайти своє перше місце роботи та взяти впевнений старт у доросле трудове життя, тому часто молодь, закінчивши вищий навчальний заклад та провівши у регіоні понад 5 років, користуючись його інфраструктурою, ресурсами та ін., або повертається до свого рідного дому, або виїздить закордон, не залишаючи по собі ані сліду вдячності, ані жодної ідеї для розвитку того регіону, який надав можливість отримати освіту.

Тому нашою пропозицією є створення мережі регіональних центрів (соціальних підприємств) з працевлаштування молоді «Шлях молодим», які гарантуватимуть перше робоче місце молодим фахівцям на реальному виробничому чи торговому підприємстві. Частка зайнятості осіб від 18 до 30 років на таких підприємствах має становити не менше 65 відсотків від загальної кількості працюючих на підприємстві.

Пріоритетом діяльності соціальних підприємств мережі «Шлях молодим» повинно стати надання першого робочого місця молодим фахівцям та надання досвіду за функціональними напрямками, що відповідають знанням та спеціалізації молодих працівників, які з одного боку є незахищеними верствами населення, а з іншого – найпотужнішим двигуном соціально-економічного розвитку регіону.

Основна мета проекту – створення дієвого механізму підтримки та працевлаштування молоді у м. Харкові та Харківській області.

Досягнення мети планується шляхом виконання таких завдань:

- створення інформаційного, навчального та виробничого осередку, що розвиває та підтримує молодь у її перших спробах працевлаштування;
- розробка дієвих механізмів пошуку партнерів та фінансування мережі соціальних підприємств із залученням місцевих державних Програм підтримки розвитку підприємництва, соціально-орієнтованих приватних компаній, кредитних та інших фінансових установ, міжнародних благодійних фондів тощо;
- активізація обміну досвідом між фахівцями галузей зі значним практичним досвідом та талановитою ініціативною молоддю у середовищі соціальних підприємств;
- перехід до самофінансування.

Отже, соціальне підприємство – це бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем. Соціальні підприємства є ефективним інструментом здійснення благодійності. Реалізація проекту «Шлях молодим» стане вагомим внеском у підвищення привабливості Харківського регіону для молодих фахівців.

Висновки та наукова новизна. Отже, кожен регіон має свій певний імідж та бренд, який презентує Україну серед інших країн. Питання про важливість розробки сильного бренду території, який здатний вплинути на вирішення економічних і культурних проблем є лейтмотивом багатьох сучасних досліджень. Побудова сильного бренду є надійним засобом розвитку потенціалу території та зростання надходжень додаткового притоку інвесторів, компаній і споживачів, талановитих фахівців, а також інструментом формування довіри і

демонстрації відкритості територій для контактів.

Таким чином, у ході проведеного дослідження автором запропоновано власне визначення поняття «маркетингова конкурентоспроможність регіональної СЕС»; розроблено концептуальний підхід до побудови авторської збалансованої системи маркетингової конкурентоспроможності регіональної соціально-економічної системи «З-РК»; проведено комплексну оцінку маркетингової конкурентоспроможності Харківського регіону та зроблено відповідні висновки та пропозиції.

Істотною перевагою запропонованого авторського підходу до оцінки маркетингової конкурентоспроможності є можливість аналізу динаміки за окремі періоди спостереження з метою визначення напрямів розвитку території та оцінки її ефективності і привабливості, як для потенційних мешканців, туристів, так і для потенційних підприємців, інвесторів. Авторська методика дає можливість аналізувати окремо три групи та шість блоків питань, які торкаються багатьох аспектів в окремих сферах життєдіяльності населення та функціонування суб'єктів господарювання окремої території.

Список використаних джерел

- 1 Основи маркетинга / Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Сондерс, Вероника Вонг. – 2-е европ. изд. – М., СПб., К.: Изд. дом «Вильямс», 2006. – 944 с.
- 2 American Marketing Association) [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.ama.org>
- 3 Друкер П.Ф. Практика менеджмента: Пер. с англ.: Уч. по-соб. М: Изд. дом "Вильямс", 2000. - 272с.
- 4 Феоктістова Т. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств та її прогнозування / Т.В.Феоктістова, В. А.Ільїна/.– 2002.– №15– с.16– 17.
- 5 Мочерний С. В. Економічна енциклопедія: у 3-х т. [Електронний ресурс] / С. В.Мочерний. – К.: Академія, 2002.– Т. 3.– 952 с.
- 6 Словарь иностранных слов. – М.: Русский язык, 1986. – 608 с.
- 7 Денисов Ю.Д. Регіональний дискурс: сутність, еволюція, сучасні уявлення, перспективи розвитку / Ю.Д. Денисов, Л.А. Савельєв, Л.Т. Шевчук / Регіональна економіка. – 2003. – № 1. – С. 179-185
- 8 А. Гальчинський, П. Єщенко, Ю. Палкін [Основи економічних знань: навч. з економіки / А. С. Гальчинський, П. С. Єщенко, Ю. І. Палкін — 2. вид., перероб. і доп. — К. : Вища школа, 2002. — 544 с.
- 9 Мочерний С.В. 2000 рік [Економічна енциклопедія: Т. (Ред. кол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: видавничий центр «Академія», 2000 – 864 с.
- 10 Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг: Европейская перспектива. – СПб.: Наука, 1996. – 381 с.
- 11 Регіональні соціально-економічні системи [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/soc_gum/znptdau/2010_12/12-23.pdf
- 12 Тарасов П. С., Смирнова Д. Ш. Интегральные показатели оценки эффективности территориального маркетинга / П. С. Тарасов, Д. Ш. Смирнова // Вестник АГТУ. – Серия «Экономика». - № 2, 2012. – С. 152-155.
- 13 Развитие методологии территориального маркетинга в целях стратегического планирования инвестиционных площадок [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.myshared.ru/slide/223334/>
- 14 Фонд «Ефективне управління». Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2013 / за ред. Т. Бойко, Україна. – 232 с.
- 15 Польова В.В. Теоретико-методичні основи дослідження сутності маркетингової конкурентоспроможності регіональних соціально-економічних систем / В.В. Польова, В.Є. Зінченко // Науковий журнал «Молодий вчений». - № 4.4 (44.4) квітень, 2017 р. – С. 86-90.
- 16 Польова В. В. Підвищення якості життя населення крізь призму маркетингу регіональних соціально-економічних систем / В.В. Польова, В.Є. Зінченко // Матеріали ІХ

Міжнародної науково-практичної конференції «Регіональна, галузева та суб'єктна економіка України на шляху до євроінтеграції». Тези доповідей. Частина 3. – Харків: ХНУБА. (19-20 квітня 2017 р., м. Харків). - 2017. С. 223-225.

17 Польова В.В. Конкурентоспроможність регіональних соціально-економічних систем: сутність та підходи до оцінювання / В.В. Польова, В.Є. Зінченко // Інноваційні технології розвитку у сфері харчових виробництв, готельно-ресторанного бізнесу, економіки та підприємництва: наукові пошуки молоді : Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених і студентів, присвячена 50-річчю заснування ХДУХТ, 6 квітня 2017 р. : [тези у 2-х ч.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. – Харків : ХДУХТ, 2017. – Ч. 2. – С. 69.

18 Бараник З. П. Соціальний захист молоді на ринку праці: статистичний аспект / З. П. Бараник, Ю. В. Іриневич // Вчені записки : зб. наук. пр. / Мін-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; [редкол.: А. Ф. Павленко (відп. ред.) та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2014. – Вип. 16. – С. 125–131.

19 Бізнес-зустріч студентів та викладачів кафедри економіки з видатними представниками виробництва [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://econ2016.krasalex.com/2016/11/14/Бізнес-зустріч-студентів-та-викладач/>

канд. екон. наук, доцент **Маковоз О. С.**

Харківський національний університет внутрішніх справ,

фахівець 1 категорії **Передерій Т. С.**

Міжвідомчий науково-дослідний центр з проблем боротьби з організованою злочинністю при РНБО України

ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА ЯК ЗАПОРУКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Вступ. Сучасні процеси модернізації національної економіки України зіштовхуються з проблемами обмеженості ресурсів і забруднення навколишнього середовища, які в подальшому негативно впливають на фактори виробництва. Одним із напрямків забезпечення сталого розвитку національного господарства є впровадження, так званої, «зеленої» економіки, яка сприяє зниженню ризиків для навколишнього середовища та ресурсозбереженню, а також залученню приватних, державних та міжнародних інвестицій. Саме зелена економіка стимулює зелене зростання, яке згідно з ОЕСР, полягає у виявленні більш екологічно чистих джерел зростання, розвитку нових екологічноорієнтованих галузей, створення робочих місць і технологій [1]. Для цього зростання повинно активізувати інвестиції та інновації, які ляжуть в основу сталого розвитку та приведуть до виникнення нових економічних можливостей [2]. Таким чином інтенсифікація процесів впровадження зеленої економіки вимагає ґрунтовного дослідження особливостей її формування, системоутворюючих факторів і впливу на сталий розвиток держави.

Результати дослідження. Україна належить до багатих на природні ресурси країн Євразійського простору, має вигідне географічне та геополітичне положення, високоосвічене населення та є потенційним транзитним коридором, «шовковим шляхом» для енергетичних, товарних та культурних обмінів між Сходом та Заходом. Країна однією з перших на пострадянському просторі розпочала формувати власне демократичне суспільство та ринкову економіку, інтегрувалася у великий європейський торгівельний коридор, однак не змогла скористатися цими унікальними початковими перевагами для здійснення диверсифікації свого виробництва та експорту і задіяння додаткових джерел підйому добробуту [1].

Сьогодні українські підприємства перебувають в пошуках нових способів у досягненні екологічної чистоти виробництва, що відкривають нові шляхи у застосуванні зеленої економіки, яка дозволяє не лише зберегти навколишнє середовище, але й покращити його конкурентоспроможність на зовнішніх та внутрішніх ринках за рахунок модернізації процесу виробництва.

Відповідно до Розпорядження Кабінету Міністрів України про схвалення Стратегії залучення, використання та моніторингу міжнародної економічної допомоги і співробітництва з міжнародними фінансовими організаціями на 2013-2016 рр. від 11 вересня 2013 р. № 697-р, для підвищення конкурентоспроможності економіки необхідно створити умови для істотного зменшення енергоємності усіх її секторів за рахунок упровадження нових технологій, прогресивних стандартів, сучасних систем контролю, управління та обліку на всіх етапах виробництва, транспортування та споживання енергетичних продуктів, розвитку ринкового механізму стимулювання енергозбереження. Одним із важливих завдань, що стоїть перед Україною є перехід національної економіки до «зеленої» моделі розвитку на засадах сталого виробництва і споживання, ефективного використання матеріальних ресурсів, а також сприяння діяльності бізнесу у сфері ресурсоефективного та екологічно безпечного виробництва [1].

За даними Форуму соціального інвестування США приблизно 11% прибутків великі корпорації витрачають на стале інвестування, в Європі ця цифра становить приблизно 17%. Сьогодні більшість грантів міжнародних організацій даються на досить жорстких умовах щодо захисту навколишнього середовища, що посилює зацікавленість бізнесменів у розвитку «зелених» технологій [1].

Загрози вичерпання обмежених природних ресурсів та зміни клімату внаслідок прискореного зростання населення світу та економік нових індустріальних країн, яке супроводжується негативним впливом на довкілля, обумовлюють широке визнання необхідності запровадження нових підходів до забезпечення економічного зростання і розвитку, що передбачають мінімізацію навантаження на базу природних ресурсів та екологічні умови життя населення за рахунок застосування додаткових джерел зростання. Вони пов'язані, у першу чергу, з поширенням використання продуктивних екологічно безпечних технологій, еко-інновацій, справедливою оцінкою вартості природних ресурсів та еко-системних послуг в економічній діяльності, впровадженням сталих моделей споживання та виробництва, переходом до більш складних моделей ведення бізнесу з високою продуктивністю, що базуються на концепції життєвого циклу, мінімізації та повторному використанні відходів (рециклінгу), корпоративній соціальній відповідальності [3, с. 5].

Уперше термін «зелена» економіка був введений у 1989 р. у доповіді, підготовленою групою економістів-екологів для уряду Об'єднаного Королівства в рамках консультацій щодо забезпечення сталого розвитку та його вимірювання [4].

У 1992 р. на Саміті Землі в Ріо-де-Жанейро було проголошено життєво важливою створення концепції «зеленої» економіки для забезпечення подальшого розвитку людства [5, с. 5].

Концепція «зеленої економіки» пропонує урядам, бізнесу та громадянам перейти до розробки збалансованих шляхів розвитку, що включають сприяння інвестиціям у природний капітал (збільшення частки заповідних територій, посилення захисту лісів тощо), вирішення проблем енергетики та забезпечення екологічно чистими продуктами харчування, приділення уваги питанням використання земель та планування землекористування, оптимального розподілу обмежених ресурсів та покращення управління ресурсами. Модель «зеленої економіки» передбачає гармонійне поєднання економічних потреб суспільства з потребою постійного відновлення і збереження довкілля [6].

Згідно з визначенням ЮНЕМ «зелена» економіка – це економіка, яка призводить до підвищення добробуту людей і зміцнення соціальної справедливості за одночасного істотного зниження ризиків для довкілля та дефіциту екологічних ресурсів [5, с. 2]. Водночас ЮНЕП підкреслює взаємозв'язок між поняттями «зеленої економіки» та сталого розвитку: «...концепція «зеленої економіки» не замінює собою концепцію сталого розвитку, проте зараз все більш поширене визнання того, що досягнення стійкості майже повністю залежить від створення правильної економіки» [7].

Данські вчені визначають «зелену економіку» як процес трансформації, що нівелює диспропорції та дисфункції сучасної економіки, і результатом якого є добробут людства та

справедливий доступ до ресурсів для кожного члена суспільства в умовах екологічної та економічної цілісності [8].

На зустрічі міністрів з охорони навколишнього середовища країн Латинської Америки і Карибського басейну, яка відбулась під егідою ЮНЕП, учасники узгодили таке визначення: «зелена» економіка – це система економічної діяльності, пов'язана з виробництвом, розподілом і споживанням товарів і послуг, які призводять до підвищення добробуту людини впродовж тривалого часу, при цьому не піддаючи майбутні покоління значним екологічним ризикам або екологічному дефіциту [9].

Міжнародна торгова палата розглядає «зелену» економіку як таку, де економічне зростання та екологічна відповідальність взаємодоповнюють одне одного, підтримуючи прогрес у соціальному розвитку [10].

На думку А. Старостіної, зелена економіка – це економічні відносини між суб'єктами господарської діяльності, які базуються на принципах захисту та збереженні навколишнього середовища, впровадженні новітніх енерго- й ресурсозберігаючих технологій та сприяють поліпшенню якості життя в межах існуючих екосистем [11].

У більш вузькому трактуванні «зелену» економіку науковці, Кучеров А. В. та Шибилева О. В., розуміють як розроблення, виробництво та експлуатацію технологій та обладнання для контролю і зменшення викидів забруднювальних речовин і парникових газів, моніторингу та прогнозування кліматичних змін, а також технологій енерго- та ресурсозбереження та відновлюваної енергетики [12].

Патон Б.Є. вважає, що «зелена» економіка інтегрує в собі екологію людини та простору в одне системне ціле за допомогою економічних, зокрема ефективних ринкових механізмів, вирішуючи відповідне перспективне завдання сталого розвитку [13].

Фактично зелену економіку розглядають як шлях до сталого розвитку, який передбачає об'єднання трьох складових: економічної, соціальної й екологічної. При цьому екологічна складова виступає пріоритетним напрямом сталого розвитку. В Україні «Стратегією національної екологічної політики на період до 2020 року» та Національним планом дій з охорони навколишнього природного середовища на 2011-2015 [14] роки були запропоновані заходи, спрямовані на екологізацію усіх галузей економіки в державному та приватному секторах [15] серед яких слід виокремити: раціональне використання природно-ресурсного потенціалу, диверсифікація джерел енергопостачання та підвищення рівня енергоефективності, створення умов для формування здорового населення, формування нової екологічної поведінки населення в питаннях ресурсозбереження, охорона навколишнього середовища, виробництво органічної сільськогосподарської продукції, модернізація житлово-комунального сектору, впровадження нових технологій утилізації та переробки відходів [16, с.45]. Згідно з Указом Президента України про Стратегію сталого розвитку «Україна -2020» від 12.01.2015р., одним із напрямків реалізації державної політики у програмі енергонезалежності є зниження енергоемності валового внутрішнього продукту (на 20 відсотків до кінця 2020 року) шляхом забезпечення (впровадження) 100 відсотків обов'язкового комерційного обліку споживання енергоресурсів (енергії та палива), переходу до використання енергоефективних технологій та обладнання, зокрема через механізм залучення енергосервісних компаній, реалізації проектів з використанням альтернативних джерел енергії [17].

Варто зазначити, що Урядом було схвалено Енергетичну стратегію України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» від 18 серпня 2017р. № 605-р, яка передбачає, що до 2025 року здебільшого буде завершено реформування енергетичного комплексу України, досягнуто першочергових цільових показників з безпеки та енергоефективності, забезпечено його інноваційне оновлення та інтеграцію з енергетичним сектором ЄС. Одним із завдань Стратегії у сфері охорони довкілля має бути забезпечено дотримання високих екологічних норм виробництва, транспортування, трансформації та споживання енергії; фінансування інвестиційних проектів у рамках Національного плану скорочення викидів від великих спалювальних установок відповідно до

законодавства України та зобов'язань перед Енергетичним Співтовариством [18].

Мета «зеленої» економіки – формування дієвого середовища для економічного і соціального прогресу, що базується на мінімізації негативного впливу на довкілля та ефективному використанні природних ресурсів при збереженні гідного рівня життя населення. Ця мета реалізується через цілі нижчого порядку (підцілі), до яких відносяться:

- захист, збереження, відтворення природних ресурсів і недопущення безповоротної втрати біорізноманіття шляхом мінімізації негативного антропогенного впливу на оточуюче середовище, збереження та відтворення зелених насаджень, забезпечення цілісності екосистем, підвищення якості природних ресурсів тощо;
- підвищення ресурсоефективності (збільшення продуктивності залучених у господарський обіг природних ресурсів і зменшення обсягу відходів завдяки впровадженню замкнутого циклу виробництва та максимально повній утилізації відходів), з переорієнтацією на переважне використання відновлювальних ресурсів;
- економічний розвиток на основі структурних змін, що ведуть до підвищення ваги «зелених» секторів з відповідним скороченням «коричневих»;
- забезпечення соціального прогресу в «зеленому» сегменті економіки – створення «зелених» робочих місць, зростання доходів населення, отриманих за рахунок зайнятості у «зеленому» секторі економіки, підвищення якості товарів та послуг за рахунок надходження на ринок «зеленої» продукції тощо [19, с.56].

Таблиця 1

Аналіз переваг у застосуванні зеленої економіки для держави та для суб'єктів господарювання

ПЕРЕВАГИ У ЗАСТОСУВАННІ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ	
ДЛЯ ДЕРЖАВИ	ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ
<ul style="list-style-type: none"> – зниження залежності економіки від зовнішнього постачання сировини і цінових коливань; – впровадження енерго- та ресурсозбережних технологій; – вихід на нові ринки за рахунок чистих технологій; – залучення прямих іноземних інвестицій; – покращення екологічної ситуації та збереження природних ресурсів; – формування позитивного «зеленого» іміджу 	<ul style="list-style-type: none"> – зменшення питомих витрат на споживання ресурсів; – модернізація виробництва; – отримання додаткових доходів на основі використання наявних ресурсів (за рахунок утилізації відходів); – підвищення якості та конкурентоспроможності продукції; – можливість користуватися державними пільгами; – диверсифікація структури активів і зниження стратегічних ризиків, пов'язаних з традиційним виробництвом

Зелене зростання означає стимулювання економічного зростання і розвитку, забезпечуючи при цьому збереження природних активів і безперебійне надання ними ресурсів та екосистемних послуг, від яких залежить загальне благополуччя. Для цього він повинен каталізувати інвестиції та інновації, які будуть покладені в основу сталого зростання і сприятимуть виникненню нових економічних можливостей [20].

Для визначення конкретних цілей та завдань просування принципів зеленого зростання важливим є розуміння сучасного стану та тенденцій розвитку основних сфер, що мають відношення до зеленого зростання. Однією з ключових характеристик зеленого зростання є явище так званого «розмежування» (decoupling): коли зростання тиску на

довкілля менше, ніж економічне зростання за певний період часу. Розмежування може бути відносним і абсолютним. Абсолютне розмежування має місце тоді, коли екологічний показник (тиску на довкілля) залишається сталим або зменшується, у той час як певний показник економічного розвитку збільшується. Відносне розмежування має місце тоді, коли екологічний показник (тиску на довкілля) зростає, але з темпами нижчими, ніж темпи зростання відповідного показника економічного розвитку [21].

Для моніторингу головних характеристик зеленого зростання методологія ОЕСР передбачає аналіз таких груп індикаторів:

1) Соціально-економічний контекст та характеристики зростання (можливість оцінити загальний стан економічного розвитку країни, розвитку торгівлі, питання зайнятості та освіти);

2) Екологічна та ресурсна інтенсивність (можливість оцінити потреби ефективного використання природного капіталу та аспекти інтенсивності, включаючи ресурсну інтенсивність, енергетичну інтенсивність, вуглецеву інтенсивність);

3) Запаси природних ресурсів (можливість оцінити запаси та стан природних ресурсів);

4) Екологічна якість життя (можливість оцінити прямий вплив довкілля на життя людей, в тому числі через доступ до води та шкідливий вплив забруднення повітря);

5) Економічні можливості та політика (можливість оцінити ефективність політики щодо зеленого зростання) [22].

Сьогодні уряди багатьох розвинутих країн вже мають окремі стратегії зеленого зростання економіки, що містять основні цілі, завдання та конкретні інструменти реалізації. Практично всі країни ЄС розробили нові «зелені» заходи у сфері енергетики, розвитку громадського транспорту та інфраструктури, будівництва екоміст, а також розробки систем утилізації автомобілів. Екологічний сектор економіки ЄС складає близько 300 млрд. євро на рік (2,5% ВВП). 25% всіх інвестицій ЄС направлені на розвиток «зелених» технологій. Стратегія ЄС до 2020 року передбачає інтеграцію елементів «зеленої» економіки в стратегії по економіці і зайнятості [23].

У Нідерландах в 1989 році було затверджено Національний план політики в галузі охорони навколишнього середовища, яким були встановлені орієнтири сталого розвитку до 2030 року. На додаток до нього прийнята так звана екологічна повістка, націлена на досягнення орієнтирів, встановлених ЄС. Кінцевою метою Плану є створення стійкого навколишнього середовища протягом 25 років (одного покоління). План підкріплений інноваційними екологічними підходами до управління в поєднанні з податковою підтримкою і стратегічним менеджментом [24, с. 279].

У 1990 році згідно з пропозицією уряду Європейського Союзу такі країни, як Швеція, Фінляндія, Норвегія, Нідерланди та Данія ввели податки на викиди вуглецю. У результаті, наприклад, у Швеції досягнуто зниження рівня викидів CO₂ та рівня використання електроенергії підприємствами на 7 % та 10 % відповідно [25, с. 168].

Велику роль у втіленні моделі «зеленої економіки» в життя внесла Економічна і Соціальна Комісія для Азії і Тихого океану (ЕСКАТО). За ініціативою ЕСКАТО у 2005 р. була прийнята стратегія «зеленого» зростання, яка спочатку включала чотири пріоритетні напрями : раціональні моделі споживання і виробництва; «озеленення» підприємств і ринків; стійка інфраструктура і «зелена» податкова і бюджетна реформи. Згодом були додані ще два напрями - інвестування в природний капітал і показники екологічної ефективності [26].

У липні 2009 року прийнято Національну стратегію зеленого зростання (далі – Стратегія) в Республіці Корея. Передбачається, що до 2020 року Республіка Корея стане сьомою у світі «зеленою державою», а до 2050 року – п'ятою. Стратегічними цілями Стратегії зеленого зростання визначені:

- 1) Адаптація до зміни клімату та забезпечення енергетичної незалежності;
- 2) Створення нових рушіїв економічного зростання;
- 3) Покращення якості життя та зміцнення ролі країни на міжнародній арені [27].

Стратегія визначає зелене зростання як орієнтовану на дію парадигму, яка одночасно сприяє економічному зростанню і навколишньому середовищу з використанням концепції сталого розвитку [28]. Вона спрямована на забезпечення гармонійних відносин між економічним зростанням і навколишнім середовищем через задіяння нових рушіїв зростання, включаючи збереження і ефективне використання енергії та ресурсів, пом'якшення наслідків зміни клімату та руйнування навколишнього середовища, дослідження і розвиток чистої енергії і екологічно чистих технологій, створення нових робочих місць [29, с. 6].

«Зелене» зростання означає засоби стимулювання економічного зростання та розвитку, забезпечуючи при цьому те, що природні активи продовжують надавати ресурси та екологічні послуги, від яких залежить наше благополуччя. Для цього воно має служити каталізатором інвестицій та інновацій, які будуть покладені в основу сталого зростання та призведуть до виникнення нових економічних можливостей (ОЕСР) [30].

Ідеї «зеленої економіки» дуже нагадують методологічні підходи сталого розвитку, які впродовж чверті століття були «віфлеємською зіркою» для суспільства і стали не просто інтелектуальним надбанням людства, а тим, що французи називають «succis d'estime», тобто досягли «критичного успіху» в переосмисленні всіх сфер людської діяльності. Заклик обмежити економічну діяльність рамками, визначеними в межах екосистеми Землі, і приділяти пріоритетну увагу соціальній інтеграції та боротьбі з бідністю, який сьогодні лунає з трибун ООН та міжнародних форумів, добре знайомий нам, оскільки прозвучав ще в доповіді Комісії Брундтландт (1987) [31].

Розвиток «зеленої» економіки в Данії задекларований у відповідній Угоді про «Зелене зростання», яка має за мету забезпечити охорону довкілля і клімату, одночасно створивши умови для розвитку сучасного і конкурентоспроможного сільського господарства і харчової промисловості. До складу даної Угоди також входять: План Данії по довкіллю до 2020 року; Стратегія зростання «зеленого» сільського господарства і харчової промисловості [32].

В Австрії був розроблений План дій у сфері ресурсоефективності (REAP), який відповідає Національній стратегії сталого розвитку. REAP покликаний сформулювати основу і створити стимули діяльності з підвищення ресурсоефективності відносно забезпечення конкретних типів ресурсів (наприклад, поновлювані ресурси), а також окремих галузей (наприклад, будівництво). Особливий акцент робиться на ефективне використання таких ресурсів, як метали, корисні копалини і біомаса. Крім того, документ приділяє увагу взаємозв'язкам між ефективним використанням енергії та інших ресурсів, наприклад води і земельних ресурсів [33].

Слід також відзначити, що у 2010 р. в ЄС була прийнята Стратегія «Європа 2020», яка спрямована на розвинути, стійку і всеохоплюючу економіку, здійснює моніторинг макроекономічних факторів, реформ, які сприяють зростанню. Стратегія «Європа 2020» встановлює три основні фактори зміцнення економіки: розумне зростання (розвиток економіки, засноване на знаннях та інноваціях); стійке зростання (створення економіки, заснованої на доцільному використанні ресурсів, екології та конкуренції); всеохоплююче зростання (сприяння підвищенню рівня зайнятості населення, досягнення соціальної та територіальної згоди). Крім того, четвертим розділом стратегії є «Доцільне використання ресурсів у Європі», що передбачає розумне використання джерел енергії, перехід на економіку з низьким споживанням вуглеводної сировини, збільшення використання джерел відновлювальної енергії, модернізація транспортного сектора, зниження залежності зростання економіки від кількості ресурсів, що споживаються [24].

Розвиваючи положення Глобального зеленого нового курсу, UNEP присвятив свою доповідь 2011 року «Назустріч «зеленій економіці»: шлях до сталого розвитку та викоріненню бідності» аргументації на користь інвестування 2% світового ВВП в «озеленення» десяти найважливіших секторів економіки з метою істотної зміни характеру розвитку та спрямування потоків державних і приватних інвестицій на ефективне використання ресурсів та зменшення викидів парникових газів [34, с. 87]. Концепція «зеленої» економіки не замінює собою концепцію сталого розвитку, однак зараз все більш поширене визнання того, що досягнення стійкості майже повністю залежить від створення

правильної економіки. За десятиліття, коли нові багатства створювалися з використанням моделі «коричневої» економіки, суспільство не вирішило таких проблем, як соціальна маргіналізація і виснаження ресурсів [35].

Курс на озеленення економіки, яким керується Європейський Союз заснований на принципах концепції сталого розвитку. Відповідно, масштаб заходів із співпраці ЄС та України у сфері охорони довкілля та озеленення економіки нашої держави окреслюється прагненням мінімізувати екологічні екстерналиї задля повноцінного існування прийдешніх поколінь [36, с.19].

У вересні 2015 року Організація Об'єднаних Націй прийняла нову глобальну програму із забезпечення сталого майбутнього до 2030 року, яка визначає 17 цілей сталого розвитку (далі –ЦСР) та 169 завдань розвитку. ЦСР мають стати платформою, на базі якої розроблятимуться національні стратегії протягом наступних 15-ти років.

Саме ціль № 8 передбачає сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх.

На території України, зокрема в Дніпропетровській області серед суб'єктів господарювання та населення, реалізується проект «Зелені рішення» бізнесу – єднання для сталого розвитку», цілями якого є:

- популяризація ідей сталого розвитку на засадах зеленої економіки серед підприємств Дніпропетровщини;
- висвітлення кращих «зелених» практик підприємств області;
- поліпшення умов для реалізації «зелених» стартапів;
- сприяння адаптації ділових кіл до змін законодавства України в рамках імплементації угоди з ЄС;
- дослідження перспектив розбудови «зеленої» економіки з ефективними ресурсами на Дніпропетровщині;
- підвищення обізнаності та посилення ролі бізнесу, громад у забезпеченні сталого розвитку області [40].

Згідно існуючих визначень та трактувань сталий розвиток – це такий розвиток, який задовольняє потреби сьогодення, але не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби [37]. При цьому, значний наголос робиться передусім на соціоекологічних аспектах та організації безпечного виробництва.

Переважна більшість вітчизняних науковців вважають, що сталий розвиток – це процес гармонізації продуктивних сил, забезпеченість задоволення необхідних потреб усіх членів суспільства за умов збереження і постійного відновлення цілісності природного середовища, створення можливостей для рівноваги між його потенціалом і потребами людей усіх поколінь.

Разом з тим, І. Б. Дегтярьова, О. І. Мельник, Я. В. Романченко зазначають, що терміну «сталий розвиток» властива певна внутрішня суперечливість. Вона полягає в тому, що в одному понятті об'єднані два слова, що мають внутрішньо-протилежний смисловий зміст: «стійкість» припускає деяку стаціонарність стану, а «розвиток» можливий лише за умови постійного виведення системи з такого стану [38].

Для фахівці Європейського союзу стійкий розвиток – це досить складна конструкція, яка полягає в збалансованому розвитку трьох компонентів: економічного, соціального та екологічного. Тож не можна говорити про стійкий розвиток при виділенні тільки однієї компоненти. Схематично стійкий розвиток можна уявити як взаємні перетини трьох кіл: економіки, суспільства, природи. А місце їх перетину і стане сферою стійкого розвитку. На жаль, зараз в світі і в Україні це три рівнозначних кола. Сьогодні економіка – це найбільше коло, суспільство вже менше - коло, а природа – найменше коло, яке знаходиться майже поза увагою економіки та суспільства. А задача стійкого розвитку – зробити рівними ці кола і зробити максимальну площа їх перетину, щоб вона була збалансованою.

Однією з ключових умов системності і послідовності діяльності країни у ході запровадження концепції сталого розвитку є розробка деталізованого плану дій, стратегії, які би забезпечували повноцінну реалізацію економічної діяльності суб'єктів господарювання

без дискримінації екологічних і соціальних інтересів; враховували би міжнародний досвід імплементації вказаної концепції та реалії світового господарства у цілому. В свою чергу, багатогранність поняття сталого розвитку і відмінності у менталітеті, культурі народів світу обумовлюють наявність у науковій літературі широкого спектру індивідуальних підходів вчених-економістів та колективних позицій, сформульованих у межах міжнародних організацій, щодо трактування суті, складових таких документів і, перш за все, стратегії сталого розвитку [40, с.174].

У сучасних умовах сталий розвиток є самою прийнятною концепцією розвитку. Перехід до нього передбачає поетапне відновлення природних екосистем до рівня, що забезпечує економічну ефективність, соціальну справедливість та стійкість навколишнього середовища. Основним інструментом сталого розвитку держави повинна стати «зелена економіка».

Висновки та наукова новизна. Зростання світової економіки за існуючої моделі виробництва може створити ситуацію, коли збиток від забруднення і руйнування навколишнього природного середовища почне перевищувати одержувані доходи. Подолати цю ситуацію можливо тільки завдяки впровадженню інновацій для відтворення природних ресурсів.

Стимулювання інноваційної активності в цьому напрямку можуть послужити відповідні зміни в податковій, конкурентній і торговельній політиці, фінансові заохочення «зелених» інновацій, контроль за використанням природних багатств. Необхідно досягти ситуації, щоб виробництва, пов'язані із забрудненням навколишнього середовища або перевитратою енергетичних, водних та інших ресурсів, стали не вигідними. Тоді компанії, які вкладають значні кошти в «зелені» технології, зможуть отримувати від цього реальні дивіденди завдяки перевазі перед конкурентами в вартості кінцевої продукції. Поза жодного сумніву, перехід світової економіки на модель «зеленого» зростання вимагатиме значних зусиль у розширенні міжнародного співробітництва, а також формування відповідної політики уряду.

У ході дослідження доведено, що саме розроблення детального плану дій у сфері впровадження зеленої економіки, який повинен бути узгодженим з Національною стратегією сталого розвитку, буде надійним фундаментом. Щодо стимулювання ресурсоефективності діяльності. Сталий розвиток забезпечується збалансованістю трьох компонентів: економічного, соціального та екологічного.

В умовах активного та всебічного запровадження заходів щодо зменшення відходів та використання вторинної сировини у виробництві, очікувано відбудуться структурні зміни в економіці та її поступовий перехід до «зеленої економіки». Дотримання вітчизняними компаніями природоохоронного законодавства та взяття добровільних ініціатив за стан навколишнього середовища позитивно впливатиме на економічну результативність їх діяльності. Таким чином, «зелена економіка» буде сприяти прискоренню процесів переходу до сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. The strategy of “green” growth OECD [Strategiya “Zelenogo” zrostannya OESR]. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.oecd.org/greengrowth
2. На шляху до зеленого зростання: моніторинг прогресу в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rac.org.ua/uploads/content/100/files/ggiukrainefinal.pdf>
3. Кваша Т. К., Мусіна Л. А. Вимірювання зеленого зростання в Україні: концепції, системи індикаторів, досвід формування та перспективи застосування // монографія/ТК Кваша, ЛА Мусіна. – 2015. – 280 с.
4. Pearce D. Blueprint for a green economy / David Pearce, Anil Markandya, Edward Barbier. – London : Earthscan Publications Ltd, 1989. – 193 p.
5. Кудинова Г. Э., Розенберг Г. С., Юрина В. С. Навстречу «зеленой» экономике: Пути к устойчивому развитию и искоренению бедности. Найроби (Кения); Женева (Швейцария); Москва (Россия): ЮНЕП, 2011. 738 с // Принципы экологии. – 2012. – №. 4 (4).

6. «Зелена економіка» — перспективний шлях розвитку гірських районів // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zik.ua/ua/analytics/2011/12/20/325061>
7. Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unep.org/greeneconomy>
8. Сайт Датської Організації по возобновляемым источникам энергии (Danish Organisation for Renewable Energy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ove.org>
9. General Information that can be used by the Ministers and Heads of Delegation for the dialogue on Green Economy: XVII Meeting of the Forum of Ministers of Environment of Latin America and the Caribbean Panama City, Panama 26 to 30 April 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=system+of+economic+activities+related+to+the+production%2C+distribution+and+consumption+of+goods+and+services+that+result+in+improved+human+well%28%80%90being+over+the+long+term%2C+while+not+exposing+future+generations+to+significant+environmental+risk+or+ecological+scarcities&source=web&cd=3&ved=0CDkQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.pnuma.org%2Fforodeministros%2F17panama%2FFORO%2520DE%2520MINISTROS%25202010%2520VERSIONES%2520FINALES%2FMINISTROS%2FDE%2520TRABAJO%2520INGLES%2FUNEPLACIGXVII4%2520%2520Green%2520Economy.doc&ei=2C2bUfmuOMrL4ASLgYGYDg&usg=AFQjCNEuJDYDzcT_Sa1eK3Xb2xLTJ0MWIA&bvm=bv.46751780,d.bGE&cad=rjt
10. Ten 10 condition for a transition toward a green economy. ICC Paper [Document No. 213 – 18/7]. – Paris : ICC, 2011. – 7 p.
11. Старостіна А., Кравченко В. А. Сутність та практичне застосування методики конструювання категоріального апарату економічної науки (на прикладі понять «глобалізація» та «підприємницький ризик») // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2011. – №. 128. – С. 5-10.
12. Кучеров А. В., Шибилева О. В. Концепция «зеленой» экономики: основные положения и перспективы развития // Молодой ученый. – 2014. – №. 4. – С. 561-563.
13. Патон Б. Є. Національна парадигма сталого розвитку України // Патон БЄ – Київ.: Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України. – 2012. – 72 с.
14. Розпорядження Кабінету Міністрів України про затвердження Національного плану дій з охорони навколишнього природного середовища на 2011-2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/577-2011-%D1%80>
15. Концепція національної екологічної політики України на період до 2020 року / Схвалено розпорядженням КМУ від 17 жовтня 2007 р. № 880-р. // База даних «Законодавство України» / КМУ України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/880-2007-p>
16. Гура А.О., Гуцан Т.Г. Зелена економіка: сутність, чинники та перспективи розвитку в Україні. Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С.Сковороди «Економіка». 2017. Вип. 17. – С. 42-52
17. Указ Президента України про Стратегію сталого розвитку «Україна -2020» від 12.01.2015р. URL: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>
18. Енергетична стратегія України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/publish/article?art_id=245234085
19. Чмир О.С., Захаркевич Н.П. «Зелена» економіка: сутність, цілі та базові принципи. Економічний вісник Донбасу. № 3(33).2013. – С.54-62.
20. Курс на зеленый рост. Резюме для лиц, принимающих решения. Май, 2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/greegrowth/48634082.pdf>
21. На шляху до зеленого зростання: моніторинг прогресу в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rac.org.ua/uploads/content/100/files/ggiukrainefinal.pdf>

22. Методологія моніторингу зеленого зростання (ОЕСР). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/greengrowth/48224574.pdf>
23. Бережна Ю.С. Зелена економіка в країнах Східного партнерства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASR_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=ecnem_2012_9\(2\)_6](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASR_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=ecnem_2012_9(2)_6)
24. Захаркевич Н. П. Досвід країн Європейського Союзу у формуванні основ зеленої економіки // Університетські наукові записки. – 2013. – №. 2. – С. 278-285.
25. Green economics: an introduction to theory, policy and practice. Molly Scott Cato London: Earthscan, 2009. – P. 240
26. UNEP (2010), “Green Economy Developing Countries Success Stories [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.unep.org/.../greeneconomy_successtories .
27. National Green Growth Strategy and Five-Year Plan Milestones. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.greengrowth.go.kr/?page_id=42450.
28. GREEN GROWTH KOREA. Now & the Future. – <http://www.greengrowth.go.kr/>. – P.7.
29. У напрямі зеленого зростання: досвід Республіки Корея. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.me.gov.ua/Documents/Download?id=a07323c1-d0cd-4de9-9569
30. «Зеленая» економіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://minpriroda.by/ru/actual/new_url_2095511547
31. Екологічна Конституція Землі. Методологічні засади / за ред. акад. НАН України, д-ра екон. наук, проф. Ю.Ю. Туниці. – Львів : РВВ НЛТУ України, 2011. – 440 с.
32. The Verkhovna Rada of Ukraine (2010), The Law of Ukraine «Of basic principles (strategy) of the State Environmental Policy of Ukraine till 2020», [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2818-17>
33. Грицюк Т.І., Василенко Т.В. Стратегічні пріоритети розвитку «зеленої економіки» в країнах світу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3081>
34. Коненко О.Ю. Актуальні проблеми сталого розвитку: навчально-методичний посібник / О.Ю. Коненко. - К.: ДП «Прінт Сервіс», 2016. – 109 с.
35. Головні тренди КСВ: зелена економіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://csrukraine.org/news/%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%96%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BA%D1%81%D0%B2%D0%B7%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B0%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0/>
36. «Зелене рішення» бізнесу - єднання для сталого розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.gs.dp.ua/?page_id=461&lang=uk
37. Гарлицька Д.А. Побудова зеленої економіки – основна складова європейської інтеграції України. Економічний аналіз. 2017. Том 27. №2. – С.15-19.
38. Дегтярьова І. Б. Економічні та фінансові інструменти забезпечення сталого регіонального розвитку: досвід ЄС / І. Б. Дегтярьова, О. І. Мельник, Я. В. Романченко // Механізм регулювання економіки, 2014, 3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Temp/Mre_2014_3_4.pdf.
39. Dehtyarova, I. B., Melnyk, O. I. & Romanchenko, Ya. V. Economic and Financial Instruments for Sustainable Regional Development: EU Experience [Ekonomichni ta finansovi instrumenty zabezpechennya staloho rehional'noho rozvytku: dosvid YeS]. Mekhanizm rehulyuvannya ekonomiky – Mechanism of Economic Regulation, 2014, No 3 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Temp/Mre_2014_3_4.pdf.
40. Яншина А.М. Інституційна складова імплементації концепції сталого розвитку у країнах Північної Європи. Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 118 (1).2014. – С.172-182.

СУЧАСНА РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА В КОНТЕКСТІ СТРУКТУРНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Вступ. Україна інтегрується в європейський цивілізаційний простір, що ставить перед регіональною політикою низку вимог. Згідно з ними регіональна політика має бути спрямована на створення самодостатніх потужних громад на засадах управлінської та бюджетної децентралізації, з притаманною їм специфікою, культурними та мовними традиціями, міцною економікою та широкими можливостями для самоврядування. Тому розробка системного підходу до формування державної регіональної економічної політики виступає фактором структурної модернізації регіонального розвитку.

Вивченню взаємозв'язку питань глобального, національного і регіонального розвитку присвячені праці А. Гриценка, Б. Данилишина, Я. Жалила, Л. Калініченко, Д. Олійник [1-5] та багатьох інших провідних вчених. Механізми регулювання макроекономічних і міжрегіональних диспропорцій у внутрішньодержавному просторі представлені у працях О. Бавика, З. Варналія, М. Долішного, В. Решетило, М. Скрипниченко, Л. Шинкарук [6-11] та багатьох інших фахівців.

Ризики диспропорційності економічного розвитку регіонів та державна регіональна політика в цьому напрямі, свідчать про низький ступень готовності регіонів України до інтеграції в світовий глобальний простір і вимагає відповідних заходів подолання диспропорційності регіонального розвитку. На сьогоднішній день вкрай потрібна теоретична база дослідження державної регіональної політики за умов децентралізації як результуючого показника структурної модернізації економіки України та її регіонів.

Результати дослідження. Сучасні структурні проблеми регіонів України обумовлені суттєвими макроекономічними обмеженнями, серед яких найважливішими є демографічні негативи, зменшення масштабів економіки країни, прогресуюча деіндустріалізація, висока ресурсомісткість виробництва, зокрема, низька енергоефективність, зростаюче боргове навантаження. Найбільш дестабілізуючу роль грають воєнні події на Сході держави.

Сучасний масштаб національної економіки України, визначений в обсягах ВВП, критично обмежує вагомість і міжнародну конкурентоспроможність країни та її регіонів. За підсумками 2015 р. номінальний ВВП нашої держави становив 0,12% світового ВВП та відповідав 65-й позиції у світі за цим критерієм [12]. Динаміку місць України в деяких світових рейтингах відображено в таблиці 1.

Таблиця 1

Місце України в світовому ВВП і ВВП на душу населення за 2003-2015 рр.

Рік	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Показник													
Номінальний ВВП	57	55	53	52	49	46	53	55	56	54	56	60	65
ВВП на душу населення за ПКС	102	100	102	98	96	99	106	106	106	107	104	108	112
Кількість країн	185	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187

Обсяги ВВП на одного жителя у доларах США за паритетом купівельної спроможності в Україні у понад два рази нижчі за середньосвітовий рівень. За зазначеним критерієм українська економіка у 3–5 разів відстає від європейських партнерів (Польщі, Словаччини, загалом ЄС). Накопичення технологічної відсталості та застарілість виробничих

потужностей пришвидшили зростання промислового виробництва. У 2015 р. у країнах ЄС-28 валова додана вартість переробної промисловості перевищила 2 трлн євро, що є достатньо міцною базою для переходу на стандарти четвертої промислової революції. Додана вартість української переробної промисловості (11 млрд. дол. США) становить менше 1 % від європейського рівня, що зумовлює високу фінансову та технологічну вразливість відповідних галузей [13, с. 13]. Технологічна відсталість та консервація низькотехнологічної структури виробництва свідчать про кризу вітчизняної промислової політики. Йдеться, зокрема, про промислові стандарти цифрової економіки і нові параметри продуктивності та ресурсної ефективності.

Найбільш тривожними є основні демографічні тренди, які суттєво впливатиме на довгострокові перспективи розвитку нашої країни: скорочення населення внаслідок депопуляції, старіння населення і скорочення контингентів працездатного віку, перевага потоків трудових міграцій над постійними [14]. Графік віково-статевої структури населення України не є класичною пірамідою, оскільки її основа набагато вужча, ніж середня частина. За чисельністю нинішні покоління 20-річних значно поступаються поколінням 60-річних. У доступній перспективі ці нечисленні покоління вступатимуть у працєактивний вік, тоді як пенсійного віку досягатимуть значно численніші покоління, народжені у 1960–1980-х роках. Наслідком такого накладання демографічних хвиль слід очікувати новий виток у процесі постаріння [15, с. 7].

Значною макроекономічною проблемою нашої країни та її регіонів є висока ресурсомісткість виробництва, зокрема, енергомісткість.

Воєнні події завдали особливо сильного удару по українській економіці. Зараз на райони Донецької та Луганської областей, охоплені війною, припадає 2,6% території України, 3,3 млн. жителів (7,3% населення), понад 10% ВВП і 15% промислового виробництва. Крим вже не включають в офіційну статистику, що означає втрату понад 3% ВВП [16].

Воєнні втрати та нестабільність соціально-економічного розвитку призвела до необхідності пошуку нових ринків збуту товарів на зовнішніх ринках, освоєння нових видів продукції та перепрофілювання виробництв. Відбувається зміна галузевої спеціалізації регіональної економіки, зокрема напрямів експортоорієнтованого виробництва. Це є необхідним чинником задля зміцнення регіональних господарських комплексів та надання їм нових стимулів до розвитку.

Ефективність регіональної економічної політики в умовах інтеграції та глобалізації обумовлена визначенням цілей стратегічного розвитку територій, їх залученням до процесів глобальної інтеграції і закріпленням відповідних інститутів, що сприяють реалізації регіонального потенціалу економічного зростання. Європейський вибір, інтенсифікація співробітництва з ЄС, поступове входження України в європейський адміністративний простір вимагають розуміння принципів, законів і механізмів європейського врядування та підходів щодо їх реалізації.

У сучасних умовах однією з ключових проблем є наявність серйозних диспропорцій у соціально-економічному розвитку регіонів України. Тому виникає потреба у розробці стратегії спрямованої на комплексне вирішення завдань регіонального розвитку. Адже відсутність обґрунтованої політики регіонального розвитку держави на попередньому етапі призвела не лише до зростання диспропорцій та загострення економічних і соціальних проблем, але й до суттєвої економічної й суспільно-політичної дезінтеграції держави. Тому в системі регіональної економічної політики актуалізуються два напрямки:

1. Внутрішньорегіональне управління, ефективність якого прямо залежить від дій регіональних органів влади;

2. Розробка механізму адаптації до мінливого зовнішнього середовища (обумовленого макроекономічними та глобальними чинниками), оскільки ці чинники регіональними органами влади регулюватися не можуть.

Внутрішня економічна політика регіону визначається як система відносин, що формуються між територіальними господарюючими суб'єктами з приводу галузевої, виробничої

та секторальної структури, а також умов та інститутів економічної діяльності та її регулювання.

Однак в сучасних умовах відкритої економіки розвиток регіонів в значній мірі визначається впливом тенденцій глобалізації, до яких слід віднести галузеву трансформацію виробництва, зростання торгівлі послугами і скорочення «неторговельних» видів послуг, формування галузевих регіональних кластерів, організаційні зрушення в бізнес-стратегіях (активізація франчайзингових і аутсорсингових практик). Таким чином, при формуванні регіональної економічної політики необхідно враховувати об'єктивні тенденції глобалізації.

Крім того, в даний час проблема розробки концептуальних положень, що відображають особливості формування та використання економічного потенціалу регіональної економіки, актуалізується наступною низкою обставин:

- перманентна необхідність вирівнювання існуючих, історично сформованих і обумовлених неефективним використанням управлінського потенціалу системи регіонального державного менеджменту, диспропорцій і асиметричності в їх різних проявах і формах;

- потреба в ідентифікації та своєчасному використанні чітко виражених і латентних конкурентних переваг для «виживання» в умовах міжрегіональної конкуренції і боротьби за споживачів регіональної продукції в єдиному економічному просторі країни;

- вагомість постійного пошуку нових форм і ефективних методів формування та використання потенціалу взаємодії основних суб'єктів регіональної економіки з метою досягнення мультиплікативного ефекту в умовах впливу ентропійних тенденцій мережевого багатополярного розвитку.

Зазначене дозволяє по-новому подивитися на проблеми збалансованого розвитку регіонів і виділити напрями подолання диспропорційності регіонального розвитку та можливості їх застосування в економіці України.

Аналіз зарубіжних досліджень з проблем територіального розвитку свідчить про різноманітність методів усунення або скорочення регіональної нерівності в розвинутих країнах. Викликає безперечний інтерес досвід розміщення підприємств високотехнологічних галузей в економічно та соціально відсталих районах з надлишками трудових ресурсів, природними обмеженнями цілорічної сільськогосподарської зайнятості (створення технопарків, центрів нововведень, «технополісів»). Одним з методів, які широко практикуються в регіональній політиці, є створення «поліосів зростання»: обираються пункти, найсприятливіші щодо ресурсів або географічного положення; у подальшому кожен такий пункт, будучи забезпеченим інфраструктурними спорудами і виробничими підприємствами, перетворюється на «центр розвитку». Таке перетворення стає важливим фактором регіонального економічного розвитку, багато в чому воно пов'язане з тією роллю, яку «поліоси» відіграють у доведенні розробок, здійснюваних вищими учбовими закладами, а також у виготовленні нових видів промислової продукції, придатних для реалізації на ринку. Такі «поліоси зростання» проблемних регіонів покликані поступово вивести їхню економіку зі стану депресії [17, с. 19].

Формування державної стратегії регіонального розвитку в Україні відбувалося на основі аналізу соціально-економічного розвитку регіонів, виявлення диспропорцій регіонального розвитку України, визначення стратегічних завдань регіональної політики України, формування механізму та комплексу заходів її реалізації. До очікуваних результатів державної стратегії регіонального розвитку України належать:

- зниження диспропорцій у соціальних показниках, у тому числі заробітній платі та забезпеченні додержання державних соціальних гарантій;

- збільшення обсягу інвестицій в основний капітал при одночасному зниженні диспропорції за цим показником;

- створення умов для сталого розвитку регіонів в інтересах усієї країни, підвищення рівня життя населення, подолання бідності та безробіття, формування середнього класу;

- забезпечення додержання визначених державних соціальних гарантій стосовно

кожного громадянина незалежно від місця його проживання;

- подолання депресивного стану окремих територій, своєчасне і комплексне вирішення проблем охорони довкілля [3, с. 119].

Серед основних проблем розвитку економіки регіонів можна виділити: незначний рівень конкурентоспроможності економіки регіонів; посилення диспропорцій регіонального розвитку; несприятливі умови для розвитку людського капіталу, людських ресурсів, нерівномірність інвестиційних процесів на регіональному рівні; недостатньо дієву інфраструктуру для впровадження комплексу структурних перетворень економіки регіонів. Це зумовлено зниженням інноваційного потенціалу розвитку регіонів України; сировинною спеціалізацією виробництва; зниженням здатності до відтворення капіталу в пріоритетних галузях; посиленням асиметрій на ринках праці; зменшенням податкової бази через зменшення обсягів діяльності підприємств; скороченням обсягів фінансування соціальної сфери; погіршенням демографічної ситуації.

Отримані результати аналізу диспропорцій регіонального соціального розвитку загалом підтверджують існування ряду суттєвих проблем у цій сфері, пов'язаних з відсутністю комплексного, системного підходу до формування державної регіональної соціальної політики, адекватної актуальним викликам сучасності та євроінтеграційним орієнтаціям зовнішньополітичного курсу України. Внаслідок цього дивергенція (або збільшення диспропорційності) регіонів має місце за такими важливими складовими соціального розвитку, як відтворення населення та рівень його доходів, динамічні характеристики ринку праці, переважна більшість показників розвитку соціальної сфери (освіти, охорони здоров'я, культури та відпочинку), реального й фінансового секторів, сфери інвестиційної діяльності, споживчого ринку та послуг, транспорту і комунікацій, за цілим рядом показників регіонального розвитку існують високі рівні регіональних диспропорцій між столицею та регіонами.

Наявність значних регіональних розбіжностей у соціально-економічному розвитку потребує впровадження ефективного механізму реалізації регіональної політики України, враховуючи всі можливі джерела фінансування регіональних програм. Стратегічний підхід до управління розвитком господарських комплексів регіонів спрямований на вирівнювання умов економічної діяльності в межах усіх регіонів, раціональне використання виробничо-ресурсного потенціалу регіонів, досягнення сталого економічного зростання, підвищення соціально-економічних показників рівня життя населення України. Реалізація зазначених цілей потребує:

- формування пріоритетних напрямів розвитку економіки регіону;
- розробки механізмів прискорення економічного зростання в найважливіших напрямках розвитку економіки регіону;
- створення умов взаємодії підприємств, установ, що визначають можливості кожного регіону на базі використання науково-виробничого потенціалу регіону;
- підтримки підприємств, що забезпечують внутрішні потреби регіону;
- збереження існуючих і створення нових робочих місць;
- мінімізації соціальних наслідків реструктуризації економіки регіону;
- підвищення інвестиційної привабливості регіону;
- розвитку інфраструктури регіону, ринку товарів і цінних паперів;
- взаємодії органів місцевого самоврядування, промислових підприємств і економічно активного населення; організації регіональних ринків [18, с. 14].

У світовій практиці регіонального розвитку сформовано два основних підходи. Перший передбачає реалізацію цілей територіальної справедливості, просторової організації економічної діяльності, при якій жителі всіх регіонів мають однакові можливості досягти добробуту. Другий базується на економічній ефективності, яка потребує раціонального використання виробничого потенціалу кожного регіону з метою досягнення загальнонаціонального добробуту. Такі підходи можуть бути як сумісними, так і конфліктними:

- по-перше, між підходами існує зворотно пропорційна залежність – стимулювання

економічного розвитку проблемних регіонів призводить до зменшення економічної ефективності;

- по-друге, справедливість має не тільки негативні, але й позитивні ефекти, які дозволяють згладжувати соціальні диспропорції;

- по-третє, реалізація цілей територіальної справедливості й економічної ефективності залежить від стану національної економіки; як правило, у період економічного зростання має перевагу перша точка зору, а у період кризи – друга; але за будь-якої ситуації головним завданням регіональної політики має бути збереження та примноження потенціалу території за умови дії принципів збалансованості та єдності [7, с. 365].

У більшості країн зі змішаною економікою з метою впливу на поведінку економічних суб'єктів використовуються різноманітні макроекономічні регулятори залежно від рівня розвитку регіону. Вони являють собою диференційовані за регіонами параметри й умови державної податкової, кредитної, інвестиційної та соціальної політики. Наявність диспропорцій на рівні соціально-економічного розвитку регіонів України обумовлює об'єктивну основу для створення відповідної диференціації макроекономічних регуляторів для компенсації небажаних факторів та стимулювання використання сприятливих чинників.

Ключовим напрямом стимулювання регіонального розвитку є селективна політика: прискорений розвиток регіонів локомотивів і на цій основі збільшення економічної могутності держави; перетворення регіонів-локомотивів на спеціальних «девелоперів», які «підтягнуть» до свого рівня регіони з більш низьким рівнем розвитку; передавання іншим регіонам відповідних виробничих функцій на аутсорсинг тощо. Привабливість даної концепції для регіонів-лідерів полягає в тому, що вони одержують можливість розпоряджатися наявним ресурсним потенціалом самостійно. Це сприятиме їх сталому розвитку, тоді як менш розвинутим або депресивним регіонам не обійтися без державної підтримки.

Диспропорції рівня розвитку регіонів України зумовлює необхідність використання диференційованого підходу до реалізації регіональної державної політики та стимулювання розвитку окремих територій. Відповідно до забезпечення стратегічного розвитку економіки регіонів України завдання регіональної політики полягають у такому:

- самостійне визначення регіонами довгострокової стратегії соціально-економічного розвитку, вибір засобів її реалізації;

- збільшення самостійності регіонів у формуванні й видатках бюджету області відповідно до компетенції органів регіонального управління; участь територіальних громад в управлінні регіональним розвитком;

- активне залучення органів місцевого самоврядування та населення до процесів управління і вирішення соціально-економічних проблем розвитку території;

- впровадження інноваційних технологій та методів вирішення соціально-економічних проблем регіонального розвитку [19].

Інновації як провідний напрям соціально-економічного розвитку впливають на якість життя людини та сприяють розвитку економіки регіонів. Реалізація пріоритетного інноваційного розвитку йде в основному за рахунок внутрішнього інноваційного потенціалу та ефективного керуючого впливу. Всі ці заходи, безумовно, спрямовані на підвищення ефективності функціонування інноваційної сфери. Але, з іншого боку, ще не вироблені спільні підходи до визначення результативності проведених заходів в інноваційній сфері. Тому питання ефективності інноваційних перетворень безпосередньо залежать від особливостей виявлених тенденцій і закономірностей, що склалися в регіональних системах.

Дослідження факторів і умов розвитку соціально-економічних систем з позиції інноваційного підходу дозволяють вирішувати такі завдання:

- пошук найбільш істотних факторів ефективного функціонування регіональних систем;

- визначення інституційних умов інноваційного розвитку регіону;

- виявлення взаємозв'язку і ієрархічної структури факторів, що впливають на

інноваційний розвиток;

- визначення оптимальних критеріїв співвідношення наукового результату і вкладених коштів, тобто вибір умов, при яких можна отримати максимальний вихід при мінімальних витратах (вибір найбільш економічно вигідного поєднання критеріїв);
- оцінка реакції регіональних систем на інтеграційний вплив виявлених чинників інноваційного розвитку.

При ігноруванні першорядності вирішення поставлених завдань виникає низка об'єктивних і суб'єктивних перешкод для ефективного розвитку регіону.

По-перше, це складності виявлення стандартизованих факторів, на основі яких можливо було б судити про очікувану ефективність інноваційного розвитку. Пов'язано це з відсутністю універсальної системи факторів регіонального інноваційного розвитку, яка може бути застосована до будь-яких регіонів.

По-друге, це недоліки в розробці інноваційних програм з набором адаптаційних процедур, коригувальних стандартні ситуації до реальних умов функціонування структурних одиниць регіональних систем. Труднощі досліджень в цій області можна пояснити браком об'єктивної статистичної інформації, що дозволяє виробляти відповідні коригування.

По-третє, це дефіцит управлінських технологій в інноваційній сфері. Мова йде про спеціалізацію і адаптації діючого управлінського потенціалу до інноваційних програм розвитку. Ігнорування цього факту в середньому знижує ефективність інноваційної діяльності на 15-20%.

По-четверте, це недостатнє обґрунтування розподілу повноважень на регіональному рівні в питаннях управління інноваційним розвитком.

По-п'яте, це об'єктивні фактори, породжені самою інноваційною системою: недолік економічних та управлінських знань у працівників, недостатнє фінансування, не систематизовані дані про регіональні інноваційні ресурси [20].

Отже, відсутність єдиних оціночних процедур, пов'язаних з об'єктивними тенденціями, що відбуваються в інноваційній сфері і враховують регіональну компоненту та неповноту статистичних даних, не дозволяє в повній мірі оцінити перспективи інноваційного розвитку регіону. Тому перспективними є дослідження по обґрунтуванню факторів, що визначають функціонування регіональних соціально-економічних систем за результатами ефективної інноваційної діяльності цих систем.

Загально прийнято вважати, що все різноманіття чинників, що впливають на формування інноваційного середовища, може бути зведене до чотирьох груп:

- соціально-економічні умови розвитку регіону;
- інноваційний потенціал;
- людський капітал;
- управлінський потенціал [8, с. 245].

Існують і інші співвідношення факторів, але вони відрізняються від наведених даних лише за ступенем деталізації. Велика увага зараз приділяється комплексному дослідженню факторів, що впливають на ефективність інноваційних систем з метою координування і інтеграції соціально-економічних процесів.

Однак значна частина з них розраховується експертним шляхом, що ускладнює їх збір і застосування на практиці. Складність виявлення таких чинників полягає, по-перше, в їх багатовимірності; по-друге, в складності знаходження значущих чинників впливу; по-третє, в об'єктивній оцінці цих факторів; по-четверте, в обліку динаміки розвитку соціально-економічної системи та її зв'язку з змінами зовнішнього і внутрішнього середовища соціально-економічної діяльності регіону. Всі чинники інноваційного розвитку є економічні ресурси регіонів, отже, вони беруть участь у внутрішньогосподарському обороті як структурні елементи регіональної економіки. І тут проглядається взаємозв'язок інноваційної та структурної динаміки розвитку.

Метою регіональної інноваційної політики є стабілізація і підйом економіки регіону, досягнення умов для ефективного виконання і раціонального використання бюджету за

рахунок збереження та розвитку науково-технічного потенціалу та створення сприятливих умов для інноваційної діяльності. Для досягнення мети слід визначити завдання оперативного і стратегічного планування:

- активізація інноваційної діяльності з метою створення нової конкурентоспроможної продукції та підвищення якості продукції, що випускається до показників світового рівня і розширення за рахунок цього зовнішнього і внутрішнього ринку для промислових підприємств, агропромислового комплексу, харчової та переробної промисловості регіону і т.д. .;
- максимально можливе використання досягнень науки при здійсненні структурної перебудови галузей економіки регіону;
- формування регіональних науково-технічних та інноваційних програм і проектів в інтересах забезпечення сталого соціально-економічного розвитку області;
- введення регіональної контрактної системи у сфері науково-технічних розробок;
- формування регіональних науково-технічних та інноваційних програм і проектів в інтересах забезпечення сталого соціально-економічного розвитку області;
- введення регіональної контрактної системи у сфері науково-технічних розробок;
- підвищення спрямованості регіонального замовлення на наукову, науково-технічну та інноваційну продукцію на рішення проблем регіонального значення;
- залучення інвестицій з держбюджетних і позабюджетних джерел для реалізації науково-технічних та інноваційних програм і проектів регіонального значення;
- стимулювання винахідницької діяльності, підвищення рівня патентної захищеності продукції і технологій, захист патентного ринку області від припливу на них зарубіжних патентів;
- сприяння захисту національного пріоритету на результати наукових досліджень, які виконуються за рахунок бюджетів всіх рівнів і захисту інтересів авторів і патентовласників промислової власності;
- розвиток бізнес-планування інноваційної діяльності.

До основних методів та інструментів бюджетно-податкового стимулювання інновацій у вітчизняній промисловості можуть бути віднесені наступні:

- звільнення від оподаткування частини прибутку, що йде на освоєння нової техніки;
- звільнення від оподаткування всіх витрат підприємств на НДДКР, модернізацію виробництва та впровадження сучасних технологій;
- надання істотних податкових пільг інноваційно активним малим підприємствам, які функціонують в рамках інкубаторів, технологічних партнерів і технополісів;
- істотне збільшення обсягу державних асигнувань на підтримку інноваційної активності високотехнологічних промислових підприємств, фінансування фундаментальних наукових досліджень НДДКР;
- забезпечення бюджетного фінансування цільових інноваційних програм;
- субсидування витрат організацій і підприємств щодо захисту прав інтелектуальної власності на вітчизняні винаходи і розробки за кордоном;
- субсидування функціонування випробувальних виробництв і стендів експериментальних установок;
- субсидування імпорту перспективних сучасних технологій.

Однак на сьогоднішній день існує проблема відсутності серйозного попиту на інновації з боку бізнесу, який вважає за краще робити короткострокові інвестиції, які швидко окупаються і прагне отримати миттєвий прибуток. Інновації ж є довгостроковим проектом. Розгляд регіону як цілісної системи, функціональними і значущими елементами якої є різномасштабні підприємницькі бізнес структури, дає можливість визначити напрямки впливу цих структур на його розвиток і функціонування в цілому. При цьому представляється очевидним взаємовплив регіону і бізнес-структур, які здійснюють свою діяльність на його території. Взаємна вигода з'явиться, якщо окремі бізнес-структури –

малий, середній і великий бізнес як елементи регіональної системи будуть здійснювати свою діяльність, орієнтуючись на цілі даної системи, враховуючи свою включеність в соціально-економічні проблеми регіону. Для проведення ефективної партнерської роботи необхідно забезпечити «виграшні» умови, як для державного, так і для приватного сектора, створивши при цьому мінімальні бюрократичні перепони.

Структурна динаміка економічних процесів виражається через низку категорій: структурні зрушення, структурні зміни, структурна криза, структурна модернізація [6]. Базовою категорією відносно до інших категорій є «структурні зміни». Універсальною ознакою всіх змін є структурні зрушення, яким передують поступові кількісні нагромадження структурних змін. Ключове поняття «структурні зрушення» в нових умовах господарювання, як якісних і кількісних змін пропорцій між секторами економіки в просторово-часовому вимірі, що відбулися під впливом ендогенних та екзогенних факторів та приводять до мультиплікативного ефекту через взаємозалежність елементів економічної структури. Між цими елементами виникають суперечності, здатні призвести до структурної кризи, яка являє собою кризу застарілої економічної моделі та охоплює всю економічну систему. Вихід із структурної кризи відбувається в процесі докорінних структурних змін – структурної модернізації, яка є одночасним сполученням трансформації і розвитку.

Вирішення питання про децентралізацію економіки регіонів, їхньої господарської самостійності потребує застосування відтворювального підходу, за допомогою якого регіон розглядається не тільки як підсистема соціально-економічного комплексу країни, але і як самостійний суб'єкт із закінченим циклом відтворення, з особливими формами прояву стадій відтворення і специфічними особливостями проходження соціальних і економічних процесів. Головною перевагою цього підходу є те, що він ґрунтується, з одного боку, на визнанні спільності територіальної економіки з економікою держави, а з другого – на відносній відособленості відтворювального процесу в регіоні, що дає можливість погоджувати державні і територіальні інтереси та забезпечувати комплексне розв'язання всіх проблем регіонального відтворювального процесу.

Сучасні умови соціально-економічного розвитку регіонів потребують відповідної методики оцінки структурних трансформацій щодо їх відповідності загальнонаціональним тенденціям, досягнення важливих відтворювальних пропорцій.

Узагальнивши наявні розробки до досліджуваної проблематики, є доцільним здійснювати оцінку структурних змін у регіональних соціально-економічних системах на основі як окремих показників за певними видовими характеристиками структури економіки, так і інтегрального показника, який розраховується за групами комплексних показників та включає індекс змін: відтворювальної структури регіонів, територіальної структури, функціонально-галузевої структури, соціальної структури, секторальної структури, зовнішньоекономічної структури, техніко-економічної структури економіки [6]:

$$I_{C.з.PEC} = \sqrt[n]{I_{B.C} \cdot I_{T.C} \cdot I_{F.C} \cdot I_{CC.C} \cdot I_{CK.C} \cdot I_{З.C} \cdot I_{T.E.C}},$$

- де $I_{C.з.PEC}$ – інтегральний індекс структурних змін;
 $I_{B.C}$ – індекс змін відтворювальної структури;
 $I_{T.C}$ – індекс змін територіальної структури;
 $I_{F.C}$ – індекс змін функціонально-галузевої структури;
 $I_{CC.C}$ – індекс змін соціальної структури;
 $I_{CK.C}$ – індекс змін секторальної структури;
 $I_{З.C}$ – індекс змін зовнішньоекономічної структури;
 $I_{T.E.C}$ – індекс змін техніко-економічної структури;
 n – кількість показників.

Аналіз структури економіки та структурних зрушень у регіональних соціально-економічних системах дозволяє сформулювати основні напрями реалізації структурної політики держави на всіх рівнях розвитку соціально-економічної системи:

– на макрорівні – це оптимізація галузевої і технологічної структури економіки та забезпечення прогресивних структурних зрушень у них, стимулювання й підтримка попиту на інновації;

– на мезорівні – оптимізація регіональної структури з урахуванням природно-кліматичних, географічних і національних відмінностей, проведення моніторингу і оцінки можливості організації ефективних кластерних структур у регіональному розрізі, створення комунікаційного середовища, інформаційної бази даних та підтримуючих інституцій для функціонування регіональних виробничих структур, стимулювання й підтримка конкурентоспроможності галузевої або територіальної організації господарської діяльності з метою сталого розвитку;

– на мікрорівні – оптимізація процесу виробництва, проведення селективної політики, формування стійкого високотехнологічного корпоративного каркасу економіки, інтеграція науки, освіти, виробництва й ринку, оптимізація співвідношення великого і малого підприємництва у виробництві й ринковому розподілі; виведення з господарського обороту неефективних виробництв; пріоритетний розвиток високотехнологічних виробництв, що формують власні сегменти на світовому ринку.

Для конкретизації цілей, методів і повноважень різних рівнів управління в рамках структурної модернізації економіки регіону можна визначити етапи розроблення програми структурної політики, які включають:

1) аналіз структури економіки регіонів; виявлення структурних проблем в економіці регіону;

2) визначення цілей і пріоритетів переорієнтації структури економіки з урахуванням генеральної мети розвитку регіону, використовуючи принципи статистичних та динамічних порівняльних переваг;

3) формування системи заходів у рамках обраних пріоритетів і сценаріїв розвитку;

4) формування організаційних основ структурної політики; моніторинг результативності проведених заходів.

Механізм реалізації структурної політики регіону являє собою систему взаємодії суб'єктів управління державних, регіональних органів влади, органів місцевого самоврядування, бізнес-середовища, які визначають формування конкурентоспроможної економіки на основі комплексу засобів (інструментів) і дій (програм), виходячи із стратегічних цілей і завдань, а також узгодження інструментів і програм та наступний моніторинг реалізації структурної політики регіону, що забезпечує зворотний зв'язок із системою [21-23]. Запропонований механізм дає можливість об'єднати засоби, інструменти і дії всіх рівнів управління в сукупності з бізнес-середовищем та забезпечити найбільш ефективний, збалансований, інноваційний розвиток економіки, направлений на структурну її перебудову.

У цілому, регіональні органи влади зацікавлені в підвищенні рівня регіонального інноваційного потенціалу та інтенсифікації інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, оскільки використання інновацій забезпечить відповідним структурам, що функціонують на певній території, а відповідно і території в цілому, конкурентні переваги, високий підприємницький дохід. Це дозволить посилити конкурентоспроможність регіону на міжрегіональному та міжнародному ринках.

Актуалізується пріоритетне значення регіональної економічної системи як первинного рівня формування єдиної національної інноваційної системи. Саме на регіональному рівні на

основі існуючих там мереж неформальних контактів і спільних інтересів, які об'єднують різні організації та місцеву владу, як правило, вдається досягти істотно більш тісного і гармонійної взаємодії між освітою, наукою та високотехнологічною промисловістю, необхідного сполучення освітнього, наукового та промислового потенціалу. Це є ключовою умовою успішного просування нововведень з інноваційного ланцюжку. Глибокі знання особливостей, характерних для даної території, можливість безпосереднього контакту і впливу на діяльність основних бізнес-суб'єктів і інститутів регіону, дозволяють регіональній адміністрації знаходити рішення, що враховують місцеву специфіку.

Для стимулювання суттєвих змін у регіоні необхідно активізувати наступні напрямки:

1. *Оптимізація міжрегіональним та міждержавних економічних зв'язків.* Для України найбільш інтенсивні зв'язки завжди відбувалися в межах самої країни, а також з пострадянськими країнами та сусідами 1-го порядку, проте інтеграційні процеси, транснаціоналізація економіки та глобалізаційні тенденції, вимагають істотних змін економічних зв'язків. Оптимізація відносин повинна здійснюватися у транспортній, комунікаційній галузі, у сфері виробництва та обігу, сфері послуг. Головний принцип ефективності реалізації транспортних економічних зв'язків – мінімальні транспортні витрати. Повинні розроблятися схеми оптимальних напрямів вантажопотоків. Ті схеми, що розроблені в Україні, не повною мірою відповідають поставленим вимогам сьогодення.

2. *Удосконалення спеціалізації і комплексного розвитку регіонів.* Рівень комплексного розвитку регіонів значною мірою залежить від територіальної структури господарства. Основні напрямки вдосконалення територіальної структури господарства, це активізація розвитку малих і середніх міст; розвиток периферійних районів; розвантаження гіперурбанізованих територій.

3. *Регіональні соціально-економічні програми* – це тип цільових комплексних програм, зорієнтованих на досягнення певних соціально-економічних цілей, для яких характерна територіальна визначеність. Саме регіональні програми мають стати основним інструментом реалізації регіональної політики. Через них держава буде, з одного боку, реалізовувати свої інтереси в регіонах, створюючи для цього необхідні умови, а з іншого, через них здійснюватиметься державна підтримка регіонів. В Україні розроблені соціально-економічні програми "Карпати", "Полісся", "Причорномор'я", "Поділля".

Висновки та наукова новизна. Сьогодні регіони України потребують вдосконалення комплексно-пропорційного соціально-економічного розвитку різних природно-господарських систем, областей, міської та сільської місцевості, реконструкції застарілих неперспективних індустріальних районів, виявлення периферійних та депресивних територій та розробки заходів щодо їх розвитку, формування нових міжгалузевих господарських утворень. Основою для цього стане кількісна і якісна оцінка перспектив подальшого використання інтегрального ресурсного потенціалу території регіону, а саме: трудового, природного, рекреаційного, фінансового, екологічного, інноваційно-технологічного, транспортно-географічного потенціалів, разом з можливостями розвитку внутрішніх і зовнішніх зв'язків. З огляду на вищезазначене, окреслимо стратегічні завдання регіональної економічної політики:

- створення належних умов для збалансованого, комплексно-пропорційного розвитку окремих регіонів;
- оптимізація та перспективність територіальної структури життєдіяльності населення;
- забезпечення ефективного функціонування регіональних господарських комплексів;
- формування ринкових відносин, розвиток малого й середнього бізнесу;

- якісно-позитивні зміни рівня та якості життя населення регіону;
- економічна ефективність й екологічна рівновага суспільних процесів;
- реалізація можливостей населення регіону.

Головною ціллю ефективної регіональної економічної політики є перерозподіл розміщення виробництва в бік недостатньо розвинутих районів та областей, а це можливо лише за умови динамічного розвитку національного господарства. Регіональна економічна політика повинна стати фундаментом й запорукою поліпшення соціально-економічної та екологічної ситуації в Україні.

Запропоновані авторами підходи мають елементи наукової новизни:

1. Уточнено основні макроекономічні передумови диспропорційності розвитку регіонів України.

2. Узагальнено особливості формування та використання економічного потенціалу регіональної економіки:

- перманентна необхідність вирівнювання існуючих, історично сформованих і обумовлених неефективним використанням управлінського потенціалу системи регіонального державного менеджменту, диспропорцій і асиметричності в їх різних проявах і формах;

- потреба в ідентифікації та своєчасному використанні чітко виражених і латентних конкурентних переваг для «виживання» в умовах міжрегіональної конкуренції і боротьби за споживачів регіональної продукції в єдиному економічному просторі країни;

- вагомість постійного пошуку нових форм і ефективних методів формування та використання потенціалу взаємодії основних суб'єктів регіональної економіки з метою досягнення мультиплікативного ефекту в умовах впливу ентропійних тенденцій мережевого багатополярного розвитку..

3. Систематизовано принципові стратегічні завдання регіональної економічної політики:

- створення належних умов для збалансованого, комплексно-пропорційного розвитку окремих регіонів;

- оптимізація та перспективність територіальної структури життєдіяльності населення;

- забезпечення ефективного функціонування регіональних господарських комплексів;

- формування ринкових відносин, розвиток малого й середнього бізнесу;

- якісно-позитивні зміни рівня та якості життя населення регіону;

- економічна ефективність й екологічна рівновага суспільних процесів;

- реалізація можливостей населення регіону.

Список використаних джерел

1. Гриценко А. А. Економіка України на шляху до інклюзивного розвитку. Економіка і прогнозування. 2016. №2. С. 9-23.

2. Данилишин Б. М. Регионалистика – перспективы и правильное применение в Украине. URL: http://blogs.lb.ua/bogdan_danylysyn/341137_regionalistika-perspektivi.html (дата звернення: 25.03.2018).

3. Державне управління регіональним розвитком України: монографія / за ред. В. Є. Вороніна, Я. А. Жаліла. Київ : НІСД, 2010. 288 с.

4. Калініченко Л. Л. Пріоритети розвитку національної економіки в контексті євроінтеграційних викликів. Sciences of Europe. Economic Sciences. 2016. Vol 1. №2 (2). С. 13-17. URL: <http://europe-science.com/wp-content/uploads/2016/11/VOL-1-No-2-2-2016.pdf> (дата звернення: 25.03.2018).

5. Олійник Д. І. Євроінтеграційні наміри України в контексті технічного регулювання як чинника сталого розвитку територіальних громад : аналітична записка. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/2337/> (дата звернення: 25.03.2018).
6. Бавико О. Є., Петренко М. П. Управління структурною перебудовою економіки в умовах постіндустріальних трансформацій. Ефективна економіка. 2014. №12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3604> (дата звернення: 25.03.2018).
7. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку : монографія / за ред. З. С. Варналія. Київ : Знання України, 2005. 498 с.
8. Долішний М. І. Регіональна політика на рубежі ХХ-ХХІ століть. Нові пріоритети : монографія. Київ : Наукова думка, 2006. 511 с.
9. Інституційні фактори стійкого розвитку регіональних соціально-економічних систем: монографія / за заг. ред. В. П. Решетило / Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків : ХНАМГ, 2013. 241 с.
10. Скрипниченко М. І. Макроекономічна збалансованість і критичні дисбаланси в економіці України. Економіка України. 2015. № 2. С. 4-23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2015_2_2 (дата звернення: 25.03.2018).
11. Шинкарук Л. В. Взаємозв'язок структурних трансформацій та економічного зростання України International Scientific Journal. 2015. № 3. С. 180-185.
12. World economic outlook April 2017 / IMF Data mapper. URL: <http://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2017/04/04/world-economic-outlook-april-2017> (дата звернення: 25.03.2018).
13. Базиліук Я. Б., Давиденко С. В., Венцковський Д. Ю. Економічна безпека України в умовах гібридної агресії: аналітична доповідь. Київ : НІСД, 2017. 84 с.
14. Колмакова О.М., Смачило В.В. Демографічні аспекти національної безпеки України. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2013. №42. С.225-229.
15. Ткаченко Л. Три вершини демографічного апокаліпсиса. Основні тренди в Україні. Дзеркало тижня. 2017. № 42. С. 7.
16. Ослунд А. Можно ли спасти экономику Донбасса? URL: http://daily.rbc.ru/opinions/economics/28/11/2014/547858e9cbb20f7b541df079?utm_source=newsmail&utm_medium=news&utm_campaign=news_mail2 (дата звернення 29.03.18).
17. Волошин В. Концептуальні засади сталого розвитку регіонів України. Регіональна економіка. 2012. №1. С. 17-25.
18. Ткачук А. Ф. Регіональна політика – два кроки шляху (грудневі тези). Стратегія розвитку. 2017. №1. С.11-16. URL: http://regionet.org.ua/ua/Vuyshov_z_dryku_pershuy_pomer_zhurnalny_STRATEGIYa_ROZVUTKY_1340.html#page_title (дата звернення: 25.03.2018).
19. Ризики диспропорційності економічного розвитку регіонів України та їх подолання : аналітична записка / Національний інститут стратегічних досліджень : <http://www.niss.gov.ua/articles/478/> (дата звернення: 25.03.2018).
20. Про засади державної регіональної політики : Закон України від 05.02.2015 р. № 156-VIII. URL: <http://www.zakon5.rada.gov.ua/laws/show/156> (дата звернення: 25.03.2018).
21. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року : постанова Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 р. № 385. URL: <http://www.zakon5.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF> (дата звернення: 25.03.2018).
22. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України від 12.01.2015 р. № 5/2015. URL: <http://www.zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> (дата звернення: 25.03.2018).

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА В МОДЕРНІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ ТА ПРОТИСТОЯННІ ГЛОБАЛЬНІЙ КРИЗИ

Вступ. Стан сучасного світу характеризується глобалізацією всіх соціально-економічних і суспільно-політичних процесів, трансформацією ціннісних систем і поглядів, перенасиченістю інформаційного простору та комунікаційних систем. Розглядаючи соціально-економічну ситуацію, необхідно відзначити, що невизначеність ринку, динамізм соціокультурної формації, підвищені вимоги споживачів і співробітників, гіперконкуренція, призводять до наростання кризових явищ і різних міжнаціональних конфліктів. В даний час відбувається зміна епох світового соціокультурного розвитку на нову епоху творчості (креативу). Цей висновок узгоджується з висновком дослідників японського аналітичного центру-Інституту Номура (Nomura Research Institute – NRI). Усе це зумовлює актуальність і доцільність проведеного нами дослідження.

Результати дослідження. В даний час можна стверджувати, що такого роду конфліктогенна ситуація в світі відбувається за рахунок накладення та існування кількох епох одночасно. Тобто в даний час відбувається процес формування постіндустріального (інформаційного) суспільства, хоча індустріальна епоха часу представляється в якісно новому вигляді, де людський ресурс виходить на якісно новий рівень.

Ядром і смисловим центром нової креативної економіки є творчість, ідея, яку створює людина. Саме креативний потенціал людського ресурсу представлений центром існуючої формації. Креативний потенціал індивідуума виробляє новизну, генерує нові відкриття та ідеї, вмє продуктивно вирішувати складні проблеми, і, що, дуже важливо, рішуче і негайно впроваджує їх у практику. У такому підході вже не інформація відіграє ключову роль, а творчі та креативні люди, які генерують нові ідеї і втілюють їх у життя. При цьому саме креативність є оціночним ресурсом індивіда і рушійним фактором соціально-економічного та соціально-культурного розвитку країни. Разом з тим, важливо підкреслити, що в сучасній економіці, креативність розглядається не тільки як ключовий фактор економічної стабільності країни, а й як місія розвитку суспільства, регіону, особистості і т.д. У свою чергу, якщо ключовим фактором економіки знань є освіта і інтелектуальний продукт, а інноваційна економіка загострює увагу на шляхах використання цих знань, то завданням креативної економіки є забезпечення умов для генерування ідей.

Осмисленням нової творчої епохи стали займатися в другій половині 20 століття такі вчені як, Т. Манро [1], С. Ариеті [2], Р. Флорида [3] та інші.

На думку Т. Монро, основними характеристиками творчої епохи є наявність геніальних людей, яким держава може надати робочі місця, і в зв'язку з цим, є люди, які здатні оцінити і визнати їх творіння [1].

Вивченням нової креативної економіки продовжив займатися С. Ариеті [2]. На думку вченого, деякі культури сприяють креативності більше, ніж інші, і він назвав ці культури «креативогенними» (creativogenic). Він вважав, що люди стають креативними завдяки впливу трьох факторів (стимулюючої культури, генів і взаємодії). При цьому автор визначив соціально-культурні чинники креатогенного суспільства, серед яких можна виділити:

- наявність культурних засобів і ресурсів, відкритість до різних культурних стимулів, прагнення членів суспільства до високих досягнень;
- вільний доступ до засобів культури, свобода думок і дій;
- чутливість культурних стимулів до різних і навіть контрастних рухів;
- терпимість до різних думок;
- взаємодія значущих особистостей, стимулювання за допомогою нагород і заохочення.

Сьогодні можна говорити про становлення і затвердження нової «креатологічної формації», особливого культурно-творчого простору, який вміщує в себе такі відносно самостійні сфери і автономні світи як креатогенне суспільство, креативна економіка, тотальне мистецтво і універсальна творча особистість.

Термін «креативність» походить від латинського слова «creato», яке в перекладі означає «творчість» або «створення». У вузькому розумінні поняття «креатив» – це процесуальний фактор творчої діяльності індивіда, в результаті якої з'являється інноваційний продукт праці, який раніше не існував на ринку товарів і послуг. При цьому під інноваційним продуктом праці ми маємо на увазі не тільки товар або послугу, а й нові методи дослідження, концепції, алгоритм прийняття рішення і т.п.

Ще в кінці ХХ століття Ч. Лендрі і Ф. Біанчіні стверджували, що «індустрії двадцять першого століття будуть все більше залежати від генерації знань, створених за допомогою творчості та інновацій» [3]. На думку Дж. Хокінса в сучасній креативній економіці творчі ідеї, патенти, авторські права, торгові марки і оригінальні розробки мають вирішальний вплив на зростання і розвиток найуспішніших компаній світу [4]. Сьогодні сучасні дослідники приходять до думки, що в новій креативній економіці саме творчість, інновації та генерація нових ідей є важливим корпоративним капіталом, головним ресурсом і фактором виробництва.

Творча праця складна за змістом і, на думку багатьох науковців, процес творчої праці, з одного боку, безперервний, а з іншого – в ньому чергуються підйоми, застої і спади.

Творча праця – це марафон. Іноді завдовжки в життя. Щасливий той, хто розірвав фінішну стрічку, хто повністю пройшов цикл «відкриття – впровадження – лаври».

У свою чергу головною метою управління стає залучення, концентрація, стимулювання та розвиток талантів, створення стимулюючого культурного і творчого середовища, організація інноваційної діяльності, а його новими моделями – такі якісно нові форми управління як креативний менеджмент і менеджмент креативності.

У сучасній науковій літературі, присвяченій проблемі творчого управління широко вживається поняття «творчий менеджмент» (креативний менеджмент). Креативний менеджмент займається дослідженням управління творчої групи, яка побудована на творчих процесах і застосовується на окремій особистості, групі людей, організації в цілому.

Сучасні наукові діячі призводять конкретизацію сучасної епохи.

Р. Флорида висунув ідею, що постіндустріальна економіка народжує нову соціальну групу, співтовариство творчості «креативний клас», який стає сьогодні все більш впливовою силою і виступає як ядро сучасного суспільства, як головний ресурс і фактор виробництва. Він пропонує власну класифікацію професій за їх участю в трудовому процесі і ступенем залученості креативності працівника в структуру підприємства. До креативних професіоналів автор відносить управлінські професії, професії в області бізнесу, фінансів, права, професії в галузі охорони здоров'я (лікарі і технічні фахівці). Головним відмінним фактором креативного класу від всіх інших, відповідно до класифікації Р. Флориди, є те, за що працівники отримують свої гроші [5].

Ч. Лендрі розробив модель «креативного міста», яка включає сукупність умов, чинників і стимулів управління творчим процесом, а також систему стимуляції вільної реалізації творчого потенціалу груп, організацій і творчих особистостей [3]. На думку автора, створення і культивування сприятливого для творчості міського середовища, полягає у формуванні в містах культурних кластерів, багатофункціональних підприємницьких і культурних просторів, «колоній художників», в наданні підприємцям офісів і майстерень на пільгових умовах. Сучасна епоха знань перенасичена інформацією, ми залежні від інформації. Людству важко стає впоратися з таким потоком інформації.

Інформаційні потоки виникають, переміщуються і трансформуються з колосальною швидкістю. Креативне ядро будь-якого пакета інформації забезпечує максимально ефективно сприйняття інформації цільовою аудиторією, не дає пакету інформації перетворитися в «інформаційний шум» і залишитися непоміченим.

Сьогодні в бізнес-середовищі прибуток приносить не матеріальний продукт, а оригінальні ідеї, інтелектуальні та культурні творіння, програмне забезпечення, твори мистецтва тощо. Споживач цінує в товарі його соціальну складову. Тому сучасним підприємствам треба навчитися управляти вибором покупця за допомогою креативної компоненти цієї складової.

За словами Джона Хоукінса, «люди, які володіють ідеями, стали більш потужними, ніж люди, які працюють у верстата і, в багатьох випадках, більш потужними, ніж люди, які володіють верстатами» [4, с. 8].

Знання, досвід і креативність персоналу стають головним фактором ефективності організації, без якого науковий прогрес є недосяжним завданням, незалежно від обсягу коштів, інвестованих у виробниче обладнання і технологію. За оцінками експертів до 40% ВВП в розвинених країнах створюється саме креативними працівниками. Використання втілених в людях здібностей дозволяє організаціям активізувати нововведення, підвищувати якість і конкурентоспроможність продукції та послуг.

Споживання є ключовим фактором нової економіки, а споживач – суверенна, креативна людина стає в центрі нової економіки. Креативність та інновації є джерелом життєвої сили будь-якої організації, що займається виживання і процвітання на споживчому ринку. Дослідження в області креативності та її оцінка допоможуть перейти від креативних ідей, які поки знаходяться на стадії ідеології, в підвищення продуктивності праці.

Глобальна економіка з другої половини ХХ століття зазнала стрімкий трансформаційний розвиток від економіки знань в економіку творчості. При цьому, якщо такі терміни як економіка знань, інноваційна, інформаційна та інтелектуальна економіка, часто використовуються як синоніми, то поняття креативної економіки наповнюється новим змістом і набуває ряд якісно нових ознак і властивостей. У той же час, можна стверджувати, що креативна економіка не заперечує попереднім формам розвитку, а природно включає їх в себе в якості ключових складових компонентів.

Сучасна епоха стрімко змінює функції виробництва і управління. В даному тандемі творчість розглядається, як ключовий фактор і вища мета розвитку і організації суспільства. Сучасний світ не стоїть на місці. Швидкими темпами формується нова креатологічна формація часу, головною метою якої є креативність.

Креатологічна формація являє собою цілісне фундаментальне утворення, особливий культурно-креативний простір, який включає в себе такі відносно самостійні сфери суспільства, як креатогенне суспільство, креативна економіка, мистецтво і універсальна креативно-талановита особистість.

На сьогоднішній день конкурентоспроможними організаціями визнані ті, що визнають креативність як важливий економічний фактор своєї організації, при цьому зацікавлені у формуванні творчої організаційної культури, акумуляції знань співробітників і спрямуванні їх за «лабіринтами креативності».

У виступах відомих вчених-економістів, аналітиків, експертів, фахівців-практиків часто звучать терміни «креативність» і «креативна економіка». Про креативність говорять політики і пишуть в пресі. На тлі відходу в минуле індустріальної епохи розвитку наше суспільство зазнає глибокі соціальні та економічні зміни. Уже не витрачаються величезні зусилля на виробництво сталі, телевізорів, меблів і т.п., а нечисленний персонал займається цим на автоматизованих заводах. Люди сьогодні більше зайняті написанням програм для комп'ютера і науковими дослідженнями. Головним полем економічної діяльності стає інтелектуальна власність, а основним інструментом – людський мозок. В таких умовах креативність допомагає домогтися найкращих результатів. В даний час «ідеї» складають нову економіку, їх створення є основним виробництвом, а креативність – невід'ємною частиною життя людини.

Вперше поняття «креативна економіка» було згадано в 2000 році в журналі Business Week. Автор статті міркував про зміну ролі корпорації в ХХІ ст., можливості її адаптації до умов нової економіки, коли зростає значимість ідей, а ключовим фактором виробництва

стають інтелектуальні ресурси. В основі креативної економіки лежить здатність суб'єктів вирішувати виникаючі і потенційні проблеми за допомогою нестандартних методів, що дозволяють досягти високого ступеня конкурентоспроможності та отримати додаткові економічні та соціальні ефекти. Основоположними роботами в даній сфері вважаються праці члена Консультаційної ради з креативної економіки ООН Дж. Хокінса [6] і Ч. Лендрі [7]. Вони розглядають креативність як головний фактор створення сучасного укладу життя і необхідний атрибут ефективного розвитку нової економіки.

Джон Хокінс, намагаючись простежити результати креативної економіки, виокремлює 15 креативних індустрій, що генерують інтелектуальну власність у вигляді патентів, авторських прав і торгових марок [6]. Такий підхід характеризує креативну діяльність як діяльність, в основі якої лежить індивідуальний творчий початок, навик або талант, і яка несе в собі потенціал створення доданої вартості і робочих місць шляхом виробництва і експлуатації інтелектуальної власності.

На відміну від Дж. Хокінса, Р. Флорида [5] у якості ознаки для визначення місця креативної економіки в системі відтворення вдається до роду діяльності (професії), а не до виду економічної діяльності (галузі). Підхід Р. Флориди ґрунтується на визначенні креативного класу, який складається з двох підкласів: суперкреативність ядра (професії в сферах програмування і математики, архітектури та інженерної справи, природних і соціальних наук, освіти, виховання і бібліотечної справи, мистецтва, дизайну, розваг, спорту, ЗМІ) і креативних професіоналів (управлінські професії, професії в сферах бізнесу і фінансів, в області права, охорони здоров'я, керівні професії, пов'язані з продажами та управлінням продажами). Відповідно до цього одним з основних ознак креативної економіки є високий відсоток людей, зайнятих в певних (що вимагають творчих здібностей, управлінських компетенцій і знань в сфері інноваційного розвитку) сферах суспільного виробництва. Подібні ідеї виявляються і у Ч. Лендрі [7], який підкреслює, що зараз в основі міського розвитку лежать не класичні фактори виробництва, а здатності людей, їх уява, творча активність і мотивація.

Креативну економіку, на нашу думку, слід розглядати системно, в широкому сенсі. У такому випадку вона виступає як: 1) інформаційна економіка, оскільки інформація, знання і наука відіграють в ній провідну роль в якості фактора виробництва і значна роль творчої праці; 2) постіндустріальна економіка, оскільки збільшується і починає домінувати частка сфери послуг, а не сфера виробництва; 3) інноваційна економіка, коли знання породжують безперервний потік нововведень, що відповідає вимогам динамічно мінливих потреб, а часто і формує їх. Принциповою відмінністю креативної економіки від інноваційної є акцент на розвитку індустрії інновацій за допомогою креативного сектора економіки як ключового. В цьому випадку креативність виступає як характеристика інновацій; 4) глобальна мережева економіка, оскільки в креативній економіці взаємодія між носіями «ідеї» опосередковується широкими мережевими зв'язками в світовому масштабі. Це стало можливим з виникненням Інтернету як нової інфраструктури економіки; 5) економіка знань, оскільки в ній зростає значення людського капіталу та інвестицій в освіту і підготовку кадрів.

Основна відмінність креативної економіки від традиційного економічного укладу полягає в тому, що головний інструмент в ній – це знання, ресурс – інформація, а продукт – інновація. Концепція креативної економіки об'єднує такі розрізнені поняття, як «інформаційна економіка», «економіка знань» та «інноваційна економіка». «Сировина» креативної економіки – талант, який породжує нові, оригінальні ідеї і перетворює їх в економічний капітал і продукти, що продаються. Ключовими факторами ефективного становлення, росту і розвитку креативної економіки є людський капітал, внутрішній попит, інновації, інвестиції, технологічна, організаційна та інституційна модернізація, а також творча діяльність всіх суб'єктів ринку. Забезпечуючі фактори – креативний, інноваційний, інвестиційний, виробничий і соціальний менеджмент.

Під креативним кластером нами розуміється спільність людей, що володіють творчим потенціалом і можливістю генерувати інноваційні ідеї і продукти. Підприємства, що входять

в кластер, взаємодоповнюють один одного, що призводить до збільшення ефекту за рахунок синергії.

Поняття креативної індустрії з'явилося близько двадцяти років тому. Воно об'єднує творчу і комерційну складові сучасної економічної системи. Креативні індустрії економіки засновані на генерації і поширенні знань та інформації, а також економічно успішних продуктів, що мають якусь культурну цінність. Креативні індустрії нерідко характеризують як творчі [8]. Основне завдання творчої індустрії – створити і реалізувати «творчий продукт». Творчі індустрії виробляють товари і послуги, включаючи і ідеї, які потім стають ресурсами для інноваційного процесу та інших видів економічної діяльності економіки як в науковому, так і в технологічному сенсі.

Розгляд такого феномена, як креативна економіка у сучасному мегаполісі, є актуальною науковою задачею. В основі теоретичної складової концепції «креативного мегаполісу» лежить ряд теорій. Нами розглядаються дві основні концепції: концепція «креативної економіки» і концепція «креативного класу». Обґрунтовано, що спостерігається зсув економічних пріоритетів від «фінансів» до людських «ідей», «здібностей» і «навченості».

Інноваційна економіка і «креативне» суспільство – це явища, які не можуть існувати і розвиватися окремо. Формування інноваційної економіки, на нашу думку, безпосередньо пов'язане з соціальними інноваціями, зі створенням «креативного» суспільства. Ми вважаємо, що в модернізованому суспільстві інновації переважають над традиціями, соціальне життя носить світський характер, індивід вільний від традиційних табу і рухомий раціональним мисленням, стає активним діячем.

Успішний мегаполіс, що розвивається, використовує інноваційні підходи у використанні ресурсів, управлінні ними в різних сферах. Креативний мегаполіс – це простір, де жителі можуть легко і швидко взаємодіяти між собою, розвиватися в різних сферах, це простір, який сприяє самореалізації громадян. Цьому сприяють розвинуті технології, толерантне ставлення один до одного, до нових ідей, думок.

Сучасний мегаполіс є привабливим місцем проживання, який надає широкі можливості для розкриття особистості. Простір мегаполісу стає втіленням і уособленням сучасного способу життя, світогляду, одночасно будучи осередком різноманітних можливостей діяльності, насиченості соціальної інформації, культурної інтеграції. Незалежно від розмірів, актуального стану або передісторії сучасного мегаполісу, всі вони, так чи інакше, приречені на пошук власного неповторного обличчя. Міста вступають в конкуренцію один з одним за людські, інформаційні та грошові потоки. Глобальні зв'язки і суперництво частково опустилися зі сходинки національних держав на рівень мегаполісів.

Термін «креативність» характеризується широким діапазоном точок зору. З точки зору Чарльза Лендрі креативність є багатовимірним прикладним поняттям, що є необхідною і достатньою умовою сприйняття міста як суми його інфраструктур, що включає також сукупність ініціатив економічної, соціальної та культурної сфер. Річард Флорида розуміє під креативністю інтелект людини і його творчі здібності, результатом роботи яких є поява нових та ефективних ідей. На думку Терези Амабайл креативність є виробництвом нових ідей, які можна застосувати для вирішення конкретних проблем.

В основі теоретичної складової концепції «креативного міста» лежить ряд концепцій, що з'явилися одночасно з нею і є втіленням єдиної ідеї на перетині кількох дисциплін. В якості основних можна назвати дві: концепція «креативної економіки» і концепція «креативного класу». Суть концепції «креативної економіки», основоположником якої є Джон Хоукінс, полягає в дослідженні взаємозв'язку економіки і креативності на тлі зсуву економічних пріоритетів від «фінансів» до «ідей», «здібностей» і «навченості», як основоположним принципам економічного успіху.

Очевидно, що глобальна конкурентоспроможність мегаполісів в XXI столітті буде визначатися рівнем розвитку в них інноваційної економіки. Перелік заходів, необхідних для стимулювання подібної активності, давно відомий. Це створення зон найбільшого

адміністративного і податкового сприяння інноваційній діяльності (технопарки і бізнес-інкубатори), розвиток інфраструктури фінансування інноваційного бізнесу, виникнення розвиненої культури високоризикованих інвестицій в інноваційні стартапи, продумана політика держави і приватного бізнесу в області розвитку фундаментальної науки і вищої освіти, створення умов для здорової конкуренції в економіці, підтримка підприємницького духу в суспільстві. Разом з тим, як показує практика, навіть дотримання цих, безсумнівно, необхідних умов аж ніяк не гарантує бурхливий розвиток інноваційної економіки. Так, вжиті протягом останніх 30 років в різних країнах численні і здебільшого малоефективні спроби повторити успіх каліфорнійської Кремнієвої долини це прекрасно ілюструють.

У сучасному розумінні інноваційна система повинна включати в себе елементи, які здійснюють і підтримують інновації та інноваційну діяльність на всіх рівнях. Національна інноваційна система (НІС) – це сукупність національних державних, приватних та громадських організацій і механізмів їх взаємодії, в рамках яких здійснюється діяльність з створення, зберігання та розповсюдження нових знань і технологій. В основі концепції НІС, таким чином, лежить визнання нових знань як ключового фактора економічного розвитку. Особлива увага приділяється інфраструктурній складовій, що забезпечує взаємозв'язок між державними, приватними і громадськими механізмами, а також обмін знаннями всередині НІС. Ці зв'язки створюються і функціонують завдяки відповідній інституційній структурі, що формується в НІС і впливає на неї.

Концепція національної інноваційної системи передбачає дослідження факторів, що впливають на економічне зростання. Загальна структура підсистем НІС включає всі етапи життєвого циклу інновацій в будь-якій сфері. Концепція існує в сучасному вигляді завдяки дослідженню К. Фрімена і Р. Нельсона. Їх робота обґрунтовує новий підхід до вивчення ефективних шляхів розвитку на основі національних інновацій. Фрімен і Нельсон виділили послідовність інвестицій в знання: спочатку фундаментальна наука, потім техніка, далі ринкові механізми. У практиці застосування терміна НІС в Україні акцент зроблений на розвитку високотехнологічного виробництва і застосуванні результатів наукових досліджень, комерціалізації такого роду інновацій, а також на створенні інфраструктури до них. Одним із способів системного підходу до створення і розвитку інноваційної системи є формування виробничих кластерів. Для інноваційних кластерів ключовим компонентом є центри наукових досліджень. Роль таких центрів в мегаполісах часто грають вузи і інноваційні підприємства при них [9, с. 144]. Концепція національної інноваційної системи розділяє процеси підтримки технологічних інновацій і побудови соціально орієнтованої системи на два напрямки, де результат роботи одного впливає на ефективність іншого, і навпаки. У той же час сучасні дослідники в області інноваційного розвитку розглядають фактори більш широко, включаючи неявні, на перший погляд, але значущі галузі культури, мистецтва та інші, звані креативними індустріями. У широкому сенсі інноваційною системою можна назвати систему інститутів, яка виробляє інновації. З цієї точки зору ключовим фактором формування інституційної основи інноваційної системи стає середовище. Такий підхід має на увазі, що характер і умови зростання знань не є просто функцією від обсягу вкладених в них інвестицій. На всі аспекти цього зростаючого знання впливають і загальносистемні параметри: інфраструктура, система захисту прав та інтелектуальної власності, освітня система, показники міської інфраструктури, культура та інші фактори.

Поняття креативного середовища повинно стати основним у концепції розвитку мегаполіса. Креативний мегаполіс формують:

- зв'язки між бізнесом та інститутами, необхідні для створення і застосування знань (між університетами та підприємницьким середовищем);
- інноваційні високотехнологічні підприємства;
- сфери, в яких створюються культурні товари та послуги;
- мережі для обміну інформацією та знаннями (між підприємствами, публічним сектором і приватними особами);

- середовище життєдіяльності, інфраструктура;
- різноманітність можливостей для відпочинку, розваги і саморозвитку;
- ефективна транспортна інфраструктура;
- механізми соціальної підтримки (заохочення участі у соціальному житті, залучення до участі).

Сучасний мегаполіс – це екосистема, в якій культура є каталізатором загального розвитку. Всі аспекти формування ефективного креативного середовища мегаполісу є одночасно умовами створення і функціонування інноваційної системи, а значить, фактором економічного розвитку території. Креативне середовище якраз і буде тією інституційною базою, яка дозволить розвиватися інноваційній системі. У формуванні креативного середовища значиму роль грають інноваційні високотехнологічні підприємства мегаполісу.

Обов'язковою умовою для розвитку інноваційної економіки є наявність так званого креативного класу, тобто соціального шару, представники якого заробляють собі на життя, проектуючи і створюючи дещо, що не існувало раніше. Всупереч думці, що склалася, представники креативного класу не переміщуються слідом за технологіями, високотехнологічними компаніями і ризиковим капіталом, навпаки, технології, інноваційні компанії та капітал переміщуються в місця з великою концентрацією талановитих, освічених і творчих людей. Креативні професіонали концентруються не там, де потрібна робоча сила, що володіє відповідною кваліфікацією, вони живуть там, де їм подобається і де є відповідний «креативний клімат». Таким чином, конкурентоспроможність сучасних мегаполісів сьогодні в значній мірі залежить від їх здатності залучити представників креативного класу і створити їм сприятливі умови для життя і самореалізації.

Концепція «креативної економіки» стверджує, що живильним середовищем для розвитку інноваційної економіки являються не технополіси і технопарки, а безпосередньо мегаполіси з їх децентралізацією, багатомірністю і різноманітністю.

У сучасній Україні людський капітал, як цінніший ресурс, несе особливу значимість для економічного розвитку країни. Від ефективності розвитку елементів структури людського капіталу, його потенціалу залежить динаміка економіки, і її перспективи.

Актуальність розгляду проблеми підвищення ефективності людського капіталу, його аналізу та реструктуризації, а також еволюції та унікальності має величезне значення в сучасних економічних процесах. Сучасна висока мобільність капіталу і факторів виробництва привела до положення, що в даний час наявність природного (сировинні ресурси) і фінансового (накопичені заощадження) капіталів не має провідного значення. Сучасна економіка перейшла від конкуренції, заснованої на порівняльних перевагах (вартість робочої сили і наявність природних ресурсів) до конкуренції, заснованій на перевагах, які перебувають в унікальних виробництвах і процесах, тобто на інтелектуальному капіталі. В XXI ст. виробництво капіталоемної продукції не обов'язково здійснюється багатими країнами, а трудоємної – країнами із значним числом робочої сили. Присутність природних ресурсів також має слабкий вплив на конкурентоспроможність, оскільки при виробництві наукоємної продукції їх використовується незначна кількість. Є суттєвими лише такі фактори економічного зростання як людський капітал та вміння його застосувати (інноваційна система) [10, с. 83].

Людський капітал – це наявний у кожній працездатній людини запас знань, навиків та мотивацій.

Для того, щоб конкретизувати поняття творчого людського капіталу, необхідно проаналізувати його складові, сутність та природу походження. Якщо відволіктися від традиційних методів дослідження людського капіталу, у якості основного критерію віднесення трудових здібностей людського індивіда до людського капіталу виступає креативність. Нами запропонована креативність як основний когнітивний метод інтелектуальної праці, націлений на виконання цінної, оригінальної роботи і той, що передбачає розвиток у індивіда таких когнітивних здібностей, як метафоричне мислення, синтез, творчий підхід до вирішення задач і дивергентне мислення.

На підставі цього можна зробити висновок, що креативність – це особлива сукупність унікальних навичок, які характеризують людину як особливо цінне джерело в економічному розвитку. Креативна природа людського капіталу знайшла своє відображення в онтологічній концептуалізації, що специфікує людський капітал в найбільш загальних поняттях «свідомість – інтелект – знання».

Розвиваючи думку про креативність людського капіталу, можна поглибитись на його впливах на економіку. Так, наприклад, індустріалізація людства настала в ході певного удару з боку економіки. Виробництво потребувало нових потужностей, що перевищують фізичні можливості людини. Це стимулювало людину підключити свої інтелектуальні можливості для створення виробничих машин, в яких так потрібна економіка. Всі життєві ресурси індивіда, його біофізичні властивості та психологічний потенціал самоорганізуються в процесі життєдіяльності індивідів на основі інтелекту. Звідси випливає, що креативність людського мислення, по суті, має велику важливість і характеризується, як внутрішня якість індивіда, пов'язана з розвитком його організму і особистості, як підсистем людського буття.

Розглядаючи когнітивний процес творчості та інновацій, можна відзначити, що основна функція інтелекту полягає в стимулюванні свого натхнення до творчої продуктивності. Звідси випливає, що монофункціонального працівника підприємства, який виконує прописаний у трудовому договорі механізм дій, не можна назвати креативним людським капіталом, а значить і двигуном економіки. Креативність – це особлива риса людського свідомого мислення та розвиненого інтелекту, а також крайне розвинене уявлення. Креативність вимагає від людини не реінжиру, а конкретних інновацій. Від творчого людського ресурсу вимагається перезавантажити економіку України та виробничі потужності, оптимізувати виробничий процес, знизити витрати та негативні економічні ефекти. Це актуалізується тим, що штучний інтелект ще не винайдений, і потреба в біологічному людському інтелекті в сукупності з його талантом дуже велика. В даний час потреба у важкій людській праці має неухильно негативну динаміку, яка посилюється автоматизацією виробничого процесу.

Динамічний розвиток економіки неможливий без креативного людського капіталу. Креативний людський капітал виступає як рушійна сила сучасної економіки України. Для ефективного функціонування людського капіталу необхідна конкурентоспроможна якість життя в Україні, включаючи безпеку, екологію та житлові умови, причому на рівні розвинутих країн світу. Інакше найкращі фахівці їздять туди, де їм зручніше жити і комфортніше і безпечніше працювати. Суттєву роль тут грають і інвестиції в основні складові людського капіталу: виховання, освіта, здоров'я, наука, особиста безпека, підприємницька здатність, інвестиції в підготовку еліт, інструментарій інтелектуальної праці.

Поняття «креативна економіка» все частіше зустрічається в наукових публікаціях для економістів і управлінців. На нашу думку, креативна економіка стає і буде надалі однією з головних драйверів соціально-економічного розвитку. Формування відповідного інтелектуального середовища, всієї системи соціально-економічних відносин сприяє розкриттю творчих здібностей людей, створенню ними нових творчих ідей і успішної їх реалізації в житті. Саме креативна економіка буде механізмом розкриття творчої енергії людей в нових соціально-економічних умовах постіндустріального суспільства.

Спочатку термін «креативна економіка» застосовувався для креативного бізнесу, що розвивається. Особливість креативної економіки проявляється в системі специфічних соціально-економічних відносин між власне економікою і творчим підходом до її розвитку і вдосконалення. В кінцевому підсумку, це призводить до становлення і розвитку нового креативного сектора постіндустріальної економіки, в основі якого лежить інтенсивне використання творчих та інтелектуальних ресурсів. Так, в основу виявлення специфіки креативної економіки Річардом Флоридою була покладена ознака професій, роду занять працівників в креативній індустрії.

В даний час поняття «креативна економіка» нерідко ототожнюється з поняттям «економіка знань». При цьому мова йде про особливий сектор економіки, заснований, перш за все, на різних видах інтелектуальної праці. Подібне тлумачення є справедливим лише певною мірою.

Разом з тим, на нашу думку, обмежувати креативну економіку тільки даною ознакою недостатньо. До інших ознак креативної економіки ряд авторів справедливо відносять так зване креативне мислення, креативне проектування, що мають практичну спрямованість. У сучасному світі креативна економіка проявляється в різноманітних напрямках соціально-економічного розвитку. Вона є мотиватором, що забезпечує привабливість інвестиційного клімату, модернізацію сфер освіти і науки, розвиток специфічних напрямків соціальної сфери і т.п.

Разом з тим слід зазначити, що креативна економіка, заснована на інтелектуальній праці, творчому креативному підході, має місце не тільки в соціально орієнтованих і соціально значущих сферах діяльності. Явний її прояв (як генерування і реалізація нестандартних ідей) спостерігається все більшою мірою в розширенні масштабів тінювих, корупційних, кримінальних соціально-економічних процесів. Найбільш яскраво ці процеси проявляються останнім часом в науково-освітній, інноваційній діяльності, в охороні здоров'я, будівництві, житлово-комунальному господарстві, міграційних, екологічних та інших напрямках соціально-економічного розвитку. Таким чином очевидно, що в парадигмі креативної економіки сьогодні розвиваються діаметрально протилежні тенденції прогресу і регресу в соціально-економічному розвитку, формуються принципово нові соціально-економічні та культурні моделі, нові типи креативних соціально-економічних відносин. Все це дозволяє з певною мірою умовності об'єднати різні напрямки креативної економічної діяльності в окремий, самостійний «креативний» сектор економіки.

В процесі дослідження соціально-економічної сутності категорії «креативна економіка» ми застосували підхід, в основі якого лежить дослідження вихідних понять даної категорії.

Термін «економіка» означає управління господарською діяльністю. Основна мета економіки – виробництво суспільно необхідних продуктів. Такий процес здійснюється за стадіями: виробництво – розподіл – обмін – споживання – виробництво ..., основою якого є відповідні соціально-економічні відносини.

Формування нових, більш високих потреб обумовлює пошук більш досконалих механізмів їх задоволення. Задоволення цих потреб може здійснюватися різноманітними способами. Це можуть бути, як традиційні та загальновідомі способи, так і принципово нові, нестандартні, креативні технології.

Термін «креативність» в широкому значенні означає творчість. До останнього часу і у вітчизняній, і в зарубіжній науковій літературі ці два терміни розглядалися, як взаємозамінні. Разом з тим, останнім часом ряд авторів схильний поділяти ці два поняття.

В даний час поняття креативності все більшою мірою стало асоціюватися зі здатністю особистості в процесі вирішення виникаючих проблем знаходити нові, нестандартні, оригінальні, що не копіюються, підходи, засновані на принципово нових знаннях, уміннях, навичках, компетенціях. З'явилось поняття «креативна особистість».

Під креативної особистістю ми розуміємо специфічну особистість, що володіє здатністю самовідтворювати принципово нові знання, вміння, навички і компетенції. Креативна особистість має здібності нестандартно мислити, генерувати нові ідеї і рішення.

Креативність (творчі здібності, творча активність, творчий підхід) – це здатність породжувати незвичайні ідеї, відхилятися від традиційних схем мислення, швидко і ефективно здійснювати інтелектуальний прорив у вирішенні проблемних ситуацій.

До найбільш відомих форм прояву креативності відносяться: інновації – висунення принципово нових ідей, нововведень; винаходи – створення чогось нового, невідомого раніше; відкриття – щось знову встановлене, знайдене.

Основними факторами, що визначають креативність, є, з одного боку, такі особисті якості як швидкість, чіткість, гнучкість мислення, чутливість до проблем, оригінальність, винахідливість, конструктивність та ін., з іншого боку, життєвий досвід і індивідуальні знання особистості в певній сфері. Останнє здатне одночасно, як приносити користь, так і служити обмежувачим фактором.

За допомогою креативності відкриваються абсолютно нові, що здаються на перший погляд абсурдними, і в той же час раціональні зв'язки.

Креативність проявляється в активізації творчого потенціалу людини, його здатності творчо підходити до генерування ідей і вирішення проблемних ситуацій. Креативність також проявляється здатністю індивідуума правильно і своєчасно реагувати на різні нововведення і новації.

У зв'язку з вищевикладеним поняття «креативна економіка» асоціюється, по-перше, з оригінальною специфічною формою економічного мислення, що відрізняється від загальноприйнятих логічних типових схем і здатністю знаходити і реалізувати нові соціально-економічні зв'язки та моделі між явищами і процесами; по-друге, зі здібностями привносити щось нове, оригінальне в різні сфери практичної діяльності; по-третє, постійною готовністю до вирішення нестандартних проблем і ситуацій.

Виходячи з представлених тлумачень понять «креативність» і «економіка», нами пропонується наступне визначення терміну «креативна економіка». Під креативною економікою ми розуміємо сукупність специфічних соціально-економічних відносин, що виникають з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання, заснованих на нестандартних, нетрадиційних ідеях, концепціях, стратегіях, заходах, які забезпечать ефективне розв'язання соціально-економічних проблем на підставі нових знань, принципово якісно нових рішень.

Креативні рішення в економіці – це результат творчого нестандартного, а, найчастіше, і некоюємого підходів у прийнятті управлінських рішень. Креативні рішення в економіці проявляються, перш за все, в найвищій результативності вирішення соціально-економічних проблем і високій ефективності соціально-економічної діяльності.

Креативна економіка ґрунтується на методології прийняття нестандартних, оригінальних і нетрадиційних управлінських рішень, як в цілях стратегічного розвитку, так і подолання постійно виникаючих надзвичайних і кризових ситуацій, коли потрібно здійснити пошук і реалізацію принципово нових шляхів виживання, просування вперед, досягнення конкурентоспроможності організації на ринку і, в кінцевому рахунку, забезпечення успіху в конкурентній боротьбі.

На нашу думку, в 2020-2030 рр. істотна частина доданої вартості буде створюватися в основному за рахунок креативних факторів виробництва. Саме творчий підхід і креативність стануть провідним визначальним і вирішальним фактором економічного розвитку в ХХІ столітті. Саме креативний клас стане стрижнем людських ресурсів в креативній економіці. Головним фактором економічного розвитку в ХХІ столітті повинні стати креативні людські ресурси, що володіють усе більшою мірою здатністю креативного мислення в прийнятті та реалізації економічних рішень у всіх видах економічної діяльності. Креативність, в кінцевому підсумку, буде головним потенціалом і інструментом поряд з традиційними способами мислення і управління в економіці.

Лідерами соціально-економічного і науково-технічного прогресу стануть ті організації, які освоюють науку креативного управління соціально-економічним розвитком в умовах невизначеності і нестандартних ситуацій. Тільки такі організації зможуть ефективно розвиватися на етапі креативної економіки.

Тому необхідно вивчати, узагальнювати і освоювати методи, механізми, інструменти креативного управління соціально-економічним розвитком. Тому для роботодавців на етапі розквіту креативної економіки все більший інтерес представлятимуть управлінські, інженерно-технічні кадри, кадри фахівців, що володіють високими професійними знаннями, вміннями, навичками, компетенціями, високим рівнем інтелекту і креативності мислення.

Найбільша затребуваність у роботодавців буде спостерігатися щодо кадрів, які мають перераховані вище якості поряд зі здоровою ініціативністю, амбітністю і соціально орієнтованою «агресивністю». Сучасні управлінські кадри в умовах креативної економіки повинні володіти вміннями формувати інноваційні цілі, успішно вирішувати нестандартні проблеми, діяти креативно, оригінально, нестандартно, як в бізнесі, так і в інших сферах діяльності [11, с. 194]. У зв'язку з цим в умовах креативної економіки повинна зрости потреба, а, отже, і підготовка креативних кадрів для управління соціально-економічними процесами в усіх сферах економічної діяльності.

В даний час багато підприємств, організації та установ приділяють дедалі більшу увагу підготовці і підвищенню кваліфікації креативно-інтелектуальних працівників з питань управління людськими ресурсами, здатних ефективно вирішувати проблеми кадрового менеджменту в умовах креативної економіки. Такі кадри управлінців, як правило, володіють вміннями виявляти креативність, гнучкість, толерантність, шукати нестандартні управлінські рішення в сфері управління персоналом.

В результаті змін у вимогах до сучасних кадрів менеджменту в умовах креативної економіки повинна значно змінитися структура матеріальних і нематеріальних активів організацій, що успішно діють і займають провідні позиції на вітчизняному і зарубіжному ринках.

У перспективі в умовах креативної економіки значно зростає частка креативно-інтелектуальних витрат. На нашу думку, професійний портрет менеджера в умовах креативної економіки повинен характеризуватися такими параметрами:

- високий рівень креативно-інтелектуальної підготовки;
- володіння аналітичним і прогностичним нестандартним мисленням;
- вміння виявляти суть проблем, які не лежать на поверхні, і адекватно оцінювати можливості їх вирішення;
- мати високий рівень професійної підготовки і якісну вищу освіту;
- володіти сучасними інструментами та методами (включаючи інформаційно-комунікаційні) управління;
- мати високий рівень комунікабельності;
- успішно володіти інструментарієм соціально-психологічного управління людьми в умовах креативної економіки і т.д.

Креативна економіка – економіка, в якій люди, «що заробляють на ідеях», стають значущими для всіх секторів економіки. Сама ж креативна економіка базується на наступних ключових принципах, при цьому не заперечуючи основні домінанти позицій ринкової економіки:

- домінування інтелектуальної економічної продукції, а не матеріальної;
- основним активом на підприємствах будь-яких форм власності є інтелектуально-креативні ресурси, раціональне управління якими забезпечує ефективне використання матеріальних і фінансових ресурсів;
- переважання якісної оцінки ефективності виробничої, логістичної, торгової та інших видів підприємницької діяльності;
- отримання прибутку забезпечується через споживчу вартість (корисність) економічних продуктів, в яких основну вартість складає їх інтелектуальний, а не матеріальний компонент;
- верховенство людини при розробці систем управління як джерела інтелектуально-креативних ресурсів, що діє в умовах людино-машинних, людино-інформаційних, людино-комунікаційних і тому подібних систем.

Основний ресурс суспільства в умовах креативної економіки – це творча діяльність людини. При виробництві будь-яких економічних продуктів забезпечується вільний, ефективний і цілеспрямований обмін творчою енергією між усіма учасниками ринку. Молода креативна економіка стає основним компонентом економічного зростання, зайнятості, торгівлі, інновацій та соціальної згуртованості в найбільш розвинених країнах, а

головним джерелом економічного зростання, конкурентоспроможності та зайнятості виступає взаємозв'язок між секторами культури і виробництва.

Інтеграція сучасних творчо-експериментальних підходів і підприємництва створює інноваційні ідеї для бізнесу, а здатність творчих індустрій розробляти стиль і дизайн в поєднанні з маркетинговими навичками сприяють перетворенню більших виробництв, дозволяючи їм витримувати конкуренцію.

Креативна економіка характеризується з точки зору системного креативного підходу, в основі якого лежать креативне проектне мислення, креативна уява, практична спрямованість.

Нами виявлені такі особливості креативної економіки як системного феномена:

- висока роль нових технологій і відкриттів в різних сферах діяльності людини;
- інноваційний характер розвитку економіки;
- прорив у сфері інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ);
- мережевий і глобальний характер знань;
- поява нових методів і способів управління людським капіталом;
- формування нових індустріальних країн (НК) як інституційної основи економіки;
- новий порядок взаємодії учасників ринкового обміну, коли споживач ідеї бере участь в її створенні;
- високий ступінь невизначеності;
- гостра необхідність в генерації нових знань, ідей.

Раніше підприємець міг володіти п'ятьма факторами виробництва – праця, земля, капітал, підприємницькі здібності і інформація, але в умовах нової креативної економіки додається ще один фактор – ідея. Парадоксально, але не володіючи першими чотирма факторами (праця, земля, капітал, підприємницькі здібності), тільки на останніх двох можна почати бізнес, маючи інформацію про потребу і ідею, як її задовольнити. НК і креативні індустрії служать частиною фундаменту креативної економіки. Креативним ядром, мотором нової економіки виступає венчурний бізнес. Драйвер креативної економіки – вільна конкуренція. Тут відбувається заміщення фізичного капіталу на людський в якості основного фактора розвитку і його частки в національному багатстві (в передових країнах вона сягає 70-80%). Результатами розвитку нового типу економіки є підвищення якості людського капіталу, якості життя та виробництво знань, нових технологій, інновацій і послуг високої якості. Істотним протиріччям, яке лежить в основі переходу від індустріального до постіндустріального суспільства, є невідповідність між творчими обмеженнями промислової, організаційної епохи і об'єктивною потребою суспільства в активізації творчих здібностей людини. Це протиріччя проявляється у невідповідності між високим креативним потенціалом і бюрократичною зарегламентованою системою індустріального суспільства, між креативністю і жорстким контролем.

Стартапи, креативні хаби і культурні індустрії – ці слова тільки входять в словник українців. У багатьох же країнах з більш високим рівнем життя, ніж у нас, це стандартний набір з лексики економістів і менеджерів. На наше переконання, креатив в економіці не тільки посилить Україну економічно і збільшить кількість цікавих робочих місць, а й допоможе сформувати самостійних і відповідальних громадян. Самоосвіта і вже високий середній IQ українських студентів переважають старомодні методики вітчизняної освіти [12]. Україна заробляє близько млрд. дол США в рік завдяки креативним галузям. У креативних галузях української економіки зайнято до 1 млн. осіб. Вони створюють приблизно 3,4% валового внутрішнього продукту [13]. Україна завдяки введенню в експлуатацію значних потужностей для виробництва тепла з газу, термомодернізації будинків і зменшення норм споживання газу заощадила 7,2 мільярда кубометрів газу. Україна повинна йти шляхом створення котельень, що працюють на біологічному паливі, використовувати вітчизняне обладнання і спалювати вітчизняну деревину. З 2014 року з'явилося котельень на біопаливі приблизно на 1650 МВт. Однак, як правило, це невеликі котельні, потужністю 0,5-2 МВт,

оскільки вони встановлюються при лікарнях, школах, дитсадках. У 2017 році був прийнятий закон, що дозволив продавати тепло не з газу за тарифом, який прив'язаний до ціни газу. 10% дисконту на тепло з біопалива у порівнянні з теплом з газу дає можливість міським бюджетам і населенню заощаджувати. Нові можливості стимулюють інвесторів масштабувати вже існуючі проекти і заходити в інші міста. Відходи деревини є всюди, по всій Україні. Інвестор буде дивитися на приклади проектів, які вже працюють і повертають інвестиції. Якщо два-три приклади таких котелень приживуться, за рік-два Україна отримає бум подібних проектів [14].

Висновки та наукова новизна.

1. Креативність є важливим чинником економічної стабільності та сталого розвитку України.

2. Креативні індустрії дозволяють: генерувати прибуток; створювати нові робочі місця, нові індустрії; істотно збільшувати випуск традиційних видів продукції; модернізувати промислові процеси; прискорено реструктурувати виробництво; освоювати нові ринки і створювати «м'які» інфраструктури для культурного туризму; поліпшувати промислову інфраструктуру та інвестиційне оточення; відроджувати міські райони, що прийшли в занепад; посилювати конкуренцію і дати поштовх інноваційному розвитку; забезпечувати зростання торгівлі; збільшувати продуктивність праці і кількість висококваліфікованих людських ресурсів.

3. Мегаполіси України є величезними інноваційними лабораторіями в умовах креативної економіки.

4. Креативний людський капітал є рушійною силою сучасної економіки України.

5. На етапі становлення креативної економіки все в більшій мірі зростає потреба в розробці нових теоретичних, методологічних, методичних і практичних методів і підходів активізації, раціонального і ефективного використання креативно-інтелектуального людського потенціалу як головного джерела, стратегічного інструменту ефективного використання головної продуктивної сили в постіндустріальному суспільстві, – людини. Все це, безумовно, вимагає істотної трансформації всієї системи підготовки, професійної перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів, адекватних особливостям креативної економіки. Такі кадри повинні мати здатність швидко переключатися з однієї проблеми на іншу, швидко шукати ефективні, нестандартні управлінські рішення, що забезпечують можливість принципового підвищення ефективності соціально-економічного розвитку, включаючи, насамперед, функціональну, економічну, соціальну, екологічну, соціально-психологічну, інноваційно-інформаційну та інші види ефективності.

6. Креативна економіка грає архіважливу роль в протистоянні України глобальній кризі.

7. Креативна економіка в протистоянні глобальній кризі набагато сильніша, ніж традиційні індустрії. Креативна економіка як нова тенденція всесвітнього економічного розвитку відіграє специфічну роль при відновленні глобальної економіки. Основна «додана вартість» в креативній економіці буде створюватися в процесі творчості, завдяки новим знанням і праву інтелектуальної власності на результати такої праці. Переможцями на ринку стануть ті виробники, які зможуть максимально використовувати «додану цінність», створювану за рахунок стилю, іміджу, електронного маркетингу і реклами, – тобто всього того, що виробляють творчі індустрії. До результатів прояви креативності в економіці відноситься розвиток аутсорсингу (контрактного виробництва) і «віртуальних компаній», які передають субпідрядникам практично все – виробництво, логістику, рекламу, бухгалтерію, зберігаючи за собою лише невеликий штат адміністраторів, фахівців з маркетингу і розробників. Такі фірми зберігають за собою лише функції, пов'язані з виробництвом інтелектуальної власності, творчими розробками або торговою маркою.

Наукова новизна проведеного нами дослідження полягає в наступному:

- доведено, що творчі індустрії виробляють товари і послуги, включаючи і ідеї, які потім стають ресурсами для інноваційного процесу та інших видів економічної діяльності економіки України як в науковому, так і в технологічному сенсі;
- обґрунтовано, що мегаполіси, привабливі для креативного класу («креативні мегаполіси»), повинні задовольняти цілому ряду умов. Це наявність численних громадських просторів, привабливих міських ландшафтів, збережене історичне і культурне обличчя міста, атмосфера толерантності, висока якість життя, наявність умов для створення креативних кластерів і креативних спільнот. В цьому випадку мегаполіси перетворюються у величезні інноваційні лабораторії, всередині яких формуються численні творчі групи і об'єднання;
- доведено, що креативна економіка – одне з джерел динамічного економічного розвитку України, яке визначається як перетин і інтеграція мистецтва, культури, бізнесу, інновацій та нових бізнес-моделей, що становлять цикл створення, виробництва і розподілу товарів і послуг, які використовують інтелектуальну власність як первинну витрату.

Список використаних джерел

1. Munro Th. Evolution in the Arts and other Theory of Culture History / Th. Munro. – Cleveland (Ohio) Museum of Art, 1963.
2. Arieti S. Creativity: The Magic Synthesis / S. Arieti. New York: Basic Books, 1976. P. 429.
3. Landry Ch., Bianchini F. The Creative City / Ch. Landry, F. Bianchini. London: Demos, 1995.
4. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas / J. Howkins. London: Allen Lane, 2001. P. 7-15.
5. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика XXI, 2007. 432 с.
6. Хокинс Дж. Креативная экономика / Дж. Хокинс. М. : «Классика-XXI», 2011. 256 с.
7. Лэндри Ч. Креативный город / Ч. Лэндри. М. : «Классика-XXI», 2011. С. 19.
8. Творческие индустрии / Creative Industries. URL: <http://vikent.ru/enc/7425/>.
9. Пакуліна А. А. Інноваційні управлінські технології у соціальному комплексі / А.А. Пакуліна, Г.С. Пакуліна, І.С. Рибалко // Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції [«Регіональна, галузева та суб'єктна економіка України на шляху до євроінтеграції»] (19–20 квітня 2017 р., Україна, м. Харків). Тези доповідей. Частина 3. Харків: ХНУБА, 2017. С. 143–146.
10. Пакуліна А. А. Модернізація системи стимулювання персоналу вітчизняних підприємств / А.А. Пакуліна, Г.С. Пакуліна // Матеріали XV міжнародної науково-практичної конференції «Дослідження з економіки у 2018 році» (2 лютого 2018 р., м. Краматорськ, Україна). Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2018. С. 81–84.
11. Пакуліна Г.С. Реалізація механізмів державного регулювання національного ринку праці / Г.С. Пакуліна, А. А. Пакуліна, Т.В. Брюховецька // Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції [«Регіональна, галузева та суб'єктна економіка України на шляху до євроінтеграції»] (19–20 квітня 2017 р., Україна, м. Харків). Тези доповідей. Частина 1. Харків: ХНУБА, 2017. С. 193–195.
12. Україну через два года ждет всплеск креативной экономики. URL: <https://www.facenews.ua/articles/2015/290001/>.
13. Украина зарабатывает около \$4 млрд в год благодаря креативным отраслям. URL: <https://ubr.ua/finances/macroeconomics-ukraine/ukraina-zarabatyvaet-okolo-4-mlrd-v-hod-blahodarja-kreativnym-otrasljam-3858689>.
14. Стало известно, сколько Украина сэкономила благодаря альтернативной энергетике. URL: <https://ubr.ua/finances/macroeconomics-ukraine/stalo-izvestno-skolko-ukraina-sekonomila-blahodarja-alternativnoj-enerhetike-3858686>.

АГРОПРОМИСЛОВИЙ КОМПЛЕКС УКРАЇНИ: СТАН, РЕФОРМУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Вступ. Сільське господарство – одна з найважливіших галузей господарського комплексу України, яка відіграє важливу роль у зміцненні економіки нашої країни, підвищенні життєвого рівня населення і розв'язанні соціально-економічних проблем.

Його розглядають як комплекс технологічно і організаційно взаємозв'язаних галузей, які у своїй сукупності утворюють збалансовану, інтегровану і структурно завершену систему, функціонально-компонентна структура якої підпорядкована стабільному нарощуванню продовольчої продукції землеробства і тваринництва. Кожна галузь сільськогосподарського виробництва є сукупністю підприємств, що виробляють певні види однорідної продукції чи надають послуги, які задовольняють певні потреби населення у продуктах харчування, а промисловості – в сировині [1].

Сільськогосподарське виробництво є стратегічним та важливим напрямом економіки держави, і саме його потрібно розглядати як потенційне джерело зміцнення конкурентних позицій України на світових ринках. В умовах трансформації стратегічний розвиток сільського господарства безпосередньо пов'язаний із пошуком ефективних рішень щодо активації виробництва конкурентоспроможної продукції, підвищення ефективності виробництва та отримання прибутків.

Для досягнення даної мети держава повинна забезпечити належний контроль та безпеку продовольчих товарів. Ця сфера діяльності має надзвичайно важливі гуманітарний, соціальний, економічний і політичний аспекти у суспільстві. Від споживання якісних та безпечних продуктів харчування залежить здоров'я людини, її продуктивність праці та тривалість життя. З іншого боку, вироблення якісної харчової продукції та продовольчої сировини та їх експорт – це високий рівень ВВП, запорука процвітаючої та фінансово незалежної країни.

Результати дослідження. Безпека харчової продукції і продовольчої сировини є однією з вирішальних економічних складових кожної держави й визначається спроможністю країни ефективно контролювати якість та безпеку вироблених та ввезених продовольчих товарів.

Постановка даного питання актуальна як для держави взагалі, так і для кожного окремого домогосподарства та людини як кінцевого споживача продукції агропромислового комплексу (АПК), особливо в умовах євроінтеграційних процесів, які вимагають перегляду нормативно-законодавчої бази та системи стандартизації в цілому з метою імплементації передових європейських практик у вітчизняні реалії. Наша держава володіє всіма необхідними ресурсами задля забезпечення високого місця в рейтингу серед країн-виробників сільськогосподарської продукції. Але, пріоритетним завданням повинне бути виробництво не сировини, а кінцевого продукту споживання. Саме тому, за даних нестабільних економічних та політичних умов, першочерговим завданням для України є

підтримка та розвиток виробництва якісних та безпечних продуктів харчування з високим рівнем обробки, що відповідають міжнародним стандартам та ґрунтуються на принципах НАССР.

За сучасних умов боротьби за здоров'я людства у всьому світі вимоги до якості та безпечності харчових продуктів підвищуються. Високі стандарти та їх дотримання забезпечують домінування продукції певних країн на міжнародному ринку продуктів харчування та відіграють першочергову роль у забезпеченні якісними та безпечними товарами, що відображають високий рівень життя населення. Тому питання якості та безпечності харчової продукції, як основного фактору підвищення потенціалу країни та забезпечення здоров'я нації, є на сьогодні надзвичайно актуальним [2].

У відповідності до глобальних цілей сталого розвитку ООН першочерговим завданням є подолання бідності, наступним за значущістю – «подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування і сприяння сталому розвитку сільського господарства». В ньому вказані чіткі завдання, які направлені на підвищення продуктивності, доходності, раціональності, інвестуванні та захисту природних ресурсів [3].

Питання контролю якості продуктів харчування та захисту прав споживачів характеризується стрімкими законодавчими трансформаціями, що викликані становленням європейського вектору розвитку України. Керівництво країни планує до 2019 року впровадити європейську модель контролю якості харчових продуктів в Україні. Для досягнення поставленої мети проводиться адаптація вітчизняного законодавства відповідно до європейських стандартів та робота з реорганізації контролюючих установ. Законодавчі зміни, щодо питань підвищення якості та безпечності продуктів споживання та захисту прав споживачів, ґрунтуються на санітарних та фітосанітарних заходах, у відповідності до вимог Європейського Союзу.

Законодавча реформа, як невід'ємна складова даного процесу, має на меті гармонізацію законодавства України із законодавством ЄС у сфері безпечності та якості харчових продуктів, забезпечення високого рівня захисту здоров'я людей та інтересів споживачів, а також створення прозорих умов ведення господарської діяльності, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних харчових продуктів та зменшення їх ціни. Вона ґрунтується на: Законах України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [4], «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин» [5]; «Стратегія – 2020» [6]; Коаліційній угоді [7]; Програмі діяльності КМУ [8]; Меморандумі Україна – МВФ [9]; Порядку денному асоціації Україна – ЄС [10].

Згідно Указу Президента України № 5/2015 «Про Стратегію сталого розвитку "Україна – 2020"» від 12 січня 2015 року [6], передбачено впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі.

«Стратегія – 2020» визначає чотири основні вектори розвитку нашої країни: сталий розвиток країни; безпека держави, бізнесу та громадян; відповідальність і соціальна справедливість; гордість за Україну в Європі та світі (рис. 1) [6]. За даною стратегією в країні повинні бути створені сприятливі умови для розвитку бізнесу, експорту, залучення інвестицій.

СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ «УКРАЇНА – 2020»

<i>Вектор розвитку</i>	<i>Вектор безпеки</i>	<i>Вектор відновдальності</i>	<i>Вектор гордості</i>
<ul style="list-style-type: none"> – Дeregуляція та розвиток підприємництва; – Програма розвитку малого та середнього бізнесу; – Податкова реформа; – Реформа захисту економічної конкуренції; – Реформа корпоративного права; – Реформа фінансового сектору; – Реформа ринку капіталу; – Реформа сфери трудових відносин; – Реформа транспортної інфраструктури; – Реформа телекомунікаційної інфраструктури; – Програма участі в трансєвропейських мережах; – Реформа державної митної справи та інтеграція в митну спільноту Європейського Союзу; – Реформа монетарної політики; – Програма розвитку українського експорту; – Реформа енергетики; – Програма енергоефективності; – Реформа сільського господарства та рибальства; – Земельна реформа; – Реформа житлово-комунального господарства; – Реформа статистики; – Програма залучення інвестицій; – Реформа дипломатичної служби; – Реформа у сфері здійснення державних закупівель; – Реформа державного фінансового контролю та бюджетних відносин; – Реформа державної служби та оптимізація системи державних органів; – Реформа управління державною власністю; 	<ul style="list-style-type: none"> – Реформа системи національної безпеки та оборони; – Реформа оборонно-промислового комплексу; – Судова реформа; – Оновлення влади та антикорупційна реформа; – Програма електронного урядування; – Реформа правоохоронної системи; – Програма енергонезалежності; – Реформа захисту інтелектуальної власності; – Програма збереження навколишнього природного середовища; 	<ul style="list-style-type: none"> – Децентралізація та реформа державного управління; – Реформа регіональної політики; – Програма національної єдності та підтримки національних меншин; – Конституційна реформа; – Реформа виборчого законодавства; – Реформа системи соціального захисту; – Пенсійна реформа; – Реформа системи охорони здоров'я; – Реформа у сфері забезпечення безпеності та якості харчових продуктів; – Реформа у сфері захисту прав споживачів; – Програма популяризації фізичної культури та спорту; – Програма здорового способу життя та довголіття; – Реформа освіти; – Програма розвитку для дітей та юнацтва; 	<ul style="list-style-type: none"> – Програма популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі; – Програма створення бренду "Україна"; – Реформа нагородної справи; – Програма розвитку інновацій; – Розвиток інформаційного суспільства та меґа; – Реформа державної політики у сфері науки та досліджень; – Українська космічна програма; – Програма розвитку туризму; – Реформа державної політики у сфері культури; – Програма розвитку національного кінематографіа; – Програма розвитку національної видавничої справи; – Реформа державної політики у сфері спорту; – Програма залучення талантів.

Рисунок 1 – Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020». Побудовано автором на основі [6]

«Стратегія – 2020» впливає на всі сфери діяльності країни, вносить значні зміни в роботу провідних галузей України. Так, стратегія розвитку сільськогосподарської галузі у даному документі визначена: у векторі розвитку – як реформа сільського господарства та рибальства, земельна реформа; вектором відповідальності – реформа у сфері забезпечення безпечності та якості харчових продуктів, реформа у сфері захисту прав споживачів. Загалом, реформа сільського господарства спрямована на чесне ціноутворення та продуктивність роботи, і, як наслідок, зростання експорту та доданої вартості в продукції АПК (рис. 2).

Мета реформи сільського господарства: забезпечення продовольчої безпеки країни та конкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому ринку; утвердження лідерства на світовому ринку продовольства та сільськогосподарської продукції; забезпечення прозорості та прогнозованості аграрної політики [11].

При посиленні вимог до якості та безпечності продуктів харчування, за умови виконання принципів СОТ, керуючись досвідом інших держав, доцільно: 1) управління безпечністю харчової продукції проводити на різних етапах постачання продуктів харчування та своєчасно вживати запобіжних засобів, а не зводити лише до контролю готової продукції; 2) відповідальність за дотримання правил щодо безпечності перекласти з держави на приватний сектор, залишивши за собою дорадчі, наглядові та регуляторні функції; 3) створення єдиного органу чи інтегрованої системи контролю харчових продуктів.

З метою відповідності контролюючих установ новим вимогам, щодо управління та контролю діяльності операторів ринку та захисту споживачів, проведено їх реорганізацію. Постановою Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2015 р. №1092 «Про утворення територіальних органів Державної служби з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів» було утворено територіальні органи Державної служби з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів; реорганізовано територіальні органи Державної ветеринарної та фітосанітарної служби, Державної інспекції з питань захисту прав споживачів та Державної санітарно-епідеміологічної служби шляхом їх приєднання до відповідних територіальних органів Державної служби з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів [12].

Держпродспоживслужба забезпечує реалізацію державної політики у сфері безпечності та окремих показників якості харчових продуктів [13].

Для підвищення рівня безпечності продукції, охоплення усіх ланок харчового ланцюга, запровадження державного контролю в сфері санітарних та фітосанітарних заходів "від лану – до столу" згідно з вимогами європейського законодавства в Україні встановлено та законодавчо закріплено вимоги щодо застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах системи аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках

Згідно Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» оператори ринку харчових продуктів зобов'язані впровадити процедури, засновані на принципах системи НАССР (англ. Hazard Analysis and Critical Control Points – аналіз ризиків і критичні контрольні точки). Принципи НАССР – невід'ємна частина міжнародного стандарту ISO 22000, тому сертифікат НАССР є свідченням відповідності системи безпеки харчових продуктів вимогам стандарту ISO 22000, але сертифікація НАССР не є обов'язковою.

Впровадження нової системи управління безпечністю харчових продуктів, заснованої на принципах НАССР, повинно певні проблеми, зокрема: знизити навантаження та підвищити рівень особистої відповідальності операторів ринку, створити умови запобігання впливу негативних факторів на виробництві та забезпечити підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних виробників.

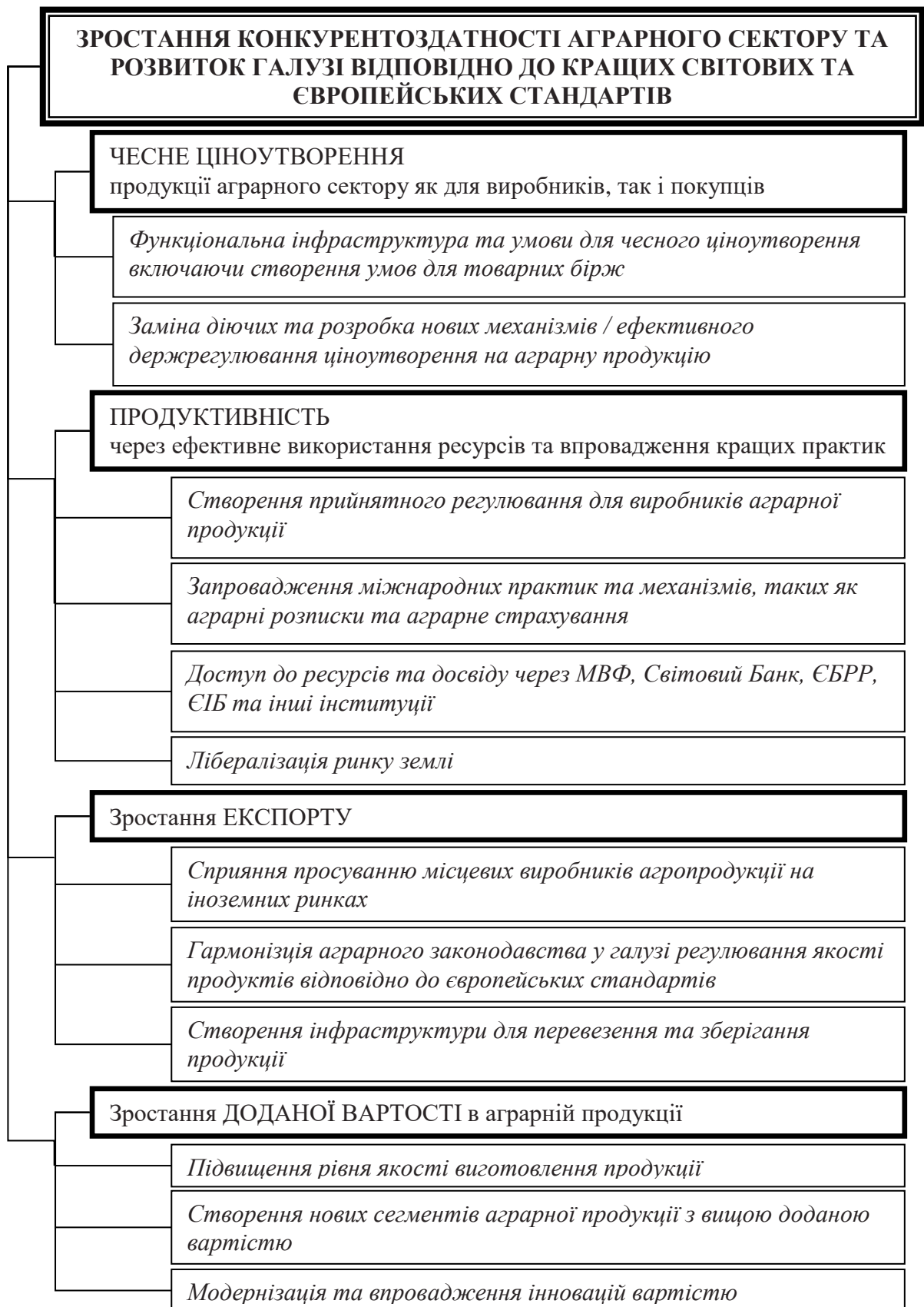


Рисунок 2 – Основні напрямки реформи сільського господарства
Побудовано автором на основі [11]

Поєднання принципів HACCP з діючими міжнародними та державними стандартами якості повинні підвищити рівень безпечності харчових товарів національного виробництва. Виробники товарів харчової групи також зобов'язані вказувати стандарти у відповідності до яких виготовлена продукція (рис. 3).

Міжнародна система стандартизації ISO на сьогодні є уніфікованим механізмом оцінки якості виробництва та управління.

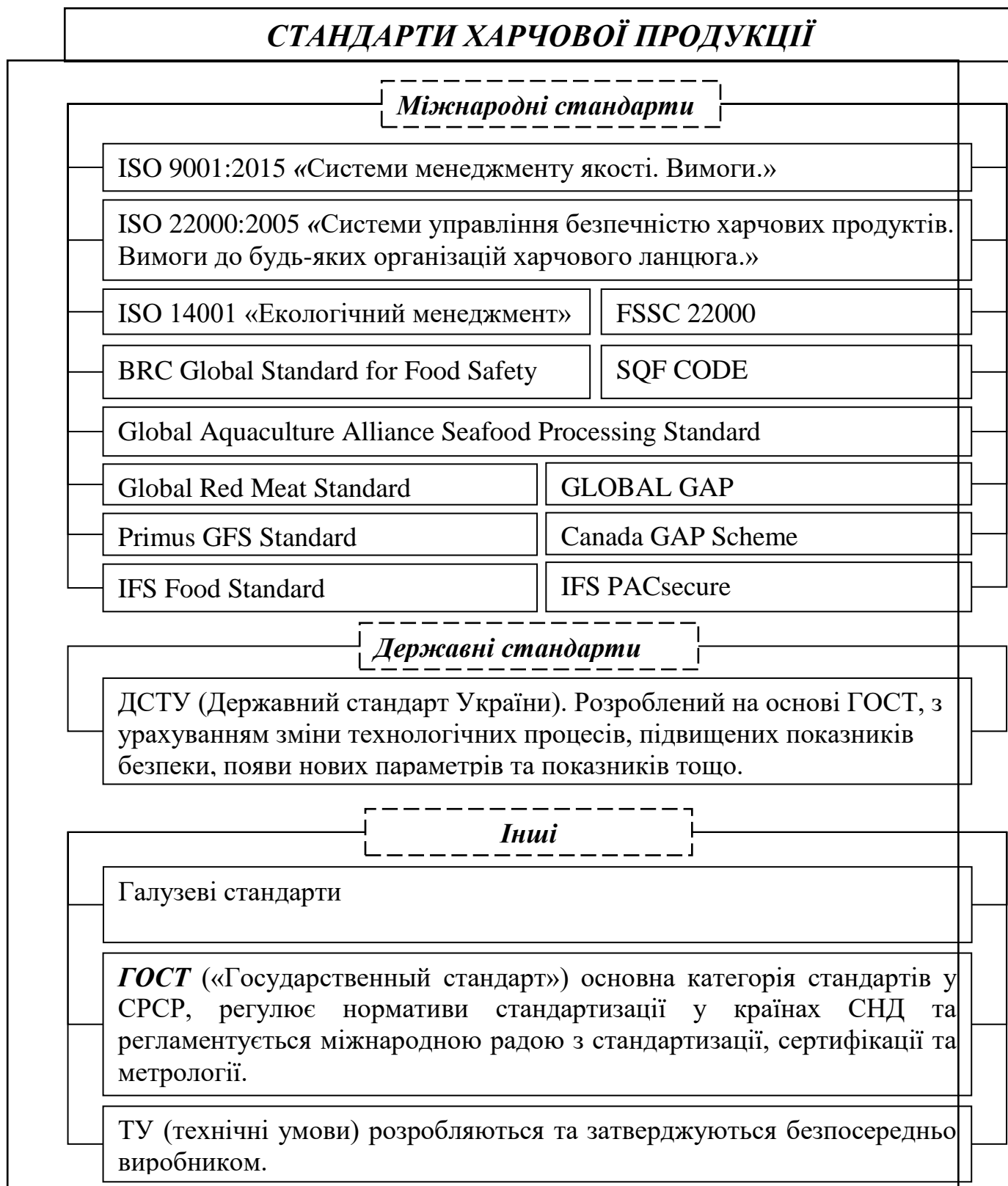


Рисунок 3 – Система стандартів якості продуктів харчування, діючих на території України. Побудовано автором

Крім цього, існує Глобальна ініціатива з безпеки харчових продуктів (GFSI). Це результат співпраці провідних світових експертів у сфері забезпечення безпеки харчових продуктів з боку гуртових торгових мереж, виробників продуктів харчування, компаній, що надають послуги в ланцюзі харчування, міжнародних організацій та урядів.

Для зміцнення довіри споживачів, партнерів, збільшення конкурентоспроможності і прибутку вітчизняні виробники харчової продукції повинні впроваджувати системи контролю якості та безпеки, засновані на принципах HACCP, підтвержені відповідними сертифікатами.

З урахуванням нових вимог, відповідальність за неякісні товари харчової групи, перекинуто з держави на товаровиробників. Запроваджений державний контроль, під який підпадає не лише готова продукція, а можуть вибірково бути перевірено виробництво, транспортування та зберігання товарів продовольчої групи. Загалом, нове законодавство розроблено з позиції захисту прав споживачів та направлено на забезпечення безпеки продуктів харчування (рис. 4).

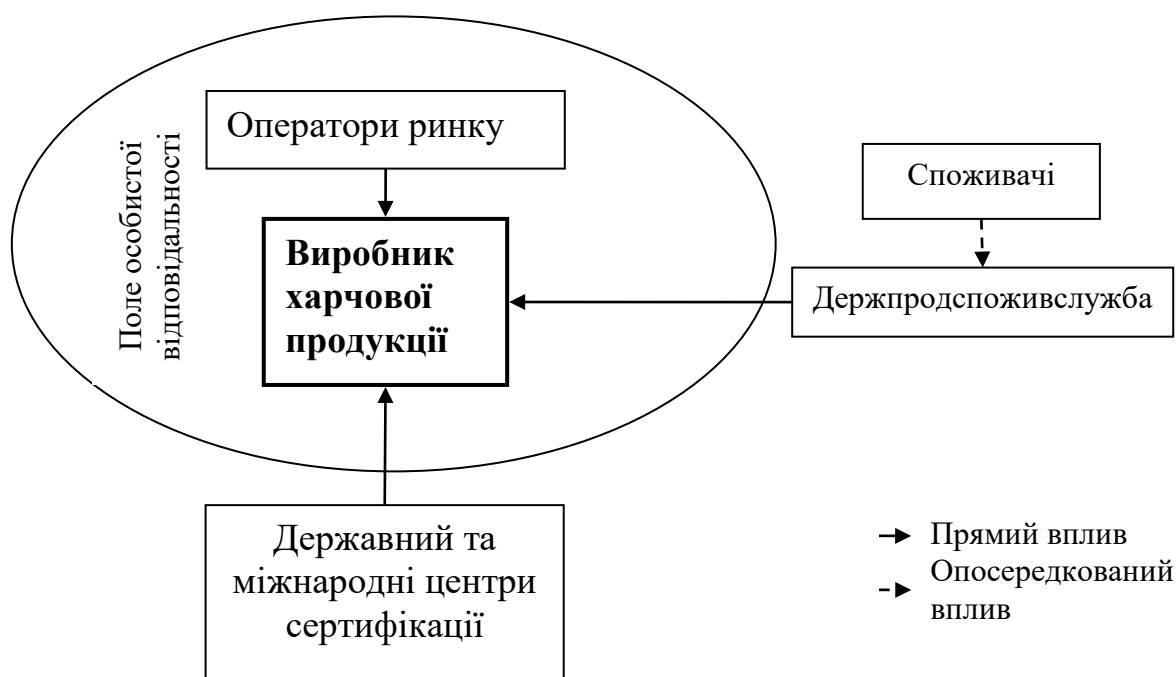


Рисунок 4 – Система контролю якості продуктів харчування, після реформування в Україні. Побудовано автором

Дана реформа покликана сприяти збільшенню кількості вітчизняних виробників продуктів харчування та сировини, на внутрішньому ринку, через спрощення системи державного контролю. Проведений аналіз сільськогосподарської галузі свідчить про позитивні зрушення, що викликані, безпосередньо, законодавчими змінами та державною підтримкою агропромислового комплексу.

Вартісні обсяги виробництва продукції рослинництва та тваринництва, розподіл відповідно до типу господарств за 2010 – 2017 рр. відображені графічно (рис. 5).

За даний період виробництво продукції сільського господарства зросло на 32,11% (60,2 млрд грн у постійних цінах), безпосередньо рослинництво – на 47,93% (57,8 млрд грн), а тваринництва – 3,59% (2,4 млрд грн). За структурою, за останні роки, підприємства виробляють значно більше продукції даної сфери аніж населення, так у 2017 році дана різниця склала 18,9 % (або 31,1 млрд. грн.).

Динаміку основних показників сільського господарства України за 2007-2016 рр. наведено у рис. 6-7 (в основі рис покладено темп приросту показників відносно попереднього року).



Рисунок 5 – Продукція сільського господарства України (у постійних цінах 2010 року) та розподіл виробництва за типом господарств
Побудовано автором на основі джерела [14]

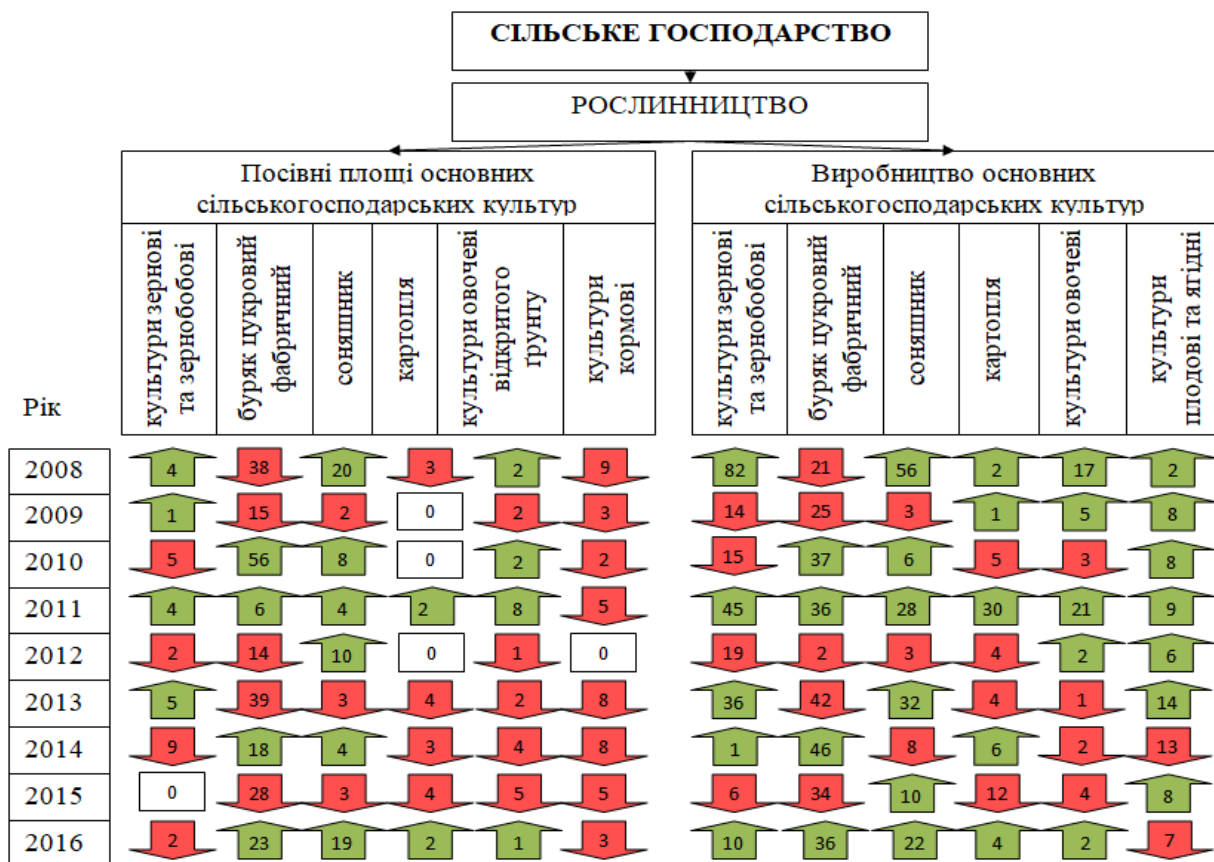


Рисунок 6 – Темпи приросту основних показників сільського господарства України за 2007-2016 рр, %. Побудовано автором на основі джерела [14]

За 2007-2016 рр. значно збільшились посівні площі соняшника, аж на 68,5 %. На всі інші сільськогосподарські культури – зменшились. Так, для цукрових буряків скорочення площ відбулось на 52,1 %, для кормових культур – на 36,2 %, для картоплі – на 9,7 %, для зернових та зернобобових культур – на 4,7%, а для овочевих – на 2%.

В той же час, виробництво основних сільськогосподарських культур за даний період значно збільшилось: значно зросли обсяги виробництва зернових та зернобобових культур (на 75,5 %), насіння соняшнику (на 110 %) і плодів та ягід (на 93,3 %); незначного підвищення зазнали картопля (на 7%) та овочі (14,3%). Але, суттєво зменшились обсяги виробництва цукрових буряків – на 53,9 %.

Таким чином, за аналізований період, при загальному збільшенні посівних площ на 0,79 % (191 тис. га) виробництво основних сільськогосподарських культур збільшилось на 63 % (49044 тис т), що свідчить про більш ефективне використання посівних площ та підвищення їх врожайності.

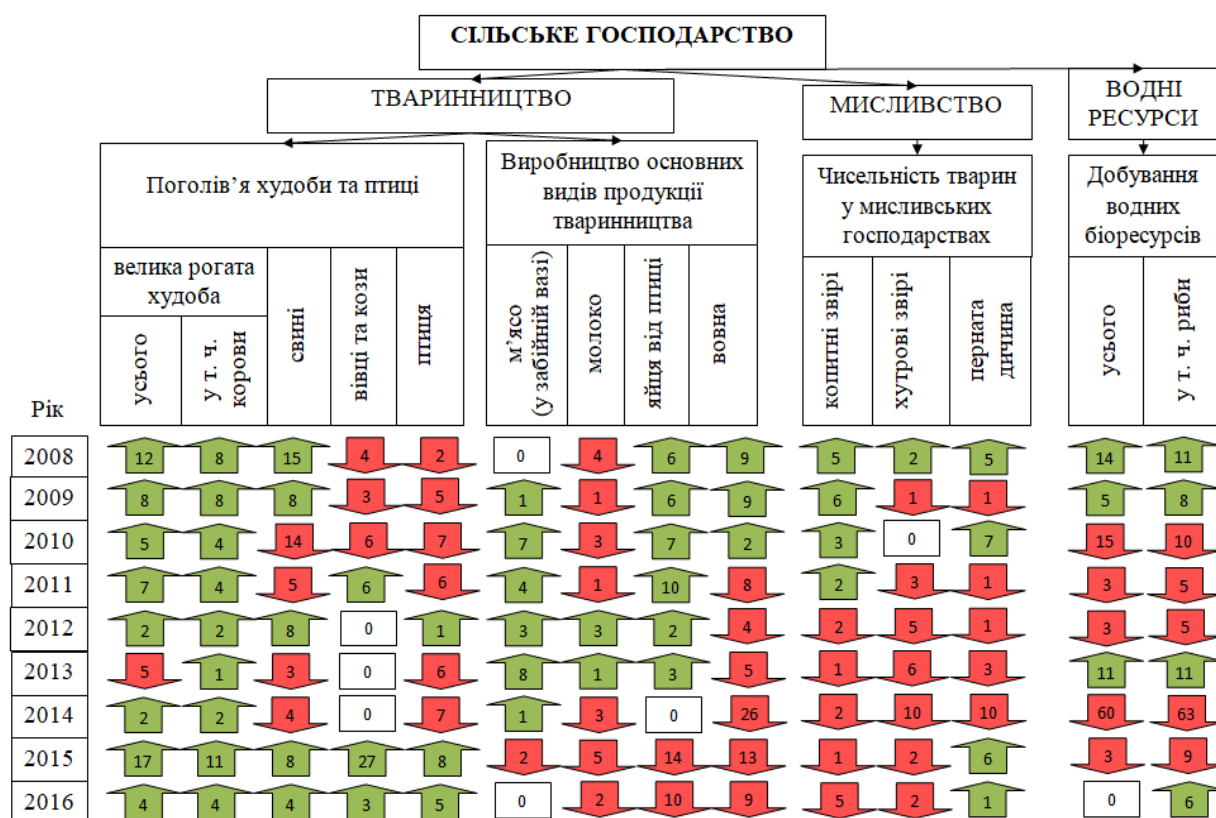


Рисунок 7 – Темпи приросту основних показників сільського господарства України за 2007-2016 рр, %. Побудовано автором на основі джерела [14]

За 2007-2016 рр. загальна чисельність поголів'я худоби значно знизилась. Збільшення поголів'я птиці на (22,5%) не дозволяє нівелювати різкий спад поголів'я інших видів тварин. Так, чисельність великої рогатої худоби знизилась на 39,3 % (у тому числі корів на 35,3 %), овець і кіз – на 18,1 %, свиней – на 12,1 %. Дані зрушення призвели до значних змін і у виробництві основних видів тваринництва: 1) за рахунок скорочення поголів'я великої рогатої худоби збільшилися обсяги виробництва м'яса у забійній вазі та зменшився збір молока (на 15,3%); 2) зменшення поголів'я овець спричинило збільшення обсягів виробництва м'яса у забійній вазі та скорочення виробництва вовни майже на 40%; 3) збільшення поголів'я птиці призвело до збільшення кількості яєць (на 7,4 %). Можна стверджувати про зміну уподобань споживачів щодо основних видів продукції тваринництва.

Також слід проаналізувати показники охорони та використання лісу, тваринних та водних біоресурсів як частини сільського господарства.

Максимальна величина поголів'я мисливських тварин спостерігалась в 2010 році. Загалом за 2007-2016 рр. чисельність копитних тварин збільшилась на 5,9 %, пернаті дичини –

на 2,5 %, а кількість хутрових звірів скоротилась на 24,7 %. За даний період часу загальна кількість тварин у мисливських господарствах скоротилась на 295,8 тис. голів або на 2,5 %.

Слід відмітити, що площа мисливських угідь суттєво скоротилась на 8,9 млн га (18,9 %), за умови стрімкого збільшення витрат на ведення мисливського господарства на 91,4 млн грн. (270 %) у фактичних цінах, що певним чином обумовлене зниженням реального рівня платоспроможності грошей.

Обсяг добування водних біоресурсів по Україні у 2007-2016 рр. скоротився на 58,6 % (12,5 тис. т), в тому числі безпосередньо риби – на 60,4% (12 тис. т). Найбільше скорочення спостерігається в 2014 р. по відношенню до попереднього року, всього водних біоресурсів – на 60 %, а риби – на 63 %. Слід зазначити, що у 2014/2013 рр. видобуток водних біоресурсів у внутрішніх водоймах зменшився лише на 13,3%, у морських водах – аж на 71,3 %. Дане скорочення обумовлено негативним впливом зовнішніх політичних факторів.

Тим не менш, наша держава значною мірою забезпечує продовольчими товарами світовий ринок. Основними імпортерами у 2017 році продукції АПК виявились: Індія (1,7 млрд. дол.), Єгипет (1,1 млрд. дол.), Нідерланди (1,1 млрд. дол.), Іспанія та Китай (0,9 млрд. дол.).

За результатами 2017 року експорт продукції агропромислового комплексу склав 41,04% від загального обсягу, та складає 17,8 млрд. дол. США; у той же час, у 2013 році ці ж показники становили 27,17% та 16,9 млрд. дол. відповідно [14]. Тобто, за останні п'ять років значно зросла частка продукції агропромислового комплексу в товарній структурі зовнішньої торгівлі України при зниженні фактичної вартісної величини експорту сільськогосподарської продукції (рис. 8).



Рисунок 8 – Експорт агропромислової продукції за 2013-2017 рр та частка від загального обсягу експорту країни. Побудовано автором на основі джерела [14]

Збільшення вартісного обсягу експорту товарів АПК, протягом останніх трьох років, є позитивним та свідчить про створення сприятливих умов для роботи сільськогосподарських підприємств та їх вихід на зовнішній ринок. В той же час збільшення частки продукції АПК в загальному обсязі експорту України, є свідченням пригнічення інших промисловостей країни. Пріоритетом продажу для зовнішньої торгівлі повинні бути товари з високим ступенем обробки, створеної доданої вартості та послуги з високим рівнем інтелектуальної роботи.

У 2017 році найбільший дохід від продажу за кордон країна отримала від реалізації олії та наступних сільськогосподарських культур: кукурудзи, пшениці, соєвих бобів, насіння свиріпи та ріпаку, ячменю, м'яса і субпродуктів свійської птиці, бобових овочів, меду та вершкового масла; що відображено у структурі експорту агропромислової продукції за рік (рис. 9).

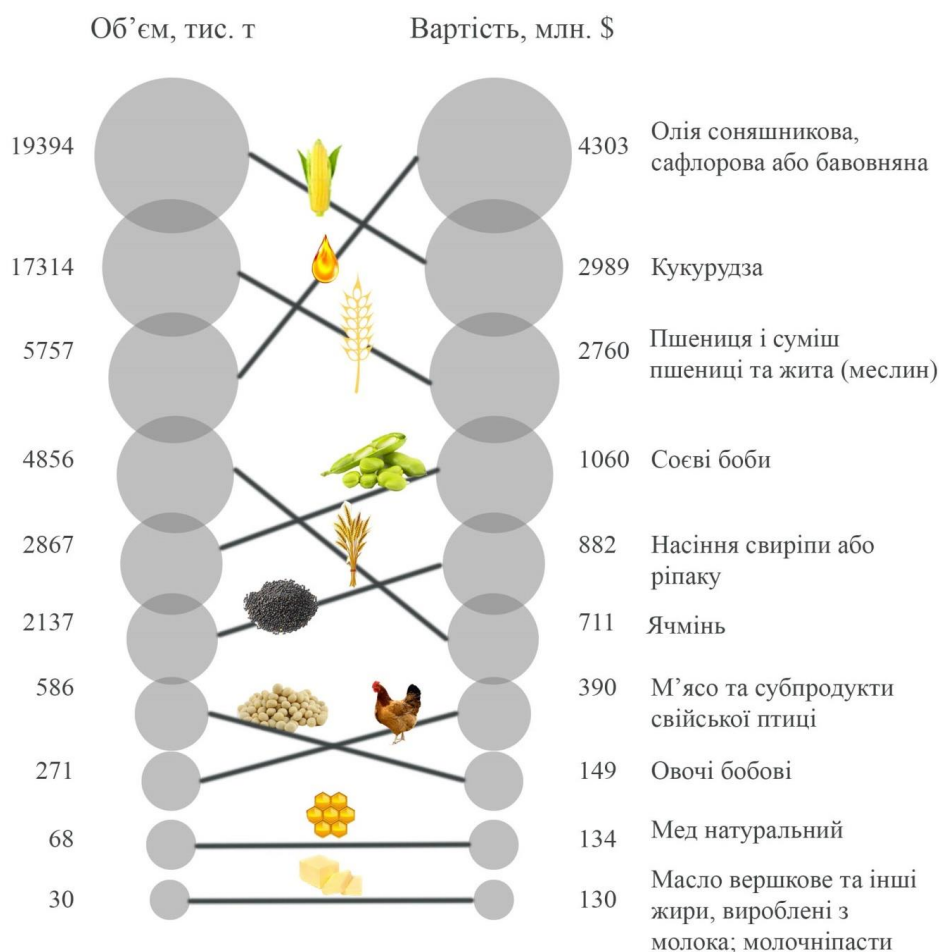


Рисунок 9 – Експорт продукції агропромислового комплексу України за 2017 р.
Побудовано автором на основі джерела [14]

Висновки. Законодавча реформа, зорієнтована на європейські стандарти, спрощує роботу підприємств АПК, звільнюючи їх від обов'язкових контролюючих перевірок, перекладаючи відповідальність за якість та безпечність продуктів харчування та продовольчої сировини на товаровиробників. Впроваджені зміни дозволяють стверджувати про позитивні законодавчі зрушення та трансформації. Вони сприяють розвитку вільної торгівлі, підвищенню конкурентоспроможності вітчизняної продукції та унеможливають використання нормативних документів з метою введення в оману споживачів.

За даний період, у рослинництві основними напрямками діяльності підприємств є оптимізація, модернізація та, як наслідок, підвищення ефективності використання орендованих земель; при незначному збільшенні посівних площ (на 0,8 %) значно збільшився збір основних сільськогосподарських культур (на 63 %). У тваринництві змінилась структура худоби, так поголів'я худоби зменшилось на 23,3%, а птиці – збільшилось на 22,5%, що вплинуло на збільшення м'яса (на 21,6%), яєць (на 7,4%) та зменшення збору молока (на 15,3%), вовни (на 39,9%). Скоротились площі мисливських угідь (на 18,9%) та поголів'я мисливських тварин (на 2,5%). Обсяг добування водних біоресурсів знизився на 58,6 %. Вартісна величина експорту аграрної продукції знизилась на 14,1%.

Можна стверджувати, що зниження ряду показників обумовлені негативним впливом зовнішніх політичних факторів. Але, раціональна державна підтримка та продумана політика країни повинні створити сприятливі умови для оптимальної роботи сільськогосподарської галузі. Україна, має всі необхідні ресурси для забезпечення попиту внутрішнього та зовнішнього ринків продукцією агропромислового комплексу. Основними пріоритетними напрямками розвитку сільськогосподарського комплексу є оптимізація, раціоналізація, модернізація, продумана логістика, підвищення якості та безпечності її продукції. Пріоритет в експорті продукції АПК України повинен зміститися з рослинництва на продукцію з високим рівнем доданої вартості та високим ступенем обробки.

Загалом, реформа покликана підвищити рівень: безпечності продуктів харчування, валового внутрішнього продукту від АПК, конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та сприяти розвитку внутрішнього ринку та імпорту вітчизняної продукції. Дані заходи, в свою чергу, дозволять стабілізувати економіку країни, підвищити рівень добробуту населення, та, в майбутньому, впровадити європейські стандарти життя для своїх громадян та забезпечити Україні провідну позицію серед інших держав.

Список використаних джерел

1. Іванух Р. А. Аграрна економіка і ринок / Іванух Р. А., Дусановський С. Л., Білан Є. М. – Тернопіль: "Збруч", 2003. – 305 с.
2. Жураковська Л.А. Забезпечення якості та безпечності сільськогосподарської продукції та продуктів харчування в Україні / Л.А. Жураковська [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsnau_2013_1_43
3. Цілі сталого розвитку 2016-2030 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>
4. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/771/97>
5. Закон України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2042-19>
6. Указ Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015 «Про Стратегію сталого розвитку "Україна - 2020" [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>
7. Верховна Рада України. Коаліційна угода. 2014. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.afo.com.ua/doc/Coalition_Agreement_2014.pdf
8. Постанова Верховної Ради України «Про програму діяльності Кабінету Міністрів України» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1099-19>
9. Меморандум Україна – МВФ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=38126682>
10. Порядок денний асоціації Україна – ЄС [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_990
11. Реформа сільського господарства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://reforms.in.ua/ua/reforms/reforma-silskogo-gospodarstva#passport>
12. Постанова Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2015 р. №1092 «Про утворення територіальних органів Державної служби з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1092-2015-%D0%BF%paran12#n12>
13. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1998, № 19, ст. 98). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>
14. Державна Служба Статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ukrstat.org/uk>

МОДЕЛЮВАННЯ ПРИЙНЯТТЯ БАГАТОЕТАПНИХ РІШЕНЬ

Вступ. В роботі розглядаються питання підвищення ефективності управління підприємством шляхом застосування багатоетапних моделей прийняття управлінських рішень. Управління підприємством в швидко мінливих ринкових умовах є однією з найважливіших проблем на сучасному етапі розвитку економіки країни.

Досвід і практика господарювання розвинутих країн світу показують, що найважливішою ознакою ринкової економіки є існування і взаємодія підприємств всіх сфер бізнесу, їх оптимальне співвідношення. Найбільш динамічним та найменш захищеним елементом структури народного господарства є малий та середній бізнес.

Прийняте у світовій практиці законодавство про підприємництво і підприємницьку діяльність визначає підприємництво як ініціативну, самостійну діяльність громадян та їхніх об'єднань, спрямовану на одержання прибутку, що здійснюється на свій ризик і під власну майнову відповідальність [1].

Малий та середній бізнес здатен в умовах економічної кризи в країні при мінімальному рівні державної підтримки створювати нові робочі місця, зменшуючи соціальну напругу у суспільстві; забезпечувати досить вагомому частку бюджетних надходжень у вигляді податків, ризиково розробляти та впроваджувати нові зразки продукції та послуг. Але розвиток малого бізнесу в Україні практично не відбувається.

В результаті огляду джерел [1-7] з управління ризиками можна зазначити, що підприємницький ризик характеризується як небезпека потенційно можливої, ймовірної втрати ресурсів або недоодержання доходів порівняно з варіантом, розрахованим на раціональне використання ресурсів у даному виді підприємницької діяльності.

Будь-яка підприємницька діяльність неминуче пов'язана з витратами, тоді як збитки трапляються при несприятливому збігу обставин, прорахунках і представляють додаткові витрати понад запланованих. Якщо ризик – це небезпека втрати ресурсів або доходу, то його кількісна міра обумовлюється абсолютним або відносним рівнем втрат.

Наведені факти зумовлюють актуальність досліджень процесів управління в сфері підприємницької діяльності з залученням інструментарію математичного моделювання та засобів автоматизації.

Результати досліджень. Управління підприємством – це спосіб взаємодії між суб'єктом та об'єктом управління, спосіб побудови взаємозв'язків між рівнями управління та функціональними галузями, які забезпечують оптимальне за даних умов досягнення цілей організації [8].

Суб'єкт управління – це особа або група людей, що приймає рішення і керує об'єктами, процесами або відносинами, шляхом впливу на керувану соціально-економічну систему для досягнення поставлених цілей. Об'єкт управління – це особа або група, яка може бути об'єднана в будь-який структурний підрозділ та на яку здійснюється управлінський вплив [9].

Запорукою успішного функціонування та розвитку усіх організаційно-господарських ланок діяльності підприємства є забезпечення ефективності управління. Ефективність є однією з головних характеристик результативності управління діяльністю підприємства, що зумовлює необхідність її детального вивчення.

Розв'язання питань підвищення та підтримки ефективності управління діяльністю підприємства неможливо без комплексного оцінювання її рівня. Результати такого оцінювання дозволяють встановити масштаб і зміну спрямованості в управлінні діяльністю підприємства, прогнозувати їх вплив на ключові функціональні підсистеми підприємства, ухвалювати відповідні управлінські рішення щодо підвищення та підтримки рівня ефективності, вибирати методи, способи, інструменти управління. Процедура оцінювання

ефективності управління діяльністю підприємства висуває проблему вибору методу, на підставі якого вона має здійснюватися [8].

Відсутність на багатьох підприємствах цілісної високоефективної системи управління, адекватної вимогам мінливого ринкового середовища, актуалізує проблему вдосконалення і розвитку науково-методичних підходів та інструментарію ефективного управління діяльністю підприємства. Всі ці проблеми обумовили актуальність даної теми.

Мета роботи. Виходячи з аналізу робіт можна сформулювати мету роботи, яка полягає в розробці моделі прийняття багатоетапних управлінських рішень на виробничому підприємстві.

Об'єкт дослідження: підприємство вітражного виробництва сфери середнього бізнесу.

Предмет: модель прийняття багатоетапних управлінських рішень в умовах ризику.

Задачі, які необхідно вирішити для досягнення поставленої мети:

- формування множини можливих станів зовнішнього середовища та проведення статистичного аналізу продажів за минулий період для визначення апріорних ймовірностей настання певних станів зовнішнього середовища;
- формування множини альтернатив першого гравця, вибір кращої альтернативи за критерієм прийняття рішень в умовах ризику та визначення;
- розрахунок вартості досконалої інформації;
- проведення аналізу стійкості рішень;
- побудова дерева рішень та вибір найкращої альтернативи за значенням чистої поточної вартості.

Інструментальні засоби, які були застосовані для вирішення поставлених задач: теоретико-ігрова модель прийняття рішень в умовах ризику, оптимізаційні багатоетапні методи підвищення ефективності управління підприємством. Під теорією гри розуміють теорію математичних моделей та методів з прийняття раціональних рішень в умовах конфлікту та невизначеності.

Конфліктні ситуації характеризуються наявністю декількох суб'єктів, що мають в взагальному випадку, різні цілі. Цілі не обов'язково повинні бути антагоністичними (протилежними). Більше того, значно частіше зустрічаються реальні конфлікти, у яких інтереси сторін (суб'єктів) частково співпадають, і, як наслідок, вони зацікавлені у спільних скоординованих діях. Такі ситуації досить розповсюджені в економіці.

Відмінна ознака гри з природою полягає в тому, що в ній свідомо діє тільки один з учасників, що у більшості випадків називається першим гравцем. Гравець другий (природа) свідомо проти першого гравця не діє, а виступає як такий партнер по грі, що не має конкретної мети і випадковим чином визначає чергові "ходи". Тому термін "природа" характеризує деяку об'єктивну дійсність (зовнішнє середовище), що не слід розуміти буквально, хоча цілком можуть зустрітися ситуації, у яких другим гравцем дійсно може бути природа (наприклад, обставини, пов'язані з погодними умовами або природними стихійними силами).

Предметом теорії прийняття рішень в умовах ризику є дослідження законів перетворення апріорної та апостеріорної інформації про стан об'єкта та середовища в кількісні складові інформації керування, що притаманні різним суб'єктам (органам) управління та різним керованим економічним об'єктам (системам).

Широко відомою моделлю прийняття рішень в умовах невизначеності є статична модель, що породжена теоретико-ігровою концепцією [2].

Згідно з концепцією теорії гри ситуація прийняття рішень характеризується множиною $\{X; \Theta; \Phi\}$, де X – множина рішень (стратегій) суб'єкта управління (першого гравця), Θ – множина станів (стратегій) економічного середовища (другого гравця), $\Phi = \{\phi(x; \theta); x \in X; \theta \in \Theta\}$ – функціонал оцінювання, визначений на множині $X \times \Theta$, і такий, що приймає значення з простору R^1 (одновимірного простору), функція $\phi(x; \theta)$ – функція виграшу першого гравця (суб'єкта керування).

Визначення априорних ймовірностей настання певних станів зовнішнього середовища. В результаті аналізу предметної області дослідження на підставі статичної інформації за попередні етапи функціонування підприємства, була сформована множина станів зовнішнього середовища, що складається з трьох елементів: «Низькі продажі», «Середні продажі», «Великі продажі».

Визначення ймовірностей кожного зі станів зовнішнього середовища можна розрахувати за формулою:

$$P_{НП} = K_{НП} / N, P_{ВП} = K_{ВП} / N, P_{СП} = K_{СП} / N,$$

де $K_{НП}$ – кількість продажів, що є нижчими за значення $CA3-1$;

$K_{ВП}$ – кількість продажів, що є вищими за значення $CA3+1$;

$K_{СП}$ – кількість продажів, що лежать в інтервалі від $CA3-1$ до $CA3+1$;

$CA3$ – середньоарифметичне значення рівня продажів за два роки;

N – розмір вибірки.

Визначення ймовірностей станів середовища відбувалося на підставі статистичної інформації про функціонування фірми «Діапазон» протягом 2010 – 2011 років. ТОВ ВКФ «Діапазон» – товариство з обмеженою відповідальністю, виробничо-комерційна фірма, була заснована у квітні 1999 року.

Рішення даної задачі було автоматизовано в середовищі електронних таблиць пакету LibreOfficeCalc. Екранна форма визначення ймовірностей настання станів середовища наведена на рис. 1.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1										
2										
3			Обсяги продажів, тис.м.кв.		Валовий дохід, у.г.о.		Зниження продажів, тис.м.кв.			
4			2010 рік	2011 рік	2010 рік	2011 рік	протягом 2010 року		протягом 2011 року	
5		Січень	5,25	6,2	21000	24800	-2,64	-4,64	-1,84	-3,84
6		Лютий	4,875	5,625	19500	22500	-3,01	-5,01	-2,42	-4,42
7		Березень	8	8,25	32000	33000	0,11	-1,89	0,21	-1,79
8		Квітень	10,25	11,25	41000	45000	2,36	0,36	3,21	1,21
9		Травень	5,75	6,675	23000	26700	-2,14	-4,14	-1,37	-3,37
10		Червень	12,5	13,25	50000	53000	4,61	2,61	5,21	3,21
11		Липень	10,5	9,75	42000	39000	2,61	0,61	1,71	-0,29
12		Серпень	9,5	8,5	38000	34000	1,61	-0,39	0,46	-1,54
13		Вересень	11,5	9,5	44000	38000	3,61	1,61	1,46	-0,54
14		Жовтень	11,75	10,25	47000	41000	3,86	1,86	2,21	0,21
15		Листопад	10,5	8,75	42000	35000	2,61	0,61	0,71	-1,29
16		Грудень	6,25	10,5	25000	42000	-1,64	-3,64	2,46	0,46
17		Всього	106,625	108,5	424500	434000				
18		Середнє значення за рік	8,89	9,04	Всього	ймовірність				
19		Низькі продажі	4	3	7	0,29				
20		Середні продажі	2	5	7	0,29				
21		Великі продажі	6	4	10	0,42				
22					перевірка: сума=1?	1				
23		Зауваження: Середні продажі в діапазоні [ср.знач-1; ср.знач+1]								

Рисунок 1 – Екранна форма визначення ймовірностей можливих станів зовнішнього середовища

У діапазон комірок C5:D16 та E5:F16 введено статистичну інформацію щодо обсягів продажу у 2010 та 2011 роках, та інформацію щодо валового доходу за цей період.

Заповнення області розрахунку. Область розрахунків містить формули для визначення наступних показників:

– зниження продажів (діапазон G5:H16, заповнений формулою = C5-(\$C\$18-1) та діапазон I5:J16, заповнений формулою = D5-(\$D\$18-1));

– середнього значення обсягу продажів (комірка C18 містить формулу = AVERAGE(C5;C16) та комірка C19 містить формулу = AVERAGE(D5; D16));

– кількості низьких продажів (комірка C19 містить формулу = COUNTIF(G5:G16;“<0”) та комірка D19 містить формулу = COUNTIF(I5:I16;“<0”), середніх продажів (комірка C20 містить формулу = COUNTIF(H5:H16;“<0”) - C19) та комірка D20 містить формулу = COUNTIF(J5:J16;“<0”) - D19) та високих продажів (комірка C21 містить формулу = COUNTA(C5:C16;“<0”) - C20 - C19) та комірка D21 містить формулу = COUNTA(D5:D16;“<0”) - D20 - D19);

– суму кожного з рівней продажів по рокам, та ймовірність настання станів середовища (відповідно комірка F19 для низьких продажів, що містить формулу = SUM(C19:D19)/24, комірка F20 для середніх продажів, що містить формулу = SUM(C20:D20)/24, комірка F21 для низьких продажів, що містить формулу = SUM(C21:D21)/24).

Згідно з основними положеннями теорії ігор з природою сума ймовірностей усіх станів середовища повинна дорівнювати одиниці (ця умова перевіряється у комірці F22), тому що ці стани обов'язково повинні бути взаємовиключними і в сукупності вичерпними.

Для наочності змін рівня продажів, на основі статичної інформації було побудовано графік обсягів продажів (рис. 2).

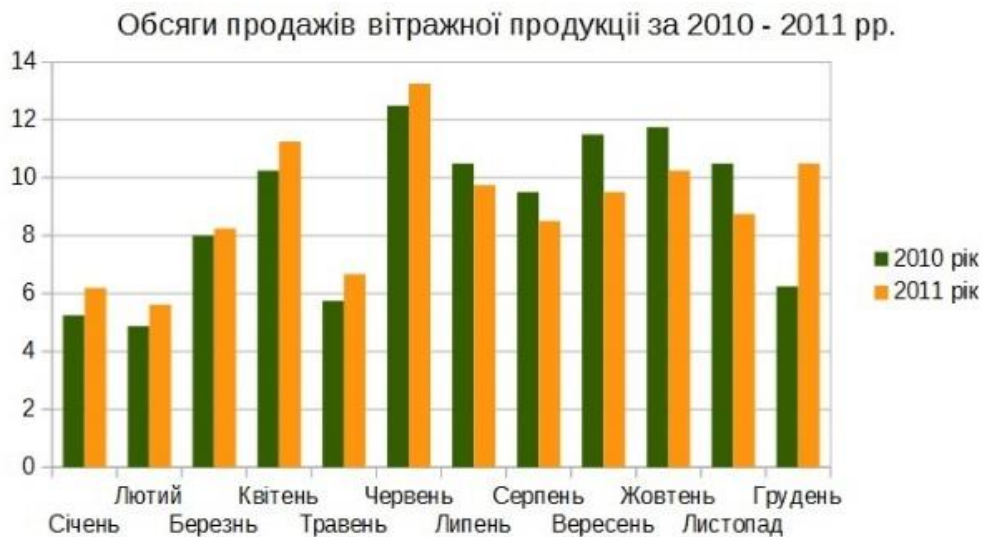


Рисунок 2 – Графіки обсягів продажів продукції

Формування множини альтернатив першого гравця та визначення вартості досконалої інформації. Функціонування будь-якого підприємства в умовах ринку вимагає постійного розвитку. Одним зі шляхів розвитку є збільшення розмірів та потужностей підприємства. Але інвестиції в ці заходи можуть принести збитки через низький рівень обсягів продажів. Подальше зниження обсягів продажів може призвести до ситуації, коли вигідніше буде продати фірму з подальшою зміною її функціонального призначення. Таким чином керівництво фірми має прийняти рішення щодо розширення або продажу виробництва. В рамках ігор з природою, в даному випадку можна сформулювати множину альтернатив першого гравця, що складається з двох елементів: «Розширювати виробництво» та «Продати фірму».

За наявності однієї множини альтернатив першого гравця, вибір найкращого рішення можна здійснити за значенням максимального середньозваженого за ймовірністю виграшу першого гравця або за мінімальним середньозваженим за ймовірністю значенням втрачених можливостей в умовах ризику. Такий вибір відповідає критерію Байєса [10].

Згідно з критерієм Байєса у випадку, коли функціонал оцінювання має позитивний інгредієнт $\Phi = \Phi^+$ оптимальним рішенням вважається таке, для якого математичне сподівання вектора оцінювання досягає найбільшого можливого значення, тобто x_{ko} знаходиться, виходячи з умови:

$$x_{k0} : B^+(x_{k0}, P) = \max_{x_k \in X} \sum_{j=1}^n p_j \phi_{kj}^+ = M(\Phi_k^+).$$

Якщо ж $\Phi = \Phi^-$, то оптимальне рішення визначається, виходячи з умови:

$$x_{k0} : B^-(x_{k0}, P) = \min_{x_k \in X} \sum_{j=1}^n p_j \phi_{kj}^- = M(\Phi_k^-).$$

В теорії статистичних рішень [2, 7] доводиться, що стратегія x_{k0} , яка є оптимальною з точки зору критерію Байєса ($\max B^+(x_k, P)$ чи ($\min B^-(x_k, P)$) співпадає зі стратегією, яка мінімізує сподіваний ризик, тобто стратегією, яка є оптимальною з позиції мінімуму сподіваного ризику невикористаних можливостей.

Результатом використання критерія Байєса є *EMV* – очікувана грошова оцінка або очікувана монетарна цінність (Expected Monetary Value), яка потрібна для прийняття рішення щодо проведення додаткових маркетингових досліджень [11] на першому етапі (в перший рік реалізації проекту при меншому прибутку та більшому рівні ризикованості) та розраховується для кожної альтернативи підприємства, як сума добутків виграшів при різних сценаріях майбутнього O_{ij} на ймовірності цих сценаріїв p_j :

$$EMV_i = \sum_{j=1}^N O_{ij} p_j.$$

Після чого слід обрати ту альтернативу, для якої *EMV* буде максимальною.

Однак, потрібно підкреслити, що вибір альтернативи з максимальною очікуваною цінністю не завжди гарантує вигравш. Тому потрібно звернутися до критерію мінімуму очікуваних втрачених можливостей – *EOL* (Expected Opportunity Loss) [12]. Очікувані втрачені можливості для даних альтернатив обчислюються аналогічно очікуваній монетарній цінності як середньозважене від втрачених можливостей для кожного з розглянутих сценаріїв майбутнього L_{ij} з вагами, рівними ймовірностям цих сценаріїв p_j :

$$EOL_i = \sum_{j=1}^N L_{ij} p_j.$$

З метою уточнення апіорних ймовірностей станів середовища можна провести дослідження ринку. Вартість досконалої інформації *EVPI* (Expected Value of Perfect Information) дозволить прийняти рішення щодо проведення додаткових маркетингових досліджень. Слід зазначити, що вартість досконалої інформації дорівнює мінімальному значенню втрачених можливостей, тому що за наявності саме стовідсоткової, тобто досконалої інформації, перший гравець нічого не втрачає [12]. Але в реальних умовах наявність такої інформації неможлива, тому будь-яке дослідження щодо уточнення ймовірностей станів середовища не може коштувати більше за це значення.

Наведемо результати програмної реалізації критерію Байєса та моделі визначення вартості досконалої інформації щодо ймовірностей станів середовища. Відповідна екранна форма наведена на рис. 3.

	A	B	C	D	E
1					
2	Матриця вигравів фірми «Діапазон»				
3		Можливі стани зовнішнього середовища			
4	Альтернативи	Низькі продажі	Середні продажі	Великі продажі	Очікувана грошова оцінка (EMV)
5	Розширювати виробництво	-22	51	100	50,13
6	Продавати фірму	16	16	16	16,00
7	Максимальний виграв	16	51	100	61,21
8	Ймовірність	0,29	0,29	0,42	
9	Очікувана вартість досконалої інформації (EVPI)				11,08
10	ВІДПОВІДЬ	Розширювати виробництво			
11					
12	Матриця втрачених можливостей фірми «Діапазон»				
13		Можливі стани зовнішнього середовища			
14	Альтернативи	Низькі продажі	Середні продажі	Великі продажі	Очікувані втрачені можливості (EOL)
15	Розширювати виробництво	38	0	0	11,08
16	Продавати фірму	0	35	84	45,21
17	Ймовірність	0,29	0,29	0,42	
18	ВІДПОВІДЬ	Розширювати виробництво			

Рисунок 3 – Екранна форма програмної реалізації критерію Байєса та моделі визначення вартості досконалої інформації

У діапазон комірок B8:D8 та B17: D17 вводимо значення ймовірностей настання кожного зі станів середовища, знайдених на попередньому етапі досліджень (комірки: B8 містить формулу =\$'Розрахунок ймовірностей'.F19; C8 містить формулу =\$'Розрахунок ймовірностей'.F20; D 8 містить формулу =\$'Розрахунок ймовірностей'.F21).

Область розрахунків для матриці вигравів першого гравця містить формули для визначення таких величин:

– максимального виграву (комірки: B7 містить формулу = MAX(B5:B6); C7 містить формулу = MAX(C5: C6); D7 містить формулу = MAX(D5:D6));

– очікуваної грошової оцінки (комірки: E5 містить формулу =SUMPRODUCT(B5:D5;\$B\$8:\$D\$8); E6 =SUMPRODUCT(B6:D6;\$B\$8:\$D\$8); E7 містить формулу =SUMPRODUCT(B7:D7;\$B\$8:\$D\$8));

– очікуваної вартості досконалої інформації (комірка E9, що містить формулу = E7-MAX(E5:E6));

– відповіді, щодо вибору найкращої альтернативи (комірка B10, що містить формулу =IF(MAX(E5:E6)=E5;A5;A6)).

Для матриці втрачених можливостей першого гравця область розрахунків містить формулу для визначення очікуваних втрачених можливостей (діапазон B15:D16), для вибору найкращої з альтернатив (комірка B18 =IF(MIN(E15:E16)=E15;A15;A16)), а також визначення очікуваної вартості досконалої інформації на підставі матриці втрачених можливостей (комірка E15 = SUMPRODUCT(B15:D15;\$B\$17:\$D\$17), яка містить менше значення).

Таким чином, за критерієм Байєса кращою альтернативою і за матрицею вигравів, і за матрицею втрачених можливостей є «Розширювати виробництво».

Аналіз стійкості рішень. Приймаючи відповідальне управлінське рішення, необхідно перевірити, наскільки чутливий зроблений вибір до зміни прогнозних параметрів та оцінок ймовірностей, за допомогою яких були обчислені *EMVI* для кожної альтернативи. Проведення аналізу стійкості рішень передбачає розрахунок відносних похибок у визначені ймовірностей станів середовища [12].

Статична похибка відхилення ймовірності стану «Низькі продажі» визначається за формулою:

$$\frac{\Delta p}{p} = \frac{1}{\sqrt{N}},$$

де *N* – розмір вибірки.

У випадку стану середовища «Низькі продажі» це значення становить 20 %.

Екранна форма програмної реалізації аналізу стійкості наведена на рис.4.

	A	B	C	D	E	F	
1	Розмір статистичної похибки 1/КОРІНЬ(N)				0,20	20%	
2	Відхилення ймовірності "Низькі продажі"				0,09		
3							
4							
5	Матриця вигравів фірми «Діапазон»						
6	Можливі стани зовнішнього середовища						
7	Альтернативи	Низькі продажі	Середні продажі	Великі продажі	Очікувана грошова оцінка (EMV)	Початкова очікувана монетарна цінність (EMV)	
8	Розширювати виробництво	-22	51	100	39,75	50,13	
9	Продавати фірму	16	16	16	16,00	16,00	
10	Максимальний виграш	16	51	100	54,06		
11	Ймовірність	0,38	0,29	0,33	1,00		
12	Очікувана вартість досконалої інформації (EVPI)				14,32		
13	ВІДПОВІДЬ	Розширювати виробництво					
14							
15	Матриця втрачених можливостей фірми «Діапазон»						
16	Можливі стани зовнішнього середовища						
17	Альтернативи	Низькі продажі	Середні продажі	Великі продажі	Очікувані втрачені можливості (EOL)	Початкові очікувані втрачені можливості (EOL)	
18	Розширювати виробництво	38	0	0	14,32	11,08	
19	Продавати фірму	0	35	84	38,06	45,21	
20	Ймовірність	0,38	0,29	0,33			
21	ВІДПОВІДЬ	Розширювати виробництво					

Рисунок 4 – Екранна форма програмної реалізації аналізу стійкості

Згідно з наведеною вище формулою розраховуємо в комірці E1 значення статистичної похибки (формула = 1/SQRT(24)), в F1 – у процентному значенні. Відхилення ймовірності для низьких продажів вносимо до комірки E2 за допомогою формули =(\$P\$20:\$D\$20)/E1.

Діапазони комірок B8:D9 та B18:D19 містять матриці вигравів та втрачених можливостей відповідно; комірки E18=SUMPRODUCT(B18:D18;\$B\$20:\$D\$20), E19=SUMPRODUCT(B19:D19;\$B\$20:\$D\$20) містять середньозважені за ймовірностями значення втрачених можливостей для кожної альтернативи, а комірки F18=\$'Цінність інформації'.E5 та F19=\$'Цінність інформації'.E6 – вартість досконалої інформації, що була визначена на попередньому етапі досліджень.

Діапазони комірок B11:D11 та B20:D20 містять значення ймовірностей настання кожного

зі станів середовища, змінені на величину статистичної похибки. Подальші розрахунки проведені аналогічно тим, що описані для екранної форми на рис. 3, з урахуванням вказаних змін.

З проведеного аналізу стійкості можна зробити висновок: вартість досконалої інформації змінилася незначною мірою (зросла з 11,08 до 14,32), а вибір кращої альтернативи рішення не змінився і відповідає розширенню виробництва.

Однак, результатом відхилення ймовірності стану «Низькі продажі» на величину, що дорівнює статистичній похибці є значне зниження очікуваної грошової оцінки стратегії «Розширювати виробництво». Тому слід брати до уваги можливість проведення додаткових маркетингових досліджень щодо уточнення ймовірностей станів середовища. За результатами аналізу отримуємо другу множину стратегій першого гравця, що складається з альтернатив: «Проводити додаткові дослідження», «Не проводити додаткових досліджень».

Таким чином отримаємо дві множини альтернатив першого гравця, що складають ланцюг взаємопов'язаних рішень, для вибору з яких доцільно використовувати дерево альтернатив.

Побудова дерева рішень та вибір найкращої альтернативи за значенням чистої поточної вартості. Коли потрібно вибирати між альтернативами, кожна з яких є «багатокроковим» процесом прийняття рішень, а кроки рознесені в часі, причому на кожному кроці може виникати свій набір альтернатив та сценаріїв майбутнього, візуалізувати процес вибору кращої альтернативи зручно за допомогою дерева рішень. Дерево рішень – це графічне зображення послідовності рішень і станів середовища з вказівкою відповідних ймовірностей і виграшів для будь-яких комбінацій альтернатив і станів середовища. Дерево рішень є необхідним інструментом у стратегічному плануванні та інвестиційному аналізі [13].

Дерево рішень складається з вузлів двох типів, гілок і плодів (виграшів або програшів, що відповідають реалізації певного рішення за настання відповідного стану середовища). Вузли першого типу відповідають ситуації прийняти рішення першим гравцем, графічно вони позначаються порожніми прямокутниками. У вузлах другого типу рішення «приймаються» зовнішнім середовищем (це події, що не залежать від першого гравця), графічно вони позначаються прямокутниками з зірочкою. Гілки дерева відповідають альтернативам вибору.

Побудова дерева складається з декількох етапів [13]:

Етап 1. Формулювання задачі. Насамперед необхідно відкинути фактори, що не стосуються проблеми, а серед множини, що залишилася, виділити істотні і несуттєві. Це дозволить привести опис задачі ухвалення рішення до форми, що піддається аналізу. Повинні бути виконані такі основні процедури:

- а) визначення можливостей збору інформації для експерименту і реальних дій;
- б) складання переліку подій, що з визначеною ймовірністю можуть відбутися;
- в) встановлення часового порядку розташування подій, в результатах яких міститься корисна і доступна інформація, і тих послідовних дій, що можна виконати.

Етап 2. Побудова дерева альтернатив.

Етап 3. Оцінка ймовірностей станів середовища, тобто порівняння шансів виникнення кожної конкретної події. Слід зазначити, що вказані ймовірності визначаються або на підставі наявної статистики, або експертним шляхом.

Етап 4. Встановлення виграшів (або програшів як виграшів зі знаком “мінус”) для кожної можливої комбінації альтернатив (рішень) і станів середовища.

Етап 5. Розв'язання задачі.

Оскільки реалізація рішення щодо розширення виробництва є довгостроковим процесом його доцільно розбити на два етапи:

–1-й етап – це перший рік реалізації проекту, для якого є характерним менший прибуток або грошовий потік та більший рівень ризикованості;

–2-й етап – це наступні роки реалізації проекту, для яких є характерними більший прибуток або грошовий потік та менший рівень ризикованості, цей етап відповідає сталому режиму функціонування, але гроші в цьому випадку слід дисконтувати, тобто перерахувати

вартість майбутнього грошового потоку на поточний час.

На першому році грошові надходження менші через низьку поінформованість покупців про покращення продукції та послуг, а постійні витрати ще високі через завершення розширення виробництва. На другому етапі грошові надходження підвищуються, але підвищуються також експлуатаційні витрати, що належать до змінної складової, через вищу ціну на кращі матеріали та більш вартісне обслуговування модернізованого устаткування. Тому у разі низького рівня продажів грошовий потік мінімальний.

Вибір найкращої альтернативи визначається максимальним значенням чистої поточної вартості NPV (NetPresentValue) – це сума дисконтованих значень потоків платежів приведених до сьогоднішнього дня, що розраховується за формулою [12]:

$$NPV = \frac{EMV1}{k} + M,$$

де NPV – сума дисконтованих значень потоків платежів;

$EMV1$ – очікувана грошова оцінка (оцінка рішення на першому етапі);

k – коефіцієнт дисконту;

M – потік платежів до сьогоднішнього дня.

У свою чергу $EMV1$ розраховується за формулою:

$$EMV1 = \sum_{j=1}^N DCF * p_j,$$

де DCF – дисконтований грошовий потік (DiscountedCashFlow);

p_j – ймовірність (Probability) настання того або іншого стану зовнішнього середовища (рівня продажів).

Величина DCF розраховується за формулою:

$$DCF = EMV2 / k + CF1,$$

де $EMV2$ – очікувана грошова оцінка (оцінка рішення на другому етапі).

У якості $CF1$ – грошовий потік (CashFlow) на першому етапі – виступає середнє значення грошового потоку, що розраховане за формулою:

$$CF1 = VD - ZB - P - PB,$$

де VD – валовий дохід;

ZB – змінні витрати;

P – податки;

PB – постійні витрати.

Виходячи з теорії часової вартості грошей [13, 14], для отримання суми потоку платежів, приведеної до теперішнього моменту часу, використовується метод дисконтування.

Початкова частина дерева альтернатив містить елементи першої множини рішень першого гравця: проводити чи не проводити додаткові дослідження, тому вихідними даними моделі є ланцюг рішень, який для числового прикладу цієї роботи має вигляд: «Проводити додаткові дослідження» → «Не розширювати виробництво» (за низьких продажів) «Розширювати виробництво» (за середніх бо високих продажів). Подальше розгалуження дерева рішень позначимо великими літерами:

– дерево А відповідає альтернативі «Не проводити додаткових досліджень», за якої подальше прийняття рішення щодо можливого розширення виробництва відбувається без уточнення апріорних імовірностей станів середовища;

– дерево Б відповідає низьким продажам на другому етапі реалізації рішення, що

приведе до зменшення грошового потоку і кращою альтернативою в цьому випадку буде «Не розширювати виробництво», подальше ж зменшення грошового потоку призводить до відповіді «Продаж фірми»;

– дерево В відповідає середнім продажам на другому етапі реалізації рішення що призведе до незначного зменшення грошового потоку і кращою альтернативою в цьому випадку буде «Розширювати виробництво»;

– дерево Г відповідає високим продажам на другому етапі реалізації рішення логічним є припущення про збільшення грошового потоку і кращою альтернативою в цьому випадку буде «Розширювати виробництво».

Початкова частина дерева альтернатив, яка відповідає першій множині рішень першого гравця: проводити чи не проводити додаткові дослідження, наведена на рис. 5.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1								P		DCF	EMV	NPV	
2									А	66093,94	66093,94	60085,4	
3			Не проводити додаткових досліджень										
4													
5													
6							нп	0,2	Б	90198,79			
7													
8													78218,68
9													
10						*	сп	0,3	В	85013,17	86050,3	78218,68	
11				-8,87									
12													
13			Проводити додаткові дослідження										
14													
15							вп	0,5	Г	85013,17			
16			Знижка на вартість додаткових досліджень через недосканалість інформації (%):		20%								
17													
18													
19													
20													
21													
22													
23			Вхідні змінні моделі										
24			Параметри моделі										
25			Прогнозні значення ймовірностей рівня продаж										
26													
27													
28			ВІДПОВІДЬ 1										
29			Проводити додаткові дослідження										

Рисунок 5 – Доцільність проведення додаткових досліджень

У комірках I2, I6, I10, I15 розташовані переходи до інших частин дерева альтернатив, що відповідають наступним ланкам ланцюга прийняття рішень.

Для початкової частини дерева область розрахунків містить формули для визначення дисконтованого грошового потоку *DCF*, очікуваної грошової оцінки *EMV*, чистої поточної вартості *NPV* для кожної частини дерева. Значення цінності досконалої інформації з урахуванням знижки на вартість додаткових досліджень міститься в комірці D11 (формула = $\$Цінність\ інформації \cdot E9 \cdot (1 - E18)$). Комірка M9 містить значення *NPV* кращої альтернативи (визначено формулою = $MAX(L2:L11)$). Також область визначення містить формулу для визначення відповіді, яку визначено за допомогою функції IF(): проводити дослідження або ні (комірка A29=IF(M9=J3;C3;B13)).

Слід зазначити, що зі зміною вказаних показників та параметрів моделі можуть формуватися інші ланцюги рішень. Також за допомогою даної моделі може бути проведений аналіз стійкості рішення від зміни вхідних параметрів.

Наведемо стислий аналіз дерев, що відповідають розгалуженням початкового дерева.

Екранна форма програмної реалізації дерева А зображена на рис. 6.

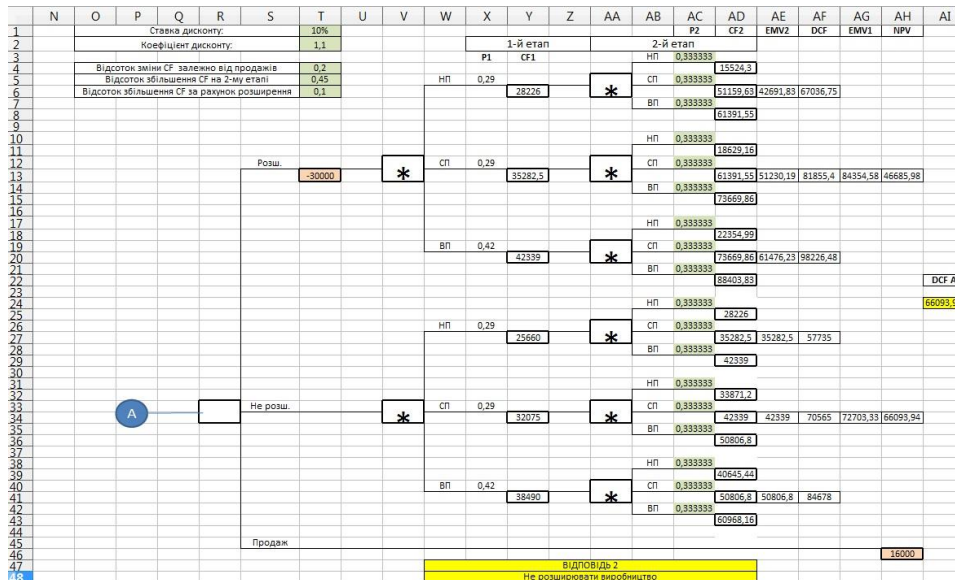


Рисунок 6 – Екранна форма програмної реалізації дерева альтернатив А

Стовпці X та Y містять значення ймовірностей та грошових потоків для першого року реалізації проекту, для якого притаманним є менший прибуток або грошовий потік та більший рівень ризикованості. Стовпці AC та AD містять значення ймовірностей та грошових потоків для наступних років реалізації проекту, для яких притаманним є більший прибуток або грошовий потік та менший рівень ризикованості (сталий режим функціонування). Дисконтування грошей відбувається у комірках стовпчика AF за формулою $=AE6/ST\$2+Y6$. Комірка A24 містить максимальне значення дисконтованого потоку, що є результатом розрахунків для дерева А.

Результатом наведених розрахунків є максимальне значення чистої поточної вартості для дерева альтернатив А: $NPV = 66093,94$ у.г.од. Згідно зі знайденим значенням кращою альтернативою визначено: «Не розширювати виробництво». Для визначення відповіді була застосована функція IF(), яка дозволяє побудувати логічне вираження для вибору альтернативи.

Екранна форма програмної реалізації дерева Б зображена на рис. 7.

Область розрахунків дерева альтернатив Б містить формули для, що є аналогічними тим, за якими побудовано дерево А.

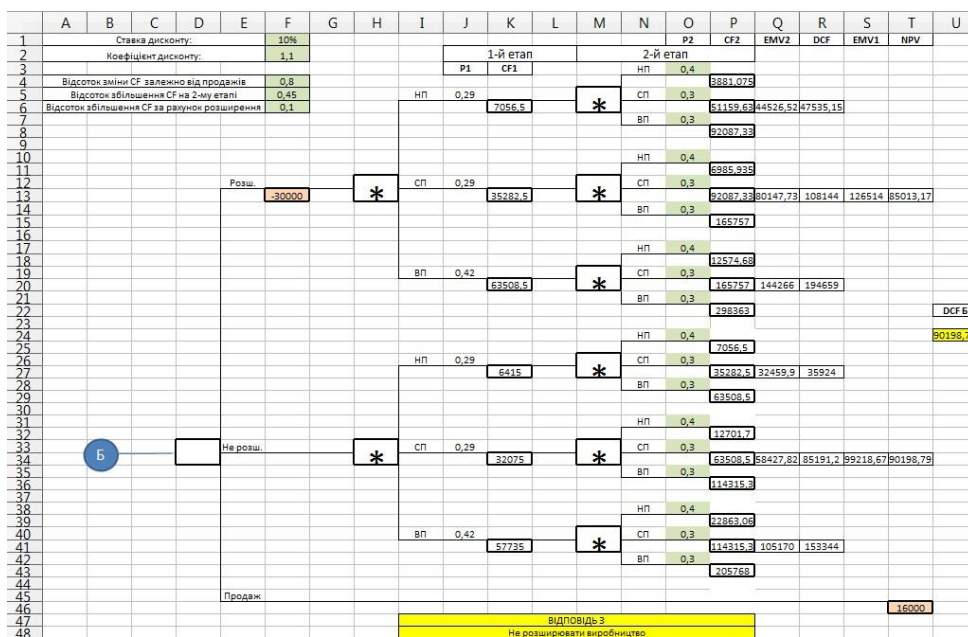


Рисунок 7 – Екранна форма програмної реалізації дерева альтернатив Б

Результат розрахунків містить максимальне значення чистої поточної вартості для дерева альтернатив Б, що складає 90198,79 у.г.од.

Дерево Б відповідає низьким продажам на другому етапі реалізації рішення що призведе до зменшення грошового потоку і відповіддю в цьому випадку буде «Не розширювати виробництво». Але подальше зменшення грошового потоку призводить до відповіді «Продаж фірми».

Екранна форма програмної реалізації дерева В зображена на рис. 8.

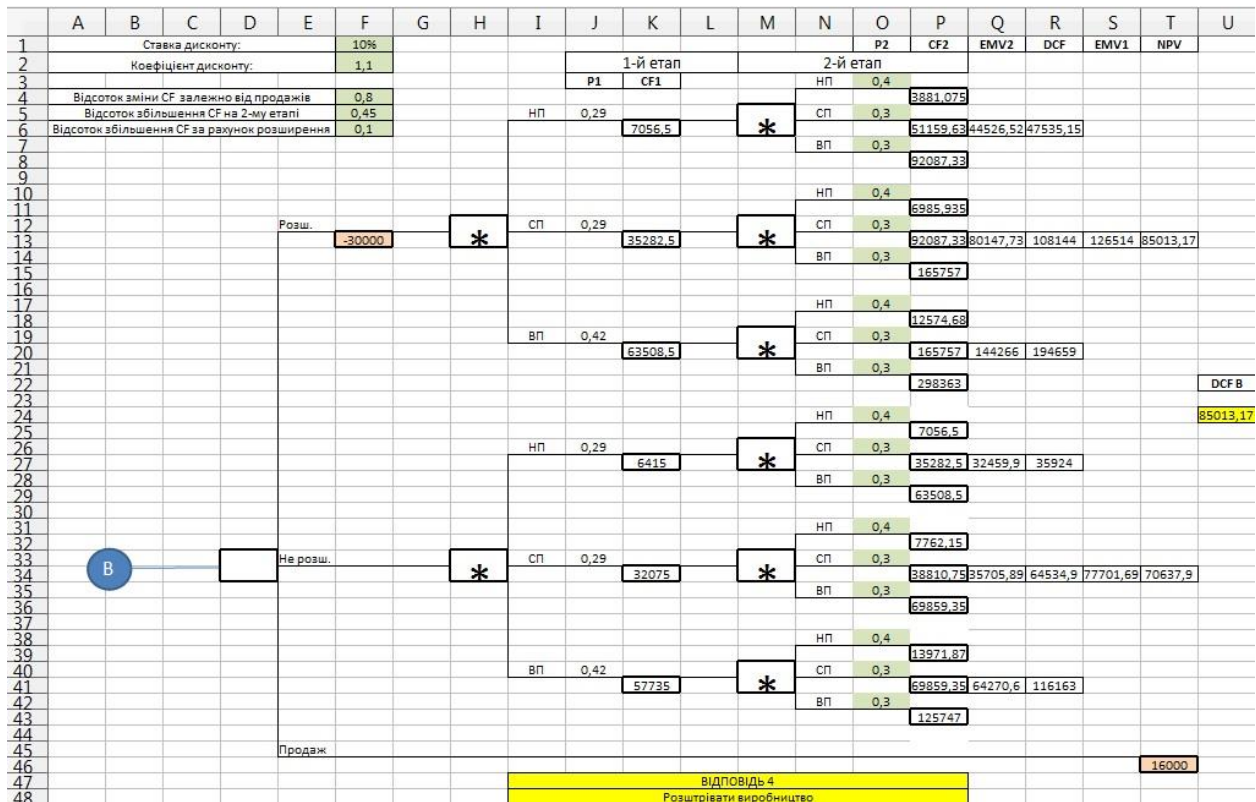


Рисунок 8 – Екранна форма програмної реалізації дерева альтернатив В

Область розрахунків дерева альтернатив В містить формули для, що є аналогічними тим, за якими побудовано попередні дерева.

Результатом розрахунків є максимальне значення чистої поточної вартості для дерева альтернатив В: $NPV = 85013,17$ у.г.од.

Дерево В відповідає середнім продажам на другому етапі реалізації рішення що призведе до незначного зменшення грошового потоку і відповіддю в цьому випадку буде «Розширювати виробництво».

Екранна форма програмної реалізації дерева Г зображена на рис. 9.

Область розрахунків дерева альтернатив Г містить формули для, що є аналогічними тим, за якими побудовано попередні дерева.

Результатом розрахунків є максимальне значення чистої поточної вартості для дерева альтернатив Г, що складає 85013,17 у.г.од.

Дерево Г відповідає середнім продажам на другому етапі реалізації рішення, що призведе до незначного зменшення грошового потоку і відповіддю в цьому випадку буде «Розширювати виробництво».

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
1						10%									P2	CF2	EMV2	DCF	EMV1	NPV	
2						1,1															
3																					
4						0,8															
5						0,45															
6						0,1															
7																					
8																					
9																					
10																					
11																					
12																					
13																					
14																					
15																					
16																					
17																					
18																					
19																					
20																					
21																					
22																					
23																					
24																					
25																					
26																					
27																					
28																					
29																					
30																					
31																					
32																					
33																					
34																					
35																					
36																					
37																					
38																					
39																					
40																					
41																					
42																					
43																					
44																					
45																					
46																					
47																					
48																					

Рисунок 9 – Екранна форма програмної реалізації дерева Г

Висновки та наукова новизна. Аналіз робіт з функціонування підприємств малого та середнього бізнесу показав актуальність створення математичних моделей та інструментальних засобів для підвищення ефективності управлінських рішень. Було також виявлено необхідність постійного розвитку підприємства, що функціонує на ринку обмеженої ємності.

Результатом досліджень є модель прийняття багатоетапних рішень у сфері вітражного виробництва з урахуванням втрат, що можуть виникнути під час реалізації несприятливих подій. Модель подана в графічному вигляді, що дозволяє наочно показати залежність рішень від наступних показників функціонування фірми (вхідні змінні моделі):

- грошового потоку в перший рік реалізації рішення;
- грошового потоку в наступні роки реалізації рішення;
- ціни продажу фірми;
- розміру капіталовкладень на розширення виробництва;
- вартості додаткових досліджень.

Модель містить наступні параметри, що вважаються сталими величинами протягом одного експерименту:

- відсоток змінних та постійних витрат, а також відсоток податків;
- коефіцієнт дисконту;
- відсотки зміни грошового потоку в разі розширення виробництва та залежно від рівня продажів на другому етапі реалізації рішень;
- ймовірності настання кожного зі станів зовнішнього середовища на першому та на другому етапах реалізації рішень.

Вихідними даними моделі є ланцюг рішень, який для описаного числового прикладу

має вигляд:

ПРОВОДИТИ ДОДАТКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ → НЕ РОЗШИРЮВАТИ ВИРОБНИЦТВО (за низьких продажів) РОЗШИРЮВАТИ ВИРОБНИЦТВО (за середніх або високих продажів).

Наведений результат є логічним та зі зміною вказаних вхідних показників та параметрів моделі можуть формуватися інші ланцюги рішень. Крім того за допомогою даної моделі може бути проведений аналіз стійкості рішення від зміни вхідних параметрів.

Розроблена модель отримала програмну реалізацію засобами електронних таблиць, яка може бути застосована на виробничих фірмах малого та середнього бізнесу з метою підвищення ефективності прийняття управлінських рішень щодо розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Лапушта М.Г. Риски в предпринимательской деятельности / М.Г. Лапушта., Л.Г. Шаршунова. – М.: ФиС, 2000. – 156 с.
2. Вітлінський В. В. Ризикологія в економіці та підприємстві: [Електронний ресурс] / В.В. Вітлінський, Г. І. Великоіваненко / Режим доступу: http://kneu.edu.ua/ua/science_kneu/scientific_schools/mtrve/mtrve_praci/mtrve_prazi/ruzvecontp/
3. Галоши Б.А. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе / Б.А. Галоши – М.: Финансы и статистика, 2003. – 244 с.
4. Клебанова Т.С. Теория экономического риска: учебно-методическое пособие для самостоятельного изучения дисциплины / Т.С. Клебанова, Е. В. Раевнева – Х.: Издательский Дом «ИНЖЕК», 2013. – 156с.
5. Новожилова М.В. Моделирование управления коммерческим риском: навчально-методичний посібник / М.В. Новожилова, Г.В. Солодовник – Х.: ХНУБА, 2016 р. – 81с.
6. Бланк І.А. Управление финансовыми рисками / І.А. Бланк – К.: Ніка-Центр, 2005. – 600 с.
7. Вітлінський В.В. Економічний ризик, ігрові моделі: Навч. посібник / В.В. Вітлінський, П.С. Верченко, та ін. – К.: КНЕУ, 2000. – 120 с.
8. Воронцова Г. В. Основные направления адаптации системы управления предприятием в конкурентной среде [Электронный ресурс] / Г. В. Воронцова. – Режим доступа : http://science.ncstu.ru/articles/econom/2010_10/34.pdf/file_download
9. Височина М.В. Аналіз методів оцінювання ефективності управління діяльністю підприємства // ВАК України – 2009 р. – № 161. – 86 – 89 с.
10. Лабскер Л.Г. Общая методика конструирования критериев оптимальности решений в условиях риска и неопределенности / Л.Г. Лабскер, Е.В. Яновская // Финансовый менеджмент. – 2002. – № 5. – С. 58-74.
11. Карпов В.А. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: Навчальний посібник / В.А. Карпов, А.І. Ковальов, Н.В. Сментина. – Одеса: ОНЕУ, 2013. – 670 с.
12. Зайцев М.Г. Методы оптимизации управления и принятия решений: примеры, задачи, кейсы: учебное пособие / М.Г. Зайцев, С.Е. Варюхин. – 2 –е изд., испр. –М.: Издательство «Дело» АНХ, 2008. – 664 с.
13. Семенова К.Д. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків: Навчальний посібник / К.Д. Семенова. – Одеса, 2013 р. – 194 с.
14. О'Шоннеси Дж. Принципы организации управления фирмой: Пер. с англ. / Дж. О'Шоннеси – М.: МТ Пресс, 2001. – 296 с.

канд. екон. наук, доцент **Толстова А. В.**
Український державний університет залізничного транспорту,
канд. екон. наук, доцент **Янченко Н. В.**
Харківський національний університет архітектури і будівництва

КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД ВІДТВОРЕННЯ ТА АКТИВІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Вступ. Розвиток економіки України супроводжується проявом системної перманентної кризи, яка крім економічної, супроводжується політичною, соціальною, духовно-моральною, кризою довіри, а основні її причини мають внутрішню природу. Основними причинами виникнення системної кризи є [1]:

- поспішна лібералізація економіки, котра вимагала після адміністративно-планової економіки з жорсткою системою державного управління, виробництва за держзамовленням, звільнити економіку країни від надмірного управління з боку державної влади на ринкові механізми. Це обумовило перерозподіл державної власності, розвиток корупції і, як наслідок, помилково обраний курс економічного розвитку, впровадження недоцільних та непослідовних реформ, зруйновані великі виробничо-технологічні комплекси, розділені підприємства, ліквідовані колективні підприємства сільського господарства, які складали ядро економічного потенціалу країни;

- незбалансованість та неефективність існуючої системи державного управління, яка на сучасному етапі не спроможна виробляти послідовну та дієву стратегію економічного розвитку України шляхом реалізації реформ, які направлені на втілення інтересів суспільства, а не на власні пріоритети влади;

- впровадженням непослідовних реформ, які мають галузевий характер, неузгодженістю структурних пріоритетів, спрямованих на вирішення поточних проблем призвели до посилення структурних диспропорцій економіки, прискорення розвитку низькотехнологічного виробництва, використання старих технологій виробництва, домінування переробної промисловості з випуском продукції низької стадії переробки, велика частка сировинної продукції в експорті, низький рівень високотехнологічного виробництва та деіндустріалізації країни;

- корумпований розподіл капіталу, на основі приватизації державної власності, що в результаті призвело до формування в країні олігархії, створення олігархічних кланів, в яких зосереджено державні ресурси та багатства;

- політична нестабільність країни. Відсутність чітко встановленої системи цінності, ідеології держави, єдиної стратегії економічного розвитку, ефективної системи державного управління, все більше посилюють політичне протистояння, боротьбу за владу і можливість контролювати у своїх руках ресурси, породжують соціальну напруженість, гальмують розвиток суспільства, закладають основи економічної кризи;

- непослідовна, нераціональна зовнішньоекономічна політика України, яка, орієнтуючись на розвиток товарообміну з ЄС, на ринках якого вітчизняна продукція неконкурентоспроможна, втратила вагому частину експортного потенціалу з боку таких стратегічно важливих партнерів, як Росія та країни СНД, ринки яких були основними ринками збуту продукції національних промислових підприємств.

В таких умовах розвитку структура української економіки зазнала істотних змін незважаючи на те, що українська промисловість від початку свого становлення мала величезну перевагу завдяки наявності потужного ресурсо-виробничого потенціалу, сировинної бази, таких стратегічно важливих природних ресурсів, як залізни, марганцеві, рідкіснометалеві та уранові руди, різні види вугілля, флюси, вогнетривкі глини, інших мінеральних ресурсів. Систематичне падіння обсягів виробництва в більшості секторів промислового комплексу України переорієнтувало вектор спеціалізації держави і перетворило її на сировинний придаток. В той час як сучасними закономірностями

прогресивного розвитку промисловості є зміна технологічних укладів і перехід на принципи сталого розвитку.

Згідно зі звітом Світового економічного форуму про глобальну конкурентоспроможність у 2015-2016 рр., Україна за індексом глобальної конкурентоспроможності займає 79 місце серед 140 країн світу. ВВП на душу населення становить 8000 дол. (148 місце в світовому рейтингу), що на 40% нижче світового і становить близько 70% рівня ВВП 1990 р. Відповідно темпам розвитку промислового сектора економіки країни, який формує 24,4% ВВП України і становить -15%, Україна займає 199 місце в світі. За рівнем безробіття (10,5%) країна перебуває на 117 місці, за межею бідності перебуває понад 24% населення країни. На початок 2016 р державний борг України виріс на 42,8%, в той час як зовнішній борг становить 86% ВВП [2, 3].

Результати дослідження. Сучасні тенденції розвитку промислових підприємств України свідчать про існування значних проблем економічного, технологічного, соціального та екологічного характеру, які чинять дестабілізуючий вплив на загальну ситуацію в економіці, обумовлюють диспропорційність її розвитку. В умовах загострення конкуренції, яка виникає в результаті відкриття економічних кордонів, скорочення платоспроможного попиту, вітчизняні промислові підприємства відмовляються від виробництва складних, високотехнологічних виробів, що вимагають широкої кооперації, і переходять до випуску продукції низької стадії переробки, нескладної продукції, яка має попит. В результаті таких пріоритетів виникає проблема техніко-економічного відставання вітчизняного промислового виробництва.

Відтворення та активізація потенціалу промислового комплексу країни потребує створення умов для зменшення розриву в аспекті технологічного розвитку підприємств та забезпечення їх переходу від третього, четвертого технологічних укладів на п'ятий, шостий уклад. Цього можливо досягти за рахунок впровадження кластерного підходу до розвитку промисловості країни, який полягає в поетапному формуванні комплексу потужних національних корпорацій, умов розвитку малого та середнього підприємництва на основі використання нових технологій, ідей та підходів інноваційного розвитку, забезпечення конкурентоспроможності, модернізації, переходу на новий етап індустріалізації - неоіндустріалізацію, екологізацію, диверсифікацію виробництва та розвиток науково-технічного та кадрового потенціалу країни, формування інвестиційного середовища розвитку країни. Кластерний підхід розвитку промислового комплексу України в контексті стратегічного розвитку економіки України представлено на рисунку 1 [4].

Забезпечення прориву і активного заміщення п'ятого і шостого технологічних укладів, модернізації виробництва, формування та нарощення конкурентних переваг, розвиток виробничого потенціалу потребують освоєння нових форм і методів організації виробництва. Для цього пропонуємо формування промислово-територіальних об'єднань та впровадження стратегії кластеризації, котра спрямована на впровадження нової форми організації виробництва за рахунок формування міжгалузевих інтегрованих структур [5].

Досвід створення і розвитку територіально-виробничих комплексів та кластерів свідчить, що по мірі поглиблення спеціалізації промислового виробництва відбувається ускладнення господарських зав'язків, розширення векторів розвитку та розширення трансграничного співробітництва. Це створює додаткові проблеми та знижує ефективність їх функціонування. Тому в сучасних умовах господарювання виникає необхідність переходу від моногалузевого принципу організації виробництва (об'єднання по єдиному технологічному ланцюгу) до формування виробничих систем на основі кластерного промислово-територіального об'єднання.

Таке структурне перетворення сприятиме зміні структури промисловості, оскільки поряд з існуючими технопарками, технологічними інкубаторами почнуть створюватися мегавиробничі комплекси, інноваційні, технологічні, інноваційно-маркетингові кластери, орієнтовані на виробництво високотехнологічних видів продукту, які відкриють доступ до нової інноваційної продукції машинобудування для вітчизняних промислових підприємств, з точки зору їх технічного оновлення.

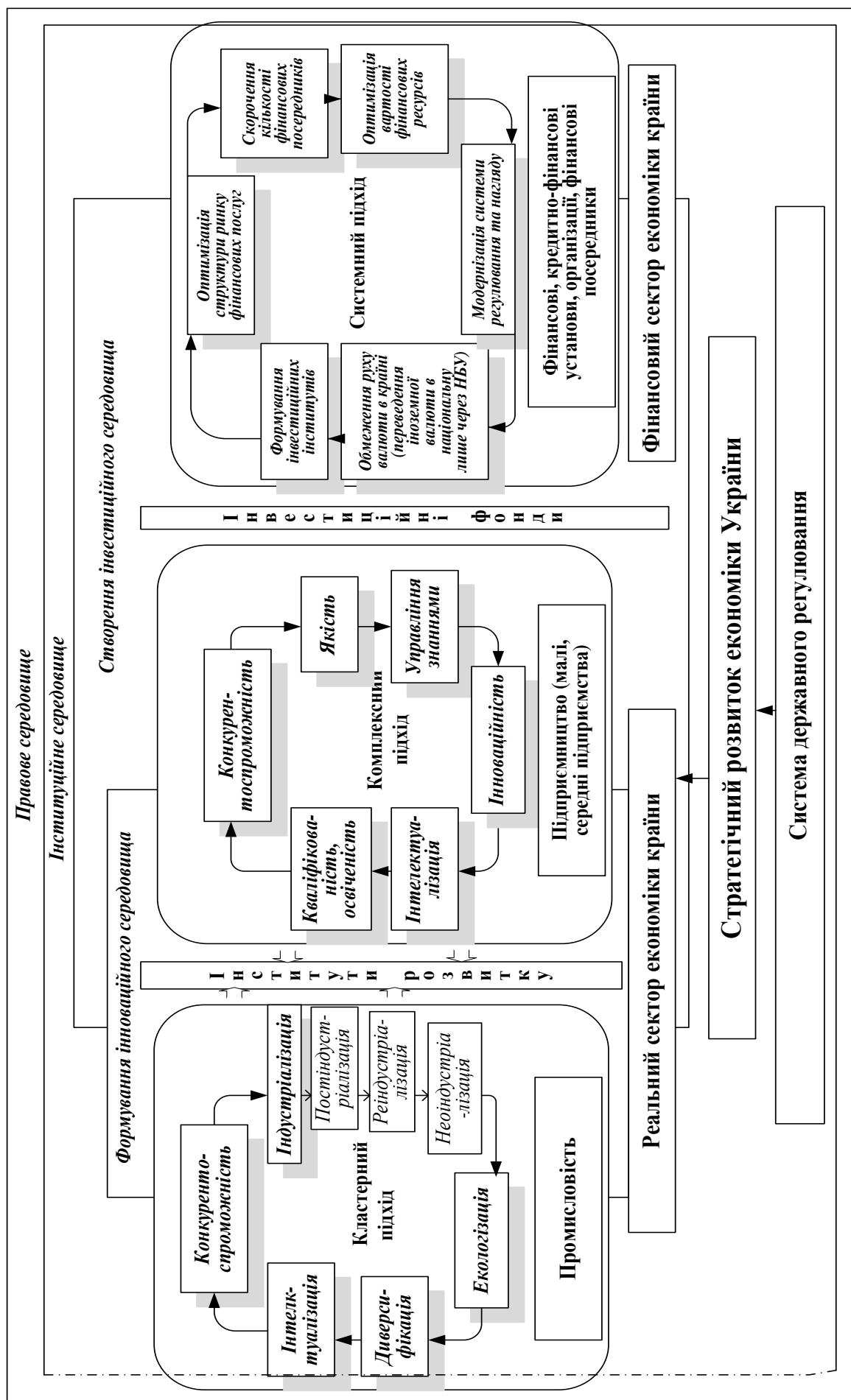


Рис. 1. Кластерний підхід розвитку промислового комплексу України в контексті стратегічного розвитку економіки України

Кластеризацію вітчизняних промислових підприємств пропонуємо здійснювати на основі формування промислово-територіальних кластерів, які є міжгалузевими інтегрованими структурами, спрямованими на консолідацію науково-виробничих, інфраструктурних, промислових підприємств різних галузей, що дозволить створити інноваційно-технологічне середовище для формування декількох технологічно завершених ланцюгів з виробництва різнопланової високотехнологічної продукції.

В першу чергу об'єднання підлягають підприємства, об'єднані єдиним технологічним ланцюгом. До складу промислово-територіальних кластерів повинні увійти промислові підприємства (зокрема, підприємства металургійного, енергетичного, машинобудівного, хімічного, вугільного, нафто - газового комплексів, підприємств транспортного машинобудування, приладобудування, виробництва металорізальних інструментів, металоконструкцій, ремонтні підприємства, підприємства з розробки ІТ, нанотехнологій) і підприємства, які концентрують у собі інноваційний, інтелектуальний і інформаційний потенціали як регіонів, так і країни в цілому. Об'єднання таких підприємств в єдину логістичну систему дозволить раціоналізувати систему управління матеріально-технічними потоками, мінімізувати витрати, підвищить інвестиційну привабливість підприємства, що, в свою чергу, буде сприяти модернізації виробництва, створення якісної високотехнологічної продукції конкурентоспроможної на міжнародному ринку [1].

Загальна структура промислово-територіального кластеру представлена на рис. 2.



Рисунок 2 - Загальна схема промислово-територіального кластеру

До складу промислово-територіальних кластерів входять три групи учасників: підприємства науково-дослідного блоку, які формують науково-технічний потенціал кластеру; промислові підприємства, які формують виробничий потенціал кластеру; підприємства та організації, які забезпечують ефективне функціонування кластеру.

Ядром кластеру є регіональний центр інноваційних технологій, діяльність якого направлена на розробку та реалізацію новітньої продукції.

Оскільки, ще в радянські часи, промисловий комплекс відрізнявся своїм інтелектуальним, науково-технічним потенціалом ключовою ланкою центру є конструкторські бюро. Так як головним джерелом прикладної науково-технічної діяльності є конструкторські та технологічні бюро, то вони на основі систематизованої інформації про нові продукти, техніку, технологію, отриманим інформаційним центром, в кооперації з підприємствами науково-дослідного блоку будуть створювати нові і модернізувати існуючі конструкції продукції, з подальшою передачею їх промисловим підприємствам для їх виробництва [6].

Промислові підприємства на основі розробок Регіонального центру інноваційних технологій, відповідно до свого потенціалу будуть виробляти та реалізовувати новітню високотехнологічну продукцію.

Слід зазначити, що основою техніко-економічного відставання сучасних промислових підприємств є високий рівень морального та фізичного зносу техніко-технологічної бази підприємств, висока енергоємність виробництва, обмеженість власних енергетичних ресурсів, відсутність ефективної системи збагачення низькоякісної вітчизняної сировини. На початкових стадіях інтегрування в промислово-територіальні кластер сучасним промисловим підприємствам буде складно перейти на виробництво інноваційного продукту.

Це в значній мірі обумовлено змінами в процесах технічного розвитку, організації модернізації та ремонту устаткування на промислових підприємствах країни. Так, зі становленням України незалежною державою, одночасно зі скороченням більшості промислових міністерств перестали існувати галузеві управління головного механіка і головного енергетика, які здійснювали координацію організації модернізації та ремонту обладнання. Були розформовані загальносоюзні і галузеві ремонтні організації для централізованого ремонту профільного обладнання. Майже одночасно у всіх галузях припинилися розробка, перегляд та видання положень по планово-попереджувального ремонту устаткування, забезпечували підприємства методичної та нормативної бази для планування і організації ремонту обладнання. Розпалася система централізованого постачання підприємств обладнанням, запасними частинами, ремонтної оснащенням і ремонтними матеріалами. Припинився перегляд норм амортизаційних відрахувань (термінів служби обладнання), ремонтних нормативів, норм витрати матеріалів, порядку і фінансування ремонту.

Економічна криза призвела до повної або часткової зупинки багатьох виробництв. Завантаження діючих підприємств різко знизилася. Енергоремонтні служби підприємств втратили до 50% кваліфікованих працівників. Велика частина промислового обладнання (понад 70%) вичерпала свій амортизаційний термін, вимагає модернізації.

З метою реіндустріалізації, модернізації промислових підприємств пропонуємо в межах промислово-територіального кластера створити комплекс підприємств, які будуть спеціалізуватися на проведенні модернізації промислових підприємств, виконанні ремонтних роботах, зміні технологій виробництва. Це дозволить прискорити процеси технічного перетворення підприємств та забезпечити підвищення якості та покращення технології ремонту.

Основними завданнями такого комплексу: проведення модернізації підприємств кластеру, забезпечення процесу модернізації; виконання ремонтних робіт; розробка програм, проектів, технологій модернізації; проведення навчального процесу працівників підприємств де проводиться модернізація; збір інформації щодо постачальників техніки, технологій.

Одним із напрямків діяльності таких підприємств є розробка новітніх технологій в сфері організації, проведення модернізації, ремонтів, технологічних перетворень. Крім того, після незначного доопрацювання це обладнання, розроблене ремонтними підприємствами може застосовуватися інших галузях, в т.ч. в традиційній енергетиці, на підприємствах металургії, машинобудування, нафтохімії та інші.

Висновки та наукова новизна:

1. Формування територіально-промислових кластерів дозволить напрацювати такі конкурентні переваги як: інвестиції в розвиток персоналу і нарощування інтелектуального потенціалу працівників; розвиток і використання інноваційного потенціалу сфер науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт; міжфірмова кооперація в сфері науки і технології шляхом створення стратегічних альянсів і поглибленого співробітництва з університетами та дослідницькими центрами; володіння стійким ланцюгом поставок; використання аутсорсингу як одного із способів скорочення витрат і концентрація зусиль на ключових компетенціях і перспективних напрямках діяльності; використання сучасних інформаційних і мережевих технологій; використання нових маркетингових та управлінських технологій; організація вертикально і горизонтально інтегрованих структур.

2. Впровадження кластерного підходу активізує потенціал промислового комплексу України сприятиме реіндустріалізації промисловості, зростанню конкурентоспроможності підприємств за рахунок реалізації потенціалу ефективної взаємодії учасників кластера, пов'язаного з їх географічно близьким розташуванням, включаючи розширення доступу до інновацій, технологій, «ноу-хау», спеціалізованих послуг і висококваліфікованих кадрів, а також зниженням транзакційних витрат, що забезпечує формування передумов для реалізації спільних коопераційних проєктів і продуктивної конкуренції.

3. Впровадження кластерного підходу стимулює залучення прямих іноземних інвестицій та активізації зовнішньоекономічної інтеграції, що в свою чергу, дозволить підняти рівень національної технологічної бази, підвищити швидкість і якість економічного зростання за рахунок підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємств, що входять до складу кластера, шляхом: придбання і впровадження критичних технологій, новітнього обладнання; отримання підприємствами кластера доступу до сучасних методів управління і спеціальних знань; отримання підприємствами кластера ефективних можливостей виходу на високо конкурентні міжнародні ринки.

Наукова новизна. Набув подальшого розвитку підхід до відтворення та активізації потенціалу промислового комплексу, який на відміну від існуючих, полягає в кластеризації промисловості на основі створення міжгалузевих інтегрованих структур, спрямованих на консалідацію науково-виробничих, інфраструктурних, підприємств різних галузей (підприємств ІТ-технологій, Нанотехнологій, Біо-технологій та ін.), що дозволить сформувати єдині інноваційно-технологічне та інвестиційне середовища, які забезпечать перехід на новий рівень розвитку промислового комплексу країни.

Список використаних джерел

1. Толстова А.В. Кластерная экономика - современная парадигма экономического развития Украины / А.В. Толстова // The dominant of the humanism principle in modern social concepts and the civilized practice of public relations (Peer-reviewed materials digest (collective monograph) published following the results of the C International Research and Practice Conference and stage of the Championship in Economics and Management, Jurisprudence, Sociological, Political and Military sciences (London, April 21- April 25, 2015)). – London.: Published by IASHE. – 2015. – p.27-30

2. Central Intelligence Agency [Електронний ресурс]. - Режим доступа: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/up.html>

3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрана.

4. Толстова А.В. Стратегічний розвиток економіки України: інвестиційний аспект: колективна монографія/ А.В. Толстова // Інноваційно-інвестиційні засади стійкого розвитку базових галузей національного господарства: колективна монографія / за ред. В.П. Ільчука. – Чернігів: Чернігів. нац. ун-т, 2016. – 396с – С.329-341

5. Толстова А.В. Промислово-територіальні кластери – основа реіндустріалізації вітчизняної промисловості /А.В. Толстова, Ю.Половнева// Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2016. - №55. – С.9-16

6. Янченко Н.В. Управління стійким розвитком соціально-економічних систем: теорія та методологія : Колективна монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. О.С. Іванілова. – Харків: ФОП Панов А. М., Видав. дім "В справі", 2016. – 274 с.

7. Дикань В.Л. Перспективы развития экономики Украины в условиях формирования международных транспортных коридоров в системе мировой глобализации экономики / В.Л. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2013. - №42. – С.144-149

викладач, аспірант **Устіловська А. С.**
Харківський національний університет будівництва та архітектури

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИЙ БАЗИС СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Вступ. У сучасних умовах господарювання персонал є одним з основних ресурсів підприємства, без якого неможливе належне його функціонування. Для організацій України у час адаптації до європейського рівня вкрай необхідна розробка ефективної системи управління персоналом задля підвищення рівня функціонування вітчизняних підприємств, що зумовлює необхідність розробки нових методів управління персоналом. Якісне управління персоналом може здійснюватись лише на основі правильно проведених стадій управління персоналом, які повинні включати в себе формування, розміщення та використання персоналу та мають бути послідовними.

Результати дослідження. Існує безліч визначень поняття «система управління персоналом». На думку Балабанової Л. В. система управління персоналом являє собою процес планування, підбору, підготовки, оцінки, навчання та мотивації персоналу, спрямований на ефективне його використання та досягнення цілей підприємства і працівників [1]. Болтак О. Л. вважає, що система управління персоналом охоплює всю сукупність організаційних заходів, які направлені на раціональне формування кількісного та якісного складу персоналу та максимальне використання можливостей у процесі функціонування товариств [2].

На думку автора система управління персоналом являє собою сукупність методів, принципів, стадій та інструментів управління персоналом спрямованих на використання його у процесі роботи підприємства, як один з основних ресурсів, задля задоволення потреб працівників та цілей підприємства.

Методи управління персоналом підприємства можна визначити шляхом роз'яснення кожної з усіх складових наведеного поняття.

Метод – це система способів, або спосіб, який застосовується у будь-якій науково-практичній діяльності. Всі способи реалізуються лише у сукупності, бо сам по собі спосіб не є повноцінним. Окремі способи за своїми властивостями систематизують метод.

Термін "управління" у буквальному розумінні означає діяльність з керівництва чимось. У довідковій літературі є кілька визначень сутності управління. Найчастіше його розуміють як діяльність, що спрямовує і регулює суспільні відносини; сукупність приладів і механізмів, за допомогою яких приводять в рух машини; підрозділу в системі установи; вид синтаксичної залежності тощо [3].

Під персоналом підприємства розуміється сукупність найнятих працівників різних професійно-кваліфікаційних груп, зайнятих на підприємстві відповідно до штатного розкладу, а також працюючі власники організації, які одержують на підприємстві (фірмі) заробітну плату [4].

Підприємство є організаційно відокремленою, економічно самостійною одиницею виробничої сфери національної економіки, яка спеціалізується на виготовленні продукції, наданні послуг або виконанні робіт [5, с. 22].

З вищенаведених понять можна зробити авторський висновок стосовно визначення поняття «методи управління персоналом». Методи управління персоналом на підприємстві –

це способи впливу керівництва на окремих працівників та колектив в цілому з метою реалізації регулювання їх діяльності у роботі підприємства та належного його функціонування.

В наукових працях вітчизняних та закордонних вчених пропонується ряд методів ефективного управління персоналом. До класичних методів відносять: адміністративні, економічні та соціально-психологічні. На думку автора соціальні та психологічні методи слід визначати окремо.

Адміністративні методи (ґрунтуються на владі, дисципліні та покаранні, відомі в історії як «метод батоба»; вони спираються на адміністративну підпорядкованість об'єкта суб'єкту, на основі існуючої ієрархії управління).

Адміністративні методи управління персоналом включають:

- організаційний вплив (штатний розклад, статут підприємства, положення про підрозділ, колективний договір, посадові інструкції, правила трудового розпорядку, організація робочого місця, оргструктура управління);
- розпорядчий вплив (наказ, цільове планування, розпорядження, нормування праці, координація робіт, інструкції, контроль виконання, настанови);
- матеріальна відповідальність, покарання (відповідальність за затримку, повна матеріальна відповідальність, добровільне відшкодування шкоди, утримання із зарплати, колективна матеріальна відповідальність, депреміювання);
- дисциплінарна відповідальність, покарання (зауваження, догана, сувора догана, пониження посади, звільнення);
- адміністративна відповідальність (попередження, штрафи, оплатне вилучення, адміністративний арешт, виправні роботи).

Економічні методи (базуються на використанні економічних стимулів).

Економічні методи управління персоналом включають:

- оподаткування – здійснює вплив через податки: на фонд оплати праці, по доходний податок, податок на додану вартість, податок на прибуток, інші податки;
- ціноутворення – впливає через вартість товару, його ціну, собівартість та прибуток;
- планування – план економічного розвитку, портфель замовлень, вільне підприємництво, критерії ефективності, кінцеві результати;
- оплата праці – розмір заробітної плати та її своєчасна виплата;
- встановлення матеріальних санкцій – у вигляді штрафів;
- економічне стимулювання та мотивація – матеріальні винагороди у вигляді преміювання;
- участь у прибутках та капіталі – можливість придбання акцій і облігацій компанії [6, 7].

Соціальні методи управління персоналом – дозволяють встановити призначення і місце співробітників в колективі, виявити лідерів і забезпечити їх підтримку, зв'язати мотивацію людей з кінцевими результатами виробництва, забезпечити ефективні комунікації і дозволити конфлікти у колективі [8].

Соціальні методи управління персоналом включають:

- соціальне регулювання (критика і самокритика; соціальне планування; звичаї й традиції; обмін досвідом);
- соціальне нормування (правила внутрішнього розпорядку; статuti громадських організацій; правила службової етики й етикету; кодекси честі; форми дисциплінарного впливу);
- моральне стимулювання (оголошення подяк, нагородження ордерами і медалями; присвоєння почесних звань; надання додаткових соціальних благ).

Психологічні методи управління персоналом відіграють важливу роль у роботі з персоналом, оскільки спрямовані на конкретну особистість працівника, як правило, строго персоніфіковані і індивідуальні. Головною їх особливістю є звернення до внутрішнього світу

людини, його особистості, інтелекту, образів і поведінки, для того щоб направити внутрішній потенціал людини на вирішення конкретних завдань організації [8].

Психологічні методи управління персоналом включають:

- гуманізація праці (дизайн робочого місця; використання психологічного впливу кольору, музики, освітлення; використання сучасних технічних засобів праці)
- комплектування трудових колективів (соціометричне тестування, за допомогою якого встановлюють симпатії в колективі, статус його членів, згуртованість колективу, психологічну сумлінність)
- психологічне спонукання, професійний відбір і навчання (формування у працівників мотивів до високопродуктивної праці; відбір людей, що володіють такими психологічними характеристиками, що найбільшою мірою відповідають виконуваній роботі) [9, с. 34-36].

В. М. Данюк має своє бачення методів управління персоналом та пропонує нову, більш доповнену, структуру у якій присутня також четверта група методів – «організаційні».

Назва цієї групи методів походить від слова «організація» в розумінні комплексу заходів, зміст яких полягає в координації дій окремих елементів системи. У нашому випадку системою є підприємство, а її елементами – структурні підрозділи та працівники. Завдяки використанню організаційних методів на підприємстві вибудовується, висловлюючись образно, своєрідний просторово-часовий каркас, у межах якого відбувається спільна діяльність працівників. Через застосування організаційних методів створюються рамкові умови діяльності персоналу, тому ці методи за логікою слугують своєрідною основою, базою, для застосування всіх інших методів.

Організаційні методи управління персоналом реалізуються здебільш у формі разових проектних рішень, заходів, регламентів, стандартів, положень, інструкцій тощо. Із плином часу організаційні методи переглядаються, уточнюються, доповнюються, але за своєю суттю вони залишаються пасивними, однак це не є їхнім недоліком, таке їхнє призначення – зберігати стабільність організаційної основи виробництва.

В практиці господарювання найбільш поширеними є такі організаційні методи управління персоналом:

- спеціалізація цехів, дільниць, бригад, функціональних підрозділів, робочих місць (поділ праці);
- встановлення виробничих та інформаційних зв'язків між підрозділами та робочими місцями (кооперування праці);
- організація маршрутів руху транспортних засобів і потоків людей;
- встановлення пропускового режиму;
- розроблення графіків змінності роботи цехів, дільниць і бригад;
- встановлення правил внутрішнього трудового розпорядку;
- визначення функцій, завдань, обов'язків, прав і відповідальності підрозділів та працівників;
- організація робочих місць;
- встановлення регламентів обслуговування робочих місць;
- організація захисту здоров'я працівників;
- організація забезпечення робочих місць виробничими ресурсами;
- регулювання надання відпусток працівникам;
- регламентація контрольних процедур із перевірки якості продукції та послуг;
- встановлення порядку звітності підрозділів про виконання виробничих завдань;
- організація контролю за дотриманням технологічної, виконавської та трудової дисципліни. Важливою умовою ефективності організаційних методів управління персоналом є системність їх застосування, тобто однаково відповідальне ставлення до створення і використання кожного методу без винятку [10, с. 410-412].

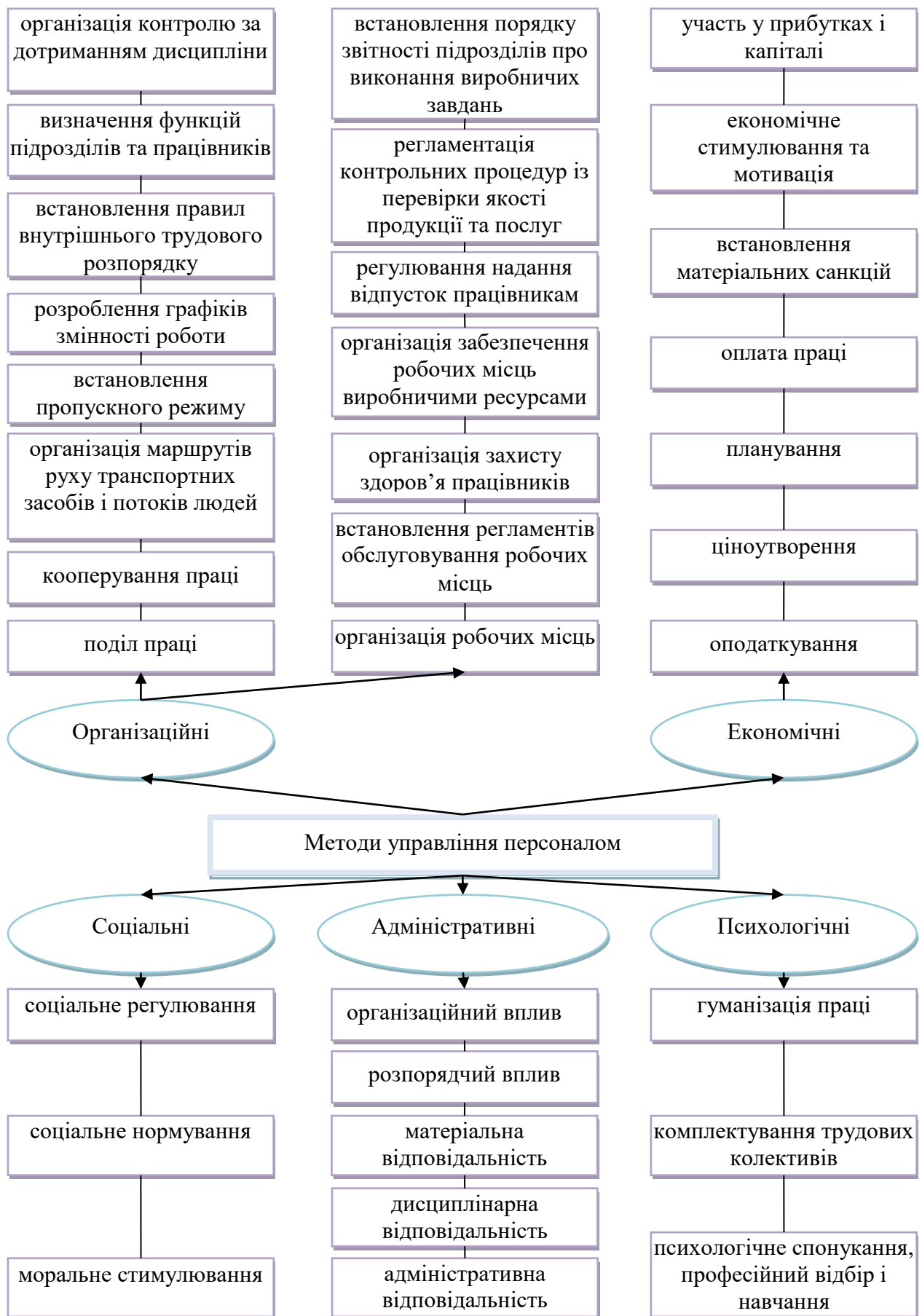


Рисунок 1 – Методи управління персоналом
 Розроблено автором на основі джерел 6, 7, 8, 9, 10

Принципи управління персоналом – правила, основні положення і норми, яким мають слідувати керівники і спеціалісти в процесі управління персоналом. Пізнаючи принципи, люди відкривають закономірності. Принципи управління персоналом відображають вимоги об’єктивно діючих економічних законів і закономірностей, тому і самі є об’єктивними [11]. Основні принципи та їх зміст наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Принципи управління персоналом [12]

Назва принципу	Зміст принципу
Принцип зумовленості функцій управління персоналом цілями розвитку організації	Функції управління персоналом формуються і змінюються не довільно, а відповідно до потреб і цілей розвитку організації
Принцип первинності функцій управління персоналом	Структура кадрової служби, кількість фахівців з управління персоналом і вимоги до них залежать від кількості, змісту і складності функцій управління персоналом
Принцип спадковості	Тимчасове вибуття окремих працівників не повинно припиняти процесу здійснення функцій керівництва. Для цього кожен менеджер і фахівець повинні бути в змозі виконати функції своїх підлеглих, безпосереднього керівника і одного-двох колег
Принцип прогресивності	Технології управління персоналом повинні відповідати провідним вітчизняним і зарубіжним стандартам
Принцип перспективності	При формуванні системи управління необхідно враховувати перспективи розвитку організації
Принцип системності	При прийнятті кадрових рішень потрібно брати до уваги всі фактори, які впливають на організацію (зв'язки із діловими партнерами, проблеми в інших сферах діяльності підприємства)
Принцип оперативності	Своєчасне прийняття рішень щодо управління персоналом, які попереджають чи оперативно усувають відхилення
Принцип оптимальності	Багатоваріантна проробка варіантів кадрових рішень і обґрунтований вибір найбільш раціонального рішення
Принцип науковості	Заходи і рішення щодо управління персоналом повинні ґрунтуватися на досягненнях науки в галузі управління
Принцип багатоаспектності	Управління персоналом по вертикалі і горизонталі може здійснюватися за різними каналами: економічним, адміністративно-господарським, правовим
Принцип прозорості	Кадрові рішення повинні прийматися на основі відомих для всіх принципів і стандартів, правил, регламентів
Принцип комфортності	Система управління персоналом повинна забезпечувати сприятливі умови для обґрунтування, розробки і реалізації кадрових рішень

Управління персоналом повинно повністю узгоджуватись із концепцією розвитку організації і передбачає такі стадії управління персоналом: формування, використання та стабілізацію. Формування персоналу охоплює прогнозування структури персоналу, визначення потреб в кадрах, планування, залучення та розміщення персоналу. Використання

персоналу включає професійно-кваліфікаційне та посадове просування працівників, поліпшення морально - психологічного клімату, забезпечення робочих місць. Стабілізація персоналу забезпечується врахуванням кваліфікації та персональних навичок з формування банку даних, оцінюванням результатів праці для виявлення потенціалу кожного працівника, навчанням, підвищенням кваліфікації [13, с. 63].

Формування персоналу. Прогнозування це початкова стадія планування персоналу, яка базується на даних кількості існуючих працівників на підприємстві та запланованих робочих місцях на наступний період, для досягнення поставлених цілей організації та заміщення вакантних посад.

Відповідно до законодавства підприємство самостійно визначає загальну чисельність працівників, їхній професійний і кваліфікаційний і склад, затверджує штатний розклад, тобто формує трудовий колектив, здатний у ринкових умовах досягати високих кінцевих результатів. Усі планово-економічні розрахунки по чисельності і складу кадрів проводяться в середньорічних показниках. Планування чисельності працівників підприємств пов'язано з показником використання робочого часу упродовж року, вимірюваним у людино-годинах і людино-днях.

Методи планування чисельності працюючих пов'язані з безпосереднім використанням показників обсягу продукції і продуктивності праці. Планова чисельність працюючих може бути встановлена: - прямим розрахунком як відношення планового обсягу продукції до планової величини продуктивності праці; - індексним методом. Спочатку встановлюється індекс планової зміни (зростання чи зменшення) чисельності працюючих, що обчислюється як відношення темпу зростання планового обсягу продукції до темпу планового зростання продуктивності праці. З урахуванням цього індексу і базисної чисельності визначається кількість працюючих; - шляхом розрахунку в плані можливого зростання продуктивності праці під впливом різних факторів.

На практиці застосовуються такі основні методи визначення необхідної кількості робітників: основі трудомісткості виробничої програми; за нормами виробітку за одиницю часу, за нормами обслуговування і нормативами чисельності та ін. [14, с. 89].

Процес залучення персоналу включає в себе

- аналіз змісту роботи стосовно обраної вакантної посади;
- визначення вимог до кандидатів на вакантну посаду;
- прийняття рішення керівництвом щодо мотивації та перспективи кар'єрного зростання;
- вибір джерел залучення персоналу → здійснення практичних дій щодо залучення персоналу.

Розміщення працівників полягає у раціональному розподілі складу персоналу по структурних підрозділах організації. При цьому слід дотримуватися таких принципів: відповідність, перспективність і змінність. Принцип відповідності означає відповідність моральних та ділових якостей претендентів вимогам посади. При застосуванні принципу перспективності слід враховувати декілька умов, а саме: встановлення вікового цензу для різних категорій посад, визначення терміну періоду роботи на одній посаді, на одному місці та на одній ділянці, можливість зміни професії або спеціальності, організація систематичного підвищення кваліфікації, стан здоров'я.

Використання персоналу – комплекс заходів, спрямованих на забезпечення умов для найбільш ефективної реалізації творчого та фізичного трудового потенціалу працівників.

Використання персоналу повинно відповідати цілям організації, не принижувати інтереси особистості і забезпечувати суворе дотримання законодавства про працю в процесі цієї роботи.

Основні принципи раціонального використання персоналу вимагають:

- забезпечення раціональної зайнятості працівників;

- забезпечення стабільного та рівномірного завантаження працівників протягом робочого періоду (дня, тижня, місяця, року);
- забезпечення відповідності трудового потенціалу працівника, його кваліфікації, психофізіологічних даних вимогам робочих місць, виробництва у цілому;
- періодичного переходу працівника з одного робочого місця на інше;
- забезпечення максимальної можливості виконання на робочому місці різноманітних операцій, здійснення яких включало би роботу різних груп м'язів і забезпечувало б чередування навантажень на різні частини тіла та органи почуттів людини [15].

У системі управління персоналом особливу роль відіграє набір, підготовка і перепідготовка кадрів. Набір необхідних підприємству категорій працівників здійснюється за рахунок зовнішніх і внутрішніх джерел.

Зовнішніми джерелами набору персоналу підприємства є: о регіональні біржі праці; о кадрові агенції і бюро з працевлаштування; о угоди з навчальними закладами різних рівнів щодо підготовки необхідних підприємству фахівців; о залучення працівників через оголошення у пресі, на телебаченні і радіо.

Відбір кадрів підприємством здійснюється у кілька етапів, наприклад, попередній відбір, анкетування, тестування, особиста співбесіда, перевірка інформації про кваліфікацію, рішення про прийняття на роботу, рішення про розмір оплати праці та інші види мотивації.

Зовнішні джерела відбору персоналу не завжди є ефективними, оскільки на підприємство приходять люди, не обізнані щодо питань специфіки виробництва. Це призводить до додаткових витрат часу, зусиль, коштів для «доведення» працівника до необхідного рівня кваліфікації. У такому випадку доцільно використовувати внутрішні джерела набору персоналу, основними з яких є:

- просування по службі своїх працівників, які мають достатній досвід роботи;
- перепідготовка своїх працівників;
- підготовка працівників робітничих спеціальностей через систему внутрішньозаводського навчання, стажування;
- інформування колективу працівників щодо наявних на підприємстві вакансій, вимог до претендентів на них та ін.

Підприємство самостійно визначає свою кадрову політику, в тому числі процедуру відбору кадрів за рахунок різних джерел [5, с. 139-140].

До основних інструментів управління персоналом відносять процес мотивації, аутсорсингу, систему корпоративної культури. Кожен з цих засобів управління кадрами займає своє місце у загальній системі управління та ефективно впливають на неї [16].

На думку автора до інструментів управління персоналом слід віднести ще одну важливу категорію – коучинг, адже ця складова є досить впливовою на персонал (як приклад компанія «Google»), яка допомагає вирішити питання працівника на робочому місці, та спрямувати його дії на підвищення професіоналізму та підвищення продуктивності праці.

Мотивація персоналу є основою і кінцевою мірою успіху як організації в цілому, так і системи якості. Щоб досягти успіху, мотивація персоналу повинна застосовуватися на всіх рівнях управління організацією і впливати на всі види організаційних одиниць: кожного співробітника, локальні колективи окремих підрозділів і колектив всієї організації [17].

Корпоративна культура – це система колективно поділених цінностей, переконань, традицій і норм поведінки працівників. Вона виражається в символічних засобах духовного й матеріального оточення людей, що працюють у даній організації [16].

Коучинг (від англ. «coach» - надихати, тренувати, наставляти) – це метод, який поєднує принципи консультування та тренінгу, але не в класичному вигляді. Відмінність у тому, що в коучингу основне місце належить не повчанням, а мотивуванню клієнта до змін [18].

Аутсорсинг – купівля не праці певного спеціаліста, а послуги, що необхідна компанії в конкретний період часу. Аутсорсинг включає в себе: аутстафінг, лізинг персоналу та

temporary staffing (тимчасовий найм).

Аутстафінг (виведення персоналу за штат) – аутсорсингова компанія приймає у свій штат вже працюючого в клієнтській компанії спеціаліста. При цьому відповідальність несуть обидві сторони, а формальну роботу (оформлення трудової книжки, відрахування податків і т.д.) бере на себе аутсорсингова компанія.

Лізинг персоналу – оренда персоналу на довгостроковій основі. Компанія-наймач оплачує тільки послуги агентства-лізингодавця, не пов'язуючи себе зі співробітником юридичними відносинами. Спеціаліст знаходяться в штаті компанії-лізингодавця.

Temporary staffing – набір персоналу на короткостроковий період (зазвичай до 3-х місяців). Рекрутингове агентство підбирає спеціалістів і відповідає за них. Найчастіше дана послуга затребувана при проведенні маркетингових заходів або виконання невеликих проектів [19].

Схематичне зображення зазначених вище інструментів управління персоналом наведено на рисунку 2.

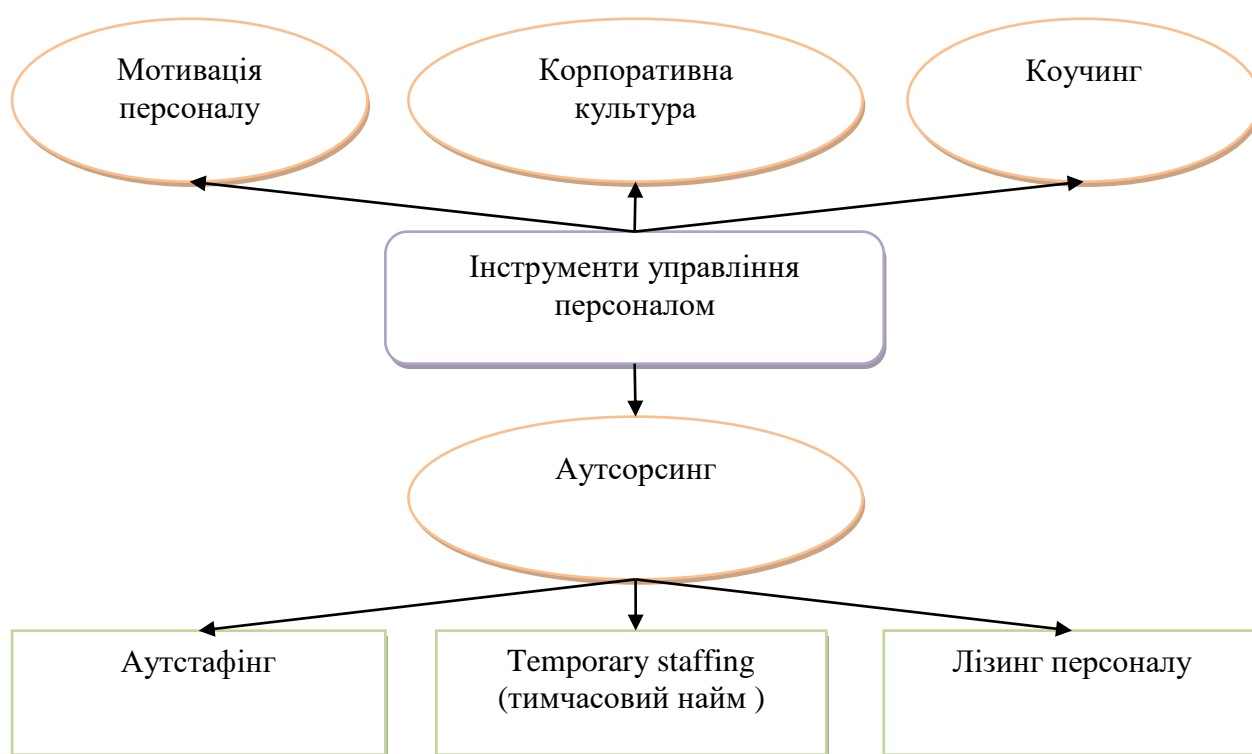


Рисунок 2 – Інструменти управління персоналом

Розроблено автором на основі джерел 17, 18, 19

Висновки та наукова новизна. Проаналізовано систему управління персоналом, доповнено традиційно прийнятну структуру методів управління персоналом, створено її схематичне зображення, проаналізовано існуючі інструменти управління персоналом та наведено нові інструменти, які є авторською розробкою, наведено стадії та принципи управління персоналом.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом: Підручник. / Сардак О.В. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
2. Болтак О.Л. Шляхи вдосконалення системи управління підприємством [Електронний ресурс] / О.Л. Болтак // Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна». –

Режим доступу : <http://nauka.zinet.info/9/boltak.php>

3. Загальне поняття управління та його види [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vuzlib.su/beta3/html/1/10954/10959/>.

4. Персонал підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/10810806/ekonomika/personal_pidpriyemstva_produktyvnist_oplata_pratsi/

5. Бойчик І.М. Економіка підприємства. Підручник / І.М. Бойчик. – Кондор - Видавництво, 2016. – 378 с

6. Економічні методи управління персоналом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elearn.univector.net/ariu/mod/resource/view.php?id=2792>

7. Економічні методи управління персоналом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://referat-ok.com.ua/menedzhment-organizacii/upravlinnya-personalom-sut-zavdannya-i-metodi-medicina>

8. Соціально-психологічні методи управління персоналом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://stud.com.ua/26174/menedzhment/metodi_upravlinnya_personalom

9. Осіпова А.Ю. Механізм забезпечення ефективного управління персоналом підприємства : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Анастасія Юрїївна Осіпова; [наук. керівник В.М. Нижник] ; ДВНЗ «Хмельницьк. нац. ун-т». – Хмельницький, – 2015. – 246 с.

10. Управління персоналом: підручник / [В.М. Данюк, А.М. Колот, Г.С. Суков та ін.] за заг. та наук. ред. к.е.н., проф. В.М. Данюка. – К.: КНЕУ Краматорськ : НКМЗ, 2013. – 666 с.

11. Принципи управління персоналом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studopedia.ru/20_80550_printsipi-upravlinnya-personalom.html

12. Принципи управління персоналом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.managerhelp.org/hoks-1281-1.html>

13. Городецька Л.О. Економіка праці та соціально-трудова відносина. Навч. посібник / Л.О. Городецька – К.: Видавництво Національного авіаційного університету «НАУ – друк». 2010. – 400 с.

14. Єсінова Н.І. Економіка праці та соціально-трудова відносина. Навч.-метод. посібник / Н.І. Єсінова – Х.: ХДУХТ, 2017. – 189 с.

15. Розміщення та використання персоналом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://studopedia.com.ua/1_127388_vikoristannya-personalu-v-organizatsii.html.

16. Інструменти управління персоналом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dimitry15dd.blogspot.com/2016/11/blog-post_72.html

17. Устіловська А.С. Мотивація персоналу, як один з основних інструментів успішного управління персоналом / А.С. Устіловська // Молодий вчений – 2017. – № 4.4 (44.4).

18. Коучинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://myplanet.com.ua/?p=18373>

19. Самолюк Н.М. Аутсорсинг персоналу – новітній інструмент оптимізації витрат підприємств / Н.М. Самолюк, Г.М. Юрчик // Соціально-трудова відносина: теорія та практика. – 2014. – № 2. С. 117-123.

20. В.А. Рульєв Управління персоналом: Навч. посіб. / В.А. Рульєв, С.О. Гуткевич, Т.Л. Мостенська – К.: Кондор, 2012. -324 с.

21. Розметова О.Г. Інноваційні методи управління персоналом як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності / О.Г. Розметова // Ефективна економіка – 2013 – №3.

22. Голубка О.Я. Аналіз методів управління персоналом / О.Я. Голубка, Ю.О. Дідович, Я.Ф. Копусяк // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – №5(1).

23. Колот А. М. Мотивація персоналу: підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. – К.: КНЕУ, 2012. – 397 с.

24. Соціальні методи управління персоналом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/books-text-5527.html>.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Вступ. Ефективність функціонування національного господарства України в умовах наростання глобалізаційних впливів великою мірою залежить від стану та спроможності до ведення конкурентної боротьби українських підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Разом з тим, слід зазначити, що у теперішній час постають питання не тільки пов'язані із забезпеченням конкурентоспроможності підприємств, а й проблеми щодо збереження їх конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі. Саме тому однією з найважливіших задач підприємства у сучасних економічних реаліях є досягнення конкурентоспроможності на ринку. Вона тісно пов'язана із забезпеченням ефективності виробництва, оновленням техніко-технологічної бази підприємств і покращенням якості продукції. Загострення конкурентної боротьби на ринках поміж виробниками аналогічної продукції змушує їх шукати нові засоби впливу на рішення покупців.

У загальному розумінні конкурентоспроможність на макрорівні відображає ступінь, за якого держава за справедливих умов вільного ринку виробляє товари та послуги, що задовольняють світовим вимогам та при цьому збільшує доходи своїх громадян. При зміщенні акцентів на мікрорівень (окреме підприємство) сутність конкурентоспроможності дещо змінює свій зміст. На рівні окремого підприємства конкурентоспроможність визначає сукупність властивостей, які вирізняють задане підприємство з-поміж інших суб'єктів господарювання більш високим ступенем задоволення потреб споживачів своєю продукцією (послугами, роботами), ефективністю діяльності, наявністю можливостей та динамікою адаптації до умов ринкової кон'юнктури, здатністю до розвитку на основі розробки та реалізації конкурентних стратегій.

Результати дослідження. Як відмічається у дослідженнях деяких науковців, зокрема у [5], проблема конкурентоспроможності підприємств посідає провідне місце у теорії управління, оскільки її вирішення забезпечує успішне функціонування підприємств і є основою забезпечення конкурентної здатності держави. Утім, на нашу думку, тимчасово отримана конкурентоспроможність та дії щодо її збереження є основою довгострокової конкурентостійкості підприємства. Отже, можна стверджувати, що певною мірою на конкурентостійкість підприємства впливають ті ж самі фактори, що й на його конкурентоспроможність (рис. 1).

Процес забезпечення конкурентоспроможності підприємства будується з урахуванням наступних аспектів:

- виробничий – номенклатура й асортимент продукції, характер технологій, масштаби виробництва, забезпеченість основними видами ресурсів, якість ресурсів, гнучкість виробництва;
- маркетинговий – дослідження та прогнозування ринку, система просування та збуту товарів, ціноутворення, рекламна діяльність, обслуговування споживача;
- фінансовий – ступінь ліквідності, активність, доходність і платоспроможність підприємства, залежність від зовнішніх джерел фінансування, інвестування наявних коштів, загальний фінансовий стан підприємства;
- інноваційний – здійснення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт власними силами, використання запозичених результатів науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, ступінь оновлюваності продукції та технологій, ступінь використання інформаційних технологій;
- кадровий – кількісний та якісний склад персоналу, тип лідера, характер організаційних цінностей, комунікації та процедури;
- управлінський – тип організаційної структури управління, її гнучкість та раціональність, стилі та методи управління, адаптаційні можливості.



Рисунок 1 – Фактори економічного розвитку у забезпеченні довгострокової конкурентоспроможності підприємства

Основними умовами забезпечення конкурентоспроможності є:

- застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту;
- забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління;
- застосування сучасних методів дослідження й розробок (програмно-цільове планування, теорія прийняття рішень тощо);
- розгляд взаємозв'язків функцій управління будь-яким процесом на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта;
- формування системи заходів із забезпечення конкурентоспроможності різних об'єктів.

Факторами конкурентоспроможності є ті чи інші причини (суттєві обставини), що частково впливають на рівень та характер конкурентоспроможності підприємства, або ж повністю визначають його. Узагальнено вони розподіляються на внутрішні та зовнішні.

Фактори конкурентоспроможності організації поділяються на зовнішні, прояв яких в малій мірі залежить від організації, і внутрішні, майже цілком визначаються керівництвом організації [1].

Зовнішні фактори:

- державна політика щодо експорту та імпорту;
- рівень економічного розвитку країни;
- державна економічна політика в країнах-експортерах і імпортерах товарів;
- ефективність функціонування ринків капіталу та якість фінансових послуг;

- рівень розвитку інфраструктури в країні;
- розвиток науково-технологічного потенціалу;
- наявність і рівень кваліфікації трудових ресурсів;
- амортизаційна податкова та фінансово-кредитна політика, включаючи різні державні та міждержавні дотації і субсидії;
- митна політика і пов'язані з нею імпорتنі мита, квоти;
- система державного страхування;
- участь у міжнародному поділі праці, розробці фінансування національних програм по забезпеченню конкурентоспроможності підприємства;
- державна система стандартизації і сертифікації продукції і систем її створення;
- державний нагляд і контроль за дотриманням: обов'язкових вимог стандартів, правил обов'язкової сертифікації продукції і систем, метрологічний контроль;
- правовий захист інтересів споживача;
- основні характеристики ринку: його тип та ємність; наявність і можливості конкурентів;
- діяльність громадських та недержавних інститутів.

Внутрішні фактори:

- виробнича і організаційна структура підприємства;
- технології;
- облік і регулювання виробничих процесів;
- рівень кваліфікації персоналу;
- якість менеджменту;
- інформаційна та нормативно-методична база управління;
- обладнання;
- функціонування системи менеджменту якості;
- рівень стратегічного управління;
- масштаби застосування аутсорсингу;
- розвиненість збутової (дилерської) мережі;
- ступінь захищеності конфіденційної інформації (безпека системи інформаційного забезпечення);
- масштаби застосування сучасних інформаційних технологій;
- використання мережі Інтернет для продажу продукції;
- орієнтація на економіку, засновану на використанні знань (економіка знань);
- регулярність залучення інвестицій у розвиток виробництва;
- розміри сформованої постійної і лояльної клієнтської бази;
- масштаби використання досягнень НТП;
- репутація (гудвіл) підприємства;
- мотивація персоналу на підвищення якості товару;
- найбільш суттєві стратегічні конкурентні переваги;
- ефективна конкурентна стратегія;
- своєчасність проведення реструктуризації (злиття, поглинання, поділ);
- вартість підприємства (бізнесу), що відображає його інвестиційну привабливість.

Можливості безпосереднього впливу підприємства на фактори зовнішнього середовища досить обмежені, оскільки вони переважно діють об'єктивно по відношенню до підприємства. Реальні можливості забезпечення конкурентоспроможності підприємства перебувають у сфері факторів внутрішнього середовища. Однак впливати на ці чинники можна з різним ступенем ефективності. Так, як правило, значних капіталовкладень і тривалого терміну окупності вимагають інноваційні зміни техніко-технологічних умов роботи. Однак слід зазначити, що при існуючому в світі високому рівні розвитку науково-технічного прогресу виробничий потенціал підприємств, який становить значну частину економічного потенціалу, практично визначається використовуваними у виробництві сучасними технологіями.

В умовах реформування глобальних високо конкурентних ринків перед українськими

підприємствами дедалі гостріше постає проблема пошуку дієвого способу підвищення власної конкурентоспроможності. Під впливом зростаючої внутрішньої та зовнішньої конкуренції саме інноваційно-інвестиційний процес підприємств набуває принципового значення у забезпеченні підвищення ефективності їх господарювання й утримання конкурентних позицій на ринках. При цьому слід зазначити, що інноваційно-інвестиційна діяльність є головним чинником розвитку будь-якої економічної системи. За умови реалізації масштабних інноваційних проектів реальний ефект далеко виходить за межі інтересів безпосередніх учасників інвестиційної діяльності. У результаті інвестування в макроекономіці відбуваються глобальні чи локальні зміни: створюються нові підприємства, об'єкти інфраструктури, шляхи; скорочується безробіття, зростає рівень життя населення [2]. Відповідно, інноваційно-інвестиційна діяльність є фактором економічного зростання та розвитку через її позитивний вплив на модернізацію економіки, підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств на основі техніко-технічного оновлення виробництва.

Разом з тим активізація інноваційно-інвестиційного процесу, з одного боку, спрямована на забезпечення підприємств стимуляторами розвитку у вигляді передових досягнень науково-технічного прогресу, що дозволяє отримувати перевагу у конкурентній боротьбі, а з іншого – на стимулювання залучення інвестицій та розвиток інвестиційного ринку, що дозволяє вирішувати проблеми модернізації техніко-технологічної бази виробництва та підвищення рентабельності виробничих процесів.

В умовах забезпечення сталої конкурентоспроможності українських підприємств на глобальних конкурентних ринках, на нашу думку, першочерговим є інноваційно-інвестиційний процес. Це пов'язано з тим, що інноваційно-інвестиційний процес є процесом розробки, створення та впровадження інноваційного продукту за допомогою залучення інвестиційних коштів. При цьому слід зазначити, що саме інновації розглядаються як один із факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства, забезпечуючи швидкість виведення якісно оновленого продукту на конкурентні ринки з оптимально-мінімальними витратами інвестиційних ресурсів (рис. 2).

Таким чином, інноваційний та інвестиційний процеси, основою яких є інновації та інвестиції відповідно, щільно взаємопов'язані та утворюють комплексний інноваційно-інвестиційний процес [3].

Він виступає запорукою випуску конкурентоспроможної продукції та, як наслідок, забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств на глобальних конкурентних ринках, оскільки інноваційно-інвестиційний процес спрямований на скорочення часу виходу продукції на ринок і витрат на виробництво та просування продукції, а також підвищення її якості.

В умовах розвитку постіндустріального суспільства, як зазначають деякі науковці, дослідження напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємств зміщується у бік визначення природи інтелектуального капіталу, як фактору формування сталих конкурентних переваг і конкурентоспроможності підприємства у тривалій перспективі.

Питання існування інтелектуального капіталу вперше було поставлено П. Друкером у роботі «Концепція корпорацій» (1946), яка була присвячена загальним питанням менеджменту. Більш детальне розв'язання проблематики інтелектуального капіталу започатковано у праці Дж. Гелбрейта «Нове індустріальне суспільство» (1969). Автор займався вивченням інтелектуального капіталу в контексті парадигми нового індустріального виробництва, зростання ролі наукоємних виробництв у сучасній йому економіці. На думку автора, інтелектуальний капітал виходив за рамки «чистого інтелекту» людини та включав у себе цілеспрямовану інтелектуальну діяльність. Так, для опису знань вперше було використано поняття капіталу, т.б. цінності, що допомагає створити інші цінності [5]. З часом тлумачення цього поняття трансформувалося, взявши початок з теорії менеджменту та людського капіталу. Нині найбільш широко використовується визначення інтелектуального капіталу як тих нематеріальних активів компанії, які, не відбиваючись в її фінансовій звітності, можуть бути кодифіковані, оцінені та використані компанією [1].

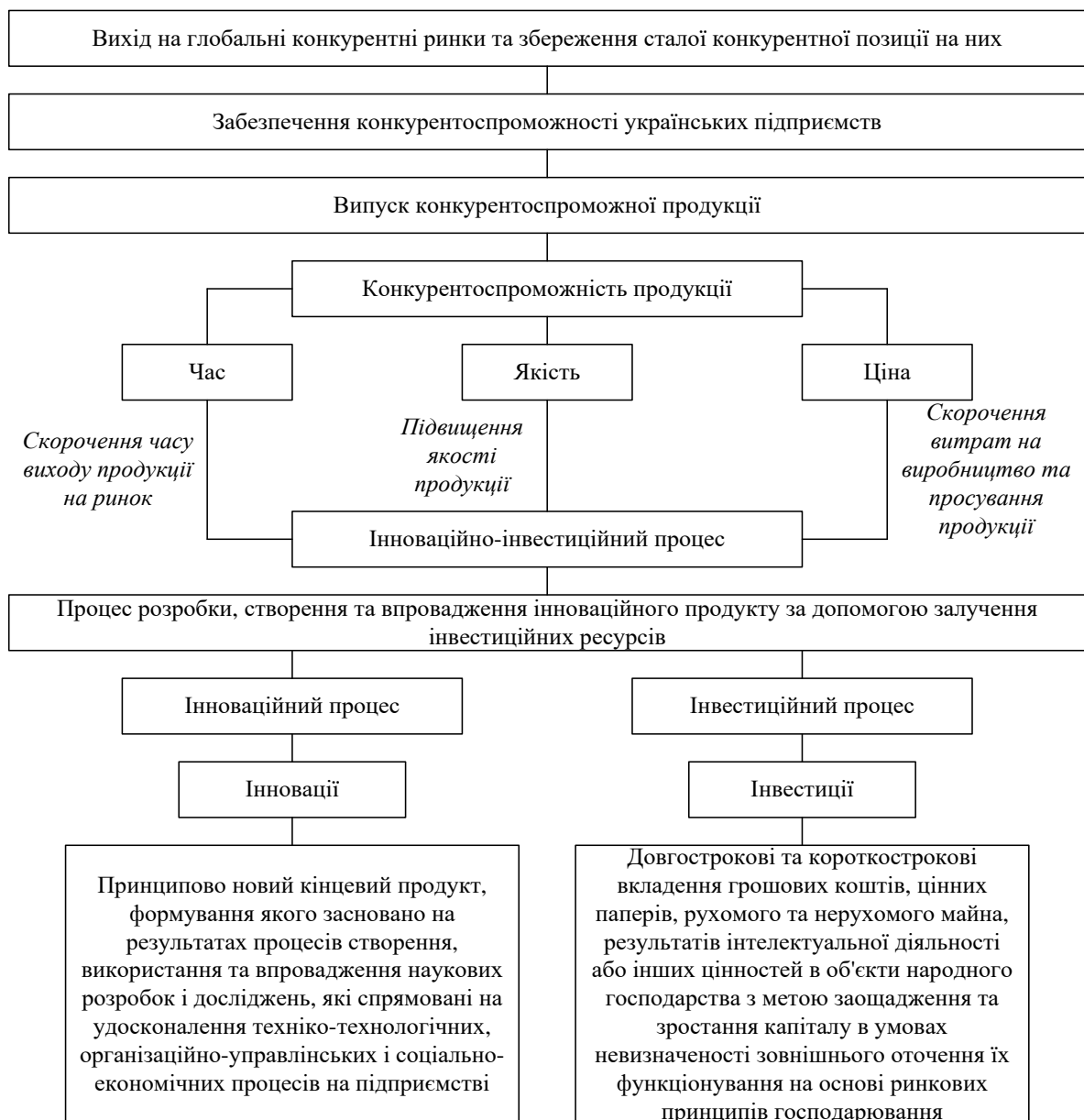


Рисунок 2 – Принципова схема інноваційно-інвестиційного підходу до забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств на глобальних конкурентних ринках

Аналіз еволюції підходів до визначення сутності інтелектуального капіталу дозволив виокремити такі підходи до його вивчення:

- структурний – вивчення інтелектуального капіталу через розкриття його структури;
- функціонально-структурний – вивчення інтелектуального капіталу через аналіз його призначення та дослідження специфічної ролі, яку він відіграє у процесі суспільного відтворення;
- термінологічний – вивчення інтелектуального капіталу через загальноприйняте розуміння сутності категорії «капітал» як певного вкладення (цінності, ресурсу), наслідком застосування якого є отримання доходу [4].

Таким чином, поєднуючи в собі знання, навички, досвід і кваліфікацію персоналу, а також творчі та пошукові здібності, що мають беззаперечну економічну цінність, інтелектуальний капітал стає першочерговим фактором забезпечення конкурентних переваг в умовах постіндустріального інформаційного суспільства на шляху переходу до економіки, що базується на знаннях (рис. 3).

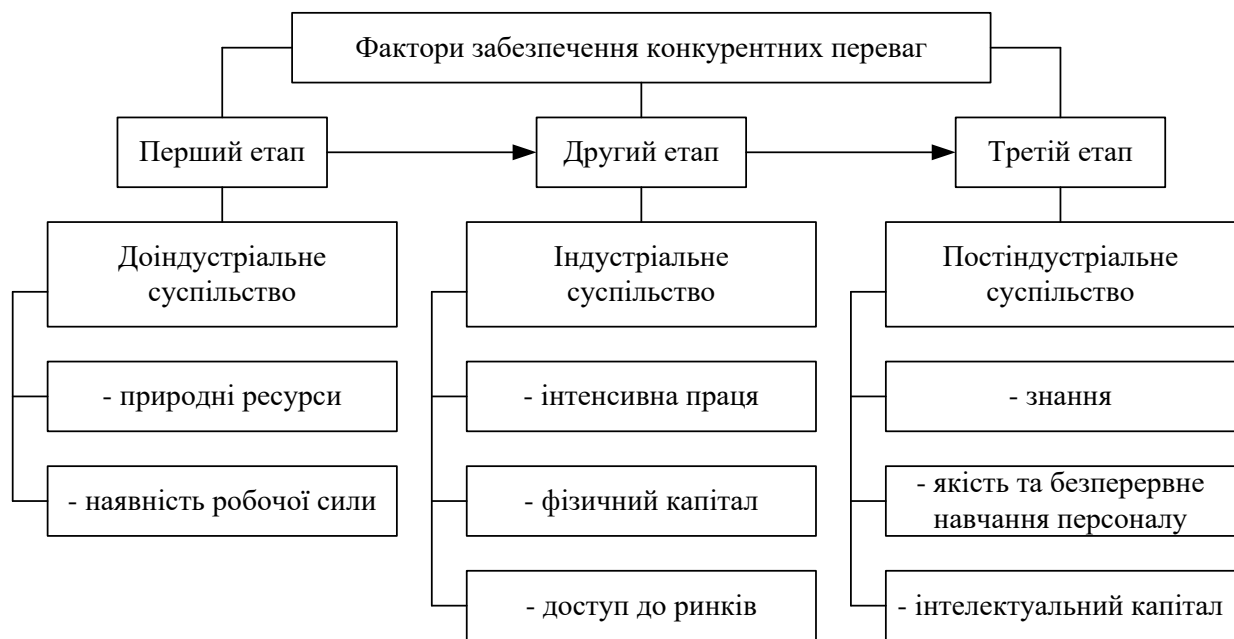


Рисунок 3 – Еволюція конкурентних переваг [2; 4]

Визнання інтелектуального капіталу першочерговим фактором забезпечення конкурентних переваг підприємства пов'язано з найбільшою його цінністю – персоналом підприємства, який має характеризуватися високим професійно-кваліфікаційним рівнем, творчим та інноваційним підходом до виконання посадових обов'язків, здатністю пристосування до організаційно-технологічних змін, вмінням якомога повно використовувати можливості сучасних інформаційних та комунікаційних технологій, прагненням до самовдосконалення тощо.

Успішна реалізація ключових напрямків формування сталих конкурентних переваг прямо залежить від усіх складових інтелектуального капіталу – людського капіталу, структурного капіталу, споживчого капіталу – та факторів впливу на його складові (рис. 4).

Власне, зазначений підхід до ідентифікації інтелектуального капіталу через фактори впливу визначає його джерелом створення інтелектуального продукту, який у подальшому, залучаючись до технологічних або комерційних процесів, проявляється у вигляді виробничого чи маркетингового інтелектуального активу підприємства, що забезпечує отримання прибутку та конкурентоспроможність його продукції.

Інтелектуальний капітал і вміння його використовувати з високою віддачею визначають успішний розвиток підприємства, його сталу конкурентну позицію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку на основі забезпечення тривалої конкурентостійкості. При цьому інтелектуальний капітал являє собою не тільки матеріальні та нематеріальні ресурси, що використовуються у виробничому процесі підприємства. В першу чергу, до інтелектуального капіталу слід відносити особливі здібності персоналу підприємства, що засновані на знаннях, навичках, умінні та досвіді, а також забезпечують особливо цінну для підприємства інформацію, яка є основою вагомих конкурентних переваг на внутрішньому та зовнішньому ринках в умовах постіндустріального суспільства.

На нашу думку, великої уваги потребує дослідження логістичного забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Це пов'язано з тим, що, як зазначено у [1], логістика процесів розвитку підприємств та їхніх об'єднань є перспективним напрямком наукових досліджень проблем сучасної економіки. Логістичні підходи дають змогу системно підійти до формування цілей і завдань розвитку суб'єктів господарювання у процесі їхньої діяльності. З розвитком економічного мислення логістика із вузького терміну, що містив у собі складування, транспортування та доставку товарів споживачеві, перетворилася на всебічно охоплюючий, від забезпечення ресурсами до постачання готової продукції, всі напрямки функціонування господарюючого суб'єкта управлінський процес.



Рисунок 4 – Фактори впливу на інтелектуальний капітал

На сучасному етапі розвитку в умовах загострення конкурентної боротьби підприємства з метою забезпечення власної довгострокової конкурентоспроможності вимушені шукати нові можливості формування конкурентних переваг. При чому слід зазначити, що за традиційних методів управління виконання функцій постачання, виробництва та розподілу не є достатнім для формування довгострокових конкурентних переваг. Спрямовуючи свої результати на економію часу й оптимізацію витрат логістичне управління сьогодні розглядається як резерв підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок створення, збереження та розвитку конкурентних переваг.

В умовах ринкових відносин будь-яка господарська структура прагне підвищити свою конкурентоспроможність. Основою в досягненні цієї мети є виявлення й усунення всіх факторів, які ведуть до необґрунтованого збільшення виробничих, логістичних і маркетингових витрат. Саме тому акцент в управлінні підприємством зміщується у бік використання логістичного підходу, що дозволить оптимізувати й інтегрувати зовнішні та внутрішні матеріальні, а також супутні їм, потоки в єдину логістичну систему.

Логістику розглядають як сферу наукової діяльності, яка спрямована на створення системи виробничо-комерційних взаємовідносин на мікро-, мезо-, макрорівнях на принципах інтеграції та оптимізації матеріальних (матеріальні ресурси, напівфабрикати, готова продукція), інформаційних (паперова чи електронна документація), фінансових (фінансові ресурси), сервісних (послуги транспортних підприємств, експедиторських компаній, гуртових та роздрібних посередників тощо), інноваційних (наукових ідей, розробок), кадрових і інвестиційних потоків у коротко- та довгостроковому періодах з метою забезпечення максимізації прибутку, збільшення частки ринку та досягнення довгострокових конкурентних переваг [5].

Логістика є науково-практичним інструментом спільного господарювання багатьох економічно самостійних ринкових структур, що дозволяє досягти раціональної організації потокових процесів, які відбуваються в просторово-часовій послідовності, з метою виявлення та реалізації потенційних резервів управління й одержання додаткових доходів і

прибутку цими структурами переважно за рахунок суспільно-корисних, головним чином – виробничих, факторів і джерел [4].

Саме концепція логістики містить у собі значні резерви економії часу та оптимізації витрат на виконання логістичних операцій.

Аналіз досвіду провідних зарубіжних країн дозволив виявити високу ефективність логістики у забезпеченні стійких в довгостроковій перспективі конкурентних переваг. В умовах переходу від ринку виробника до ринку споживача, забезпечуючи високий рівень обслуговування кінцевих споживачів, логістика дозволяє підприємству отримувати переваги, що стосуються еластичності постачань щодо розмірів партій, еластичності щодо умов оплати постачань, еластичності щодо термінів і місця виконання замовлення.

При цьому до найбільш важливих логістичних складових у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства за рахунок формування, збереження та розвитку конкурентних переваг відносяться: елімінація часу логістичних операцій; підвищення якості надання послуг; зниження логістичних витрат (рис. 5).

Необхідність вирішення проблеми ефективного управління витратами підприємства є першочерговою, оскільки обумовлює можливості як для підвищення якості сервісного обслуговування споживачів його продукції, так і для підвищення ефективності фінансової діяльності.

Серед вимог, що зумовлюють необхідність вирішення поставленої проблеми, на нашу думку, особливу увагу слід приділити змінам умов конкуренції при переході від ринку виробника до ринку споживача та підвищення вимог до якості кінцевої продукції за умовно-постійної її ціни. Перш за все, вирішення проблеми оптимізації витрат підприємства досягається за рахунок раціоналізації ресурсного забезпечення, а саме: пошуку резервів зниження витрат на заготівлю, складування, розвантаження, навантаження та відправлення продукції. Разом з тим вирішення проблеми оптимізації витрат підприємства оперує й до скорочення витрат на транспортно-складські операції. Комплексне вирішення означених проблем сприяє суттєвому зміцненню конкурентної позиції підприємства на ринку, а отже й його конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі.

З точки зору забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємства за рахунок формування, збереження і розвитку конкурентних переваг з використанням логістики спрямовано на виробництво конкурентоспроможної продукції обумовлено дією наступних факторів:

- зниження ціни одиниці продукції за рахунок нижчих витрат;
- використання реальної та повної інформації про витрати підприємства;
- застосування об'єктивних даних щодо розміру витрат для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Таким чином стає все більш очевидним те, що конкурентна перевага виходить із здатності до комбінування мережі пов'язаних організацій, яка в наш час отримала назву «логістичного ланцюга поставок». Це фундаментальне зрушення від традиційного погляду на бізнес з точки зору окремого підприємства. До того ж у сучасних економічних умовах ринки стають все більш мінливими і, отже, менш передбачуваними. Таким чином потреба в адаптивному реагуванні зростає.

Розгляд потенціалу логістики та її складників обумовлено потребою розробки механізму оцінки можливості застосування сучасних економічних підходів в практичній діяльності підприємства. Оцінка її потенціалу дасть змогу виявити приховані резерви в розвитку підприємства, а отже – збільшити віддачу від більш обґрунтованого застосування сучасних економічних інструментів, підвищити ефективність логістичних процесів та отримати такий економічний ефект, як скорочення витрат і часу у сферах виробництва та обігу. А, отже, логістика є дієвим інструментом забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємств за рахунок формування, збереження і розвитку конкурентних переваг.

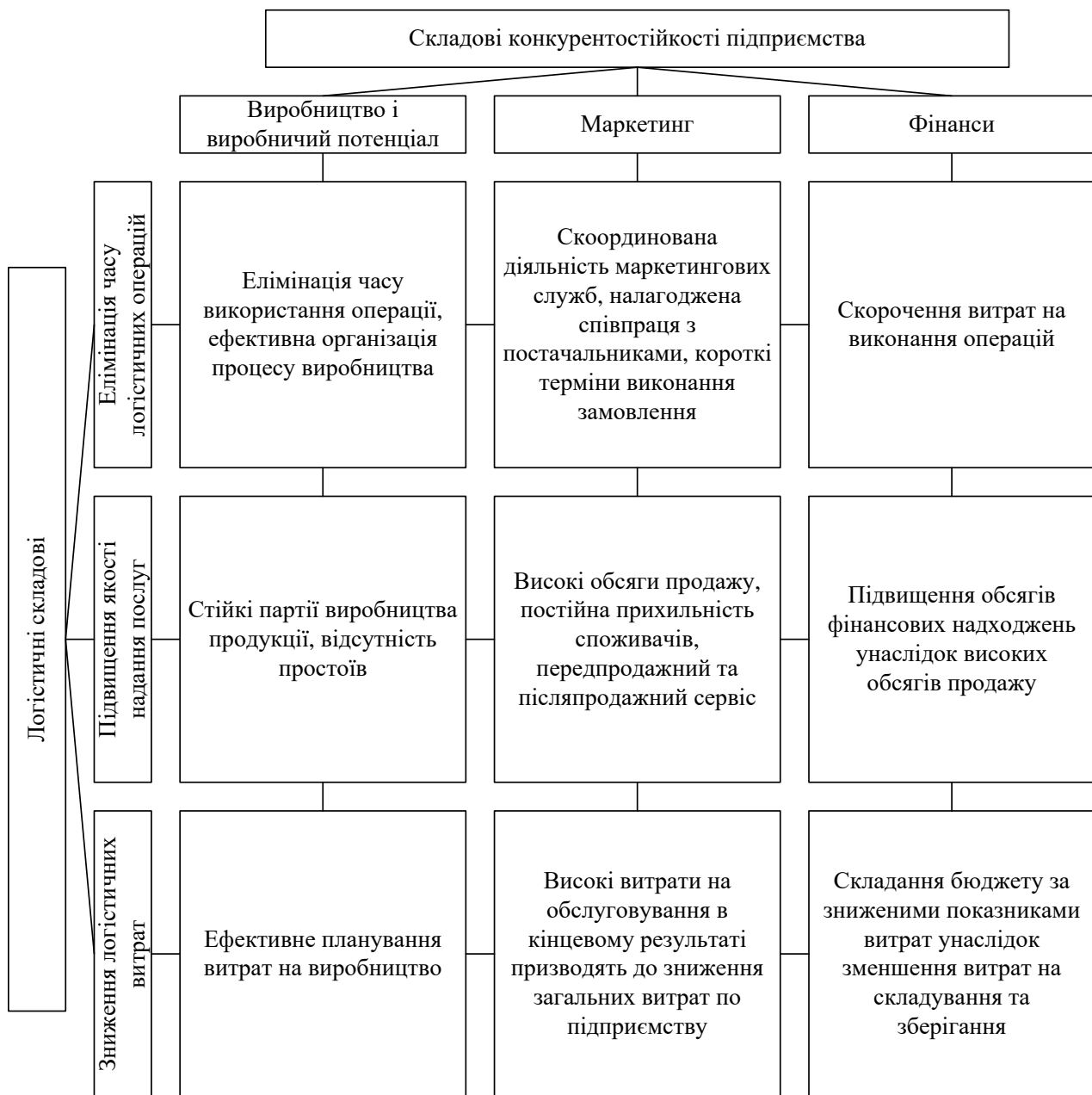


Рисунок 5 – Логістичні складові у забезпеченні довгострокової конкурентоспроможності підприємства

Вихід українських підприємств на глобальні конкурентні ринки, а також завоювання та збереження сталої конкурентної позиції на них можливе лише за умови забезпечення їх конкурентоспроможності, яка ґрунтується на випуску конкурентоспроможної продукції. У свою чергу, конкурентоспроможність продукції досягається за рахунок мінімізації часу виходу товару на ринок і витрат, пов'язаних з виробництвом і реалізацією продукції, за умови одночасного підвищення її якості. Тому, на нашу думку, саме інноваційно-інвестиційний процес – як процес розробки, створення та впровадження інноваційного продукту за допомогою залучення інвестиційних ресурсів – є запорукою забезпечення конкурентоспроможності продукції, а, отже, й конкурентоспроможності українських підприємств на глобальних ринках.

Висновки та наукова новизна. В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність підприємств виступає беззаперечним підґрунтям формування конкурентоспроможної економіки країни. В основу забезпечення конкурентоспроможності підприємства покладено ефективне використання його конкурентних переваг, що базуються

на випуску конкурентоспроможної продукції, освоєнні інноваційної техніки та технологій, застосуванні новітніх форм і методів управління діяльністю суб'єктів господарювання. Наявні конкурентні переваги фактично окреслюють реалізовані можливості підприємства. Резерви підвищення ефективності його діяльності та здатності до ведення конкурентної боротьби визначаються потенціалом підприємства, який під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, а також тенденцій функціонування ринку втілюються саме у конкурентних перевагах.

Список використаних джерел

1. Дикань, В.Л. Стратегічні пріоритети розвитку економіки України в умовах зміни центрів економічної та політичної влади / В.Л. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник науково-практичних статей. – 2013. – №41. – С. 11-16.
2. Зубенко, В.О. Зміна парадигми забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств України / В.О. Зубенко // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник науково-практичних статей. – 2012. – №40. – С. 160-162.
3. Дикань, В.Л. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту [Текст]: навч. посіб. для студ. економ. спец. ВНЗ / В.Л. Дикань, Ю.Т. Боровик, О.М. Полякова, Ю.М. Уткіна; Укр. держ. акад. залізнич. трансп. – Х.: УкрДАЗТ, 2013. – 387 с.
4. Уткіна, Ю.М. Методичні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» / Ю.М. Уткіна // Крымский экономический вестник: научный журнал. – 2015. – №1(14). – С. 102-106.
5. Панченко, С.В. Управління бізнесом [Текст]: підручник / С.В. Панченко, В.Л. Дикань, І.В. Воловельська, В.О. Маслова; За заг. ред. В.Л. Диканя. – Харків: УкрДУЗТ, 2016. – 312 с.

канд. техн. наук, доцент **Фесенко Т. Г.**
Одеський національний морський університет,
д-р техн. наук, професор **Шахов А. В.**
Одеський національний морський університет,
канд. филос. наук, доцент **Фесенко Г. Г.**

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

ГЕНДЕРНО-ОРІЄНТОВАНЕ УПРАВЛІННЯ БУДІВЕЛЬНИМИ ПРОЕКТАМИ: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

Вступ. На теперішній час гендерні компоненти стають все більш окресленими у здійснюваних практиках проектного менеджменту. Посилена увагу до гендерних аспектів демонструє ООН, у структурі якої створено підрозділ з питань гендерної рівності і розширення прав і можливостей жінок (UN Women). Примітно, що використання гендерних підходів розглядається у крос-секторальному вимірі, як невід'ємна складова усіх проектів та програм, що впливають на якість життя жінок і чоловіків.

Загальновідомо, що країни Європи та найбільш розвинені країни світу активно використовують гендерний підхід до розв'язання суспільних проблем, аналізу політики, у тому числі містобудівельної. Зазначається, що місто має забезпечувати рівність у «праві на місто» для усіх членів міської громади, незалежно від віку, статі, раси, сімейного, майнового стану і т. ін. (гендер+). Мова йде про створення комфортної для усіх соціальних груп, жінок та чоловіків, міської інфраструктури. Зокрема, започаткована ООН-Жінки ініціатива проектування «міст, безпечних для жінок і дівчат» [1, р. 26] спонукає до активного застосування гендерно-чутливих архітектурно-просторових рішень у будівельних проектах [2].

Слід зазначити, що для інвестиційно-будівельної сфери гендерно-орієнтоване управління є також актуальним. Адже в умовах конкурентного середовища успішність

будівельних проектів багато у чому залежить від рівня обслуговування клієнтів, у тому числі з погляду гендерних особливостей їх потреб [3]. Так, за результатами маркетингових досліджень ринку житлової нерухомості міста Харкова перспективним покупцем житлової нерухомості виявилася «жінка, віком 37 років, яка займає керівну посаду або має власний бізнес» [4, с. 307]. За результатами гендерно-сегрегованого статистичного аналізу учасників укладання договорів дольової участі на будівництво житлових комплексів, проведеного рамках крупної будівельної кампанії, був виявлений гендерний паритет на рівні будівництві житла економ-класу, і певну перевагу жінок щодо інвестування в житло бізнес- та преміум-класу [4, с. 308–309]. Крім того, звертають на себе увагу питання врахування особливих потреб жінок як користувачів житлової нерухомості, при розробці архітектурно-планувальних рішень квартир (наприклад, ергономічне планування кухні, розміщення вбудованого гардеробу в спальні тощо), а також благоустрою прибудинкової території, розвинутої інфраструктури кварталу/мікрорайону у цілому.

Загалом для гендерно-орієнтованого управління будівельними проектами вкрай важливо посилювати роботу, як з бенефіціарами, так і внутрішніми клієнтами. Специфіка виробництва будівельного «продукту», його ресурсоемність вимагає й більш розгорнутої роботи з користувачами (клієнтами) проектів, ніж пропонується у загальноприйнятому менеджменті (наприклад, Customer Relationship Management, CRM [5]). Адже мова має йти про клієнт-орієнтованість процесів, завдань протягом усього життєвого циклу проектів, а не лише окреслених маркетинговою діяльністю. Втім слід відмітити, що у міжнародних стандартах управління будівельними проектами [6] поки що відсутня така візія, гендерно-орієнтовані процеси, завдання, інструменти, методи, що сфокусовані на роботі з клієнтами, наскрізно не представлені.

На теперішній час спостерігається усе більша зацікавленість у включенні гендерної компоненти в процеси організаційного розвитку [7; 8]. Дослідниками пропонуються управлінські інструменти та методи, орієнтовані на урахування потреб клієнтів у продуктах, що виробляються різними галузями економіки, у тому числі будівельною. Зокрема, у роботі [9] представлено матрицю для оцінювання збудованої інфраструктури гірськолижного курорту з точки зору потреб різних категорій/груп користувачів. У житловому будівництві окремо фокусується увага на урахуванні потреб таких категорій мешканців, як люди похилого віку [10], діти та дорослі, які за ними доглядають [11]. Також у роботах [12, 13] розглядаються питання гендерної чутливості збудованих об'єктів, тобто рівня їх комфортності з точки зору урахування специфічних потреб жінок та чоловіків різних категорій гендер+ (які виконують різні соціальні ролі, мають різні фізичні можливості і т. ін.). Втім у цих роботах пропонуються часткові рішення для удосконалення управління будівельними проектами тільки для завдань «Ідентифікація зацікавлених сторін проекту». Питання про необхідність розробки клієнт-орієнтованих процесів за межами заданих авторами параметрів не ставиться.

З іншого боку, автори [14] пропонують максимально розширити взаємодію з клієнтами у будівельних проектах: від ініціації проекту до здачі об'єкту в експлуатацію. Особлива увага звертається на оцінки клієнтами збудованих об'єктів з точки зору їх експлуатаційних характеристик. Обговорюються питання оцінювання будівельного об'єкту з боку користувачів у так званій експлуатаційний період, у тому числі можливі невдоволення від отриманого продукту. Дане дослідження дозволяє поглибити розуміння ролі і характеру взаємодії команди будівельного проекту з клієнтами протягом усього життєвого циклу, й водночас пропонує доволі обмежені теоретичні рішення. Для покращення роботи з клієнтами пропонуються інструменти зворотного зв'язку, які дозволяють почути «голос клієнта» лише стосовно «ефективності будівлі в експлуатації». Поза увагою авторів залишилися завдання розробки відповідних оціночних інструментів, що дозволяють забезпечувати ефективність управління будівництвом, а саме: для формування цілей та змісту проекту, проектування та виконання будівельних робіт.

Також дослідники розглядають проблему клієнтів будівельного проекту опосередковано, через внутрішніх клієнтів будівельних проектів (субпідрядників, постачальників). У роботі [15] зазначається, що оцінка ефективності проектних процесів «управління поставками» має вибудовуватися як з точки зору зовнішніх, так і внутрішніх клієнтів. Оцінка ефективності діяльності постачальників і субпідрядників є важливою для покупців нерухомості, оскільки дозволяє їм оцінювати технічний рівень створеного об'єкту. У той же час постачальники і субпідрядники, завдяки оцінці їх діяльності з боку клієнтів, спроможні вдосконалювати свою роботу. Модель оцінки управління будівельними проектами в частині підрядник-клієнт розширює методологічну платформу для розвитку стратегії «турботи про клієнта». Так, у роботі [16] розроблено нову логістичну систему для управління будівельними проектами – «планування ресурсів, синхронізоване з клієнтом» (Customer Synchronized Resource Planning). Проте на сьогоднішній день розширений огляд літератури за даною проблематикою не виявив жодної системи оцінки у параметрах «клієнт-постачальник» для будівельних проектів.

Разом з тим, в роботах [17, 18] пропонуються CRM-рішення, спроможні інтегрувати декілька процесів: управління людськими ресурсами, управління змінами, бенчмаркінг. Це дозволяє також визначати ступінь клієнт-орієнтованості організаційних систем управління через модель зрілості – CRM Maturity Model. Й водночас зберігається невизначеність щодо оцінки клієнт-орієнтованої зрілості проектного менеджменту загалом, і будівельного зокрема. Більше того, в літературі не представлені моделі оцінки клієнто-орієнтованого управління, що охоплюють усі бізнес-процеси, визначені міжнародними стандартами проектного менеджменту.

Слід зазначити, що необхідною методологічною умовою для розробки інтегрованих моделей клієнто-орієнтованого управління будівельними проектами є створення специфічної структури – офісу управління будівельними проектами (Construction Project Management Office, CPМО). У роботах [19, 20] відзначається, що належним чином організовані CPМО спроможні ефективно управляти всіма процесами, у тому числі з управління потребами клієнтів, протягом усього життєвого циклу проекту. Проте у даних роботах, розроблених на методологічній платформі Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK), відсутня спеціальна увага до системного використання гендерно-орієнтованих інструментів та методів.

Своєрідна методологічна «сліпота» щодо управління потребами клієнтів пояснюється авторами [8, 21, 22] з точки зору наявного «гендерного розриву» у логічній системі самого «тіла знань» проектного менеджменту. Представлена у даних роботах гендерна критика домінуючої системи проектного менеджменту дозволила авторам висвітлити певну логічну обмеженість ієрархічних (маскулінних) стратегій управління, чітко орієнтованих на параметри вартості, часу, ресурсів. Втім фемінні (горизонтальні) управлінські стратегії лише загально означені як бажані у роботі над іншими важливими якісними параметрами управління проектами (у тому числі оцінки результатів проекту з точки зору задоволення потреб клієнтів). У роботі [23] представлено розгорнутий дискурс особливостей гендерних логічних систем управління та розроблено матрицю оцінки зрілості Офісу гендерно-орієнтованого управління проектами. Автори здійснили спробу екстраполювати гендерний підхід на усі області знань управління проектами. Це дозволило чітко висвітлити, зокрема, гендерно-орієнтований фокус окремих функціональних характеристик Офісу на II–VIII рівнях зрілості. Разом з тим, дана гендерна інтерпретація логічних систем управління потребує подальшого науково-практичного розвитку у напрямку роботи з конкретним галузевим контекстом, у тому числі будівельних проектів. Поза спеціальної уваги дослідників залишаються питання застосування когнітивного потенціалу гендерних логічних систем для створення гендерно-орієнтованих моделей управління будівельними проектами.

Втім, існуючі методології недостатньо інтегрують гендерні параметри, як на рівні роботи команди проекту, так і системи проекту у цілому. Подальша актуалізація питання вимагає «переналаштування» усієї системи управління будівельним проектом на гендерній теоретико-методологічній платформі [24].

Метою дослідження є розробка рішення щодо оцінки гендерної орієнтованості системи управління будівельними проектами на методологічній платформі проектного менеджменту PMBOK Construction [7].

Результати дослідження. В Україні гендерний контекст будівельних проектів певною мірою представлений у Державних будівельних нормах (ДБН). Так, з 2007 року введено у дію ДБН В.2.2-17:2006. Будинки і споруди. Доступність будинків і споруд для маломобільних груп [25]. Ці нормативи поширюються на проектування та реконструкцію цивільних (житлових та громадських) будинків та споруд з урахуванням потреб людей, які відносяться до маломобільних груп населення, функціонально-планувальні елементи будинків і споруд, їх земельні ділянки, а також на вхідні вузли, комунікації, шляхи евакуації, приміщення (зони) проживання, обслуговування і робочі місця, а також їх інформаційне та інженерне обладнання [25, с. 1]. Визначено, що «маломобільні групи населення» – люди, які відчувають труднощі при самостійному пересуванні, одержанні послуги, необхідної інформації або при орієнтуванні у просторі [25, с. 5]. До маломобільних груп віднесені:

- особи з інвалідністю (які слабо чують, слабо бачать, пересуваються на візочку та ін.);
- люди з тимчасовим порушенням здоров'я (на милицях, з гіпсом);
- вагітні жінки;
- особи старшого (похилого) віку;
- особи з малолітніми дітьми, які пересуваються містом у дитячих візочках та ін.

Слід зазначити, що гендерний компонент ДБН представлений не тільки групою «вагітні жінки», а й жінками/чоловіками вразливих соціальних категорій (з інвалідністю, похилого віку). Крім того, гендерний фокус представлений й тими жінками і чоловіками, які задіяні у репродуктивній праці («родинну роботу» – турботою про членів родини (з інвалідністю, похилого віку), виховання дітей). Розуміння граничних меж «присутності» мешканців у місті передбачає розуміння людських потреб та їх різноманітних ролей – репродуктивних та продуктивних. При цьому слід звернути увагу на сучасні тенденції до зрушення гендерних стереотипів щодо розподілу «робота – дім», коли продуктивна діяльність закріплювалася, переважно, за чоловіками, а репродуктивна – за жінками. Стереотипні уявлення про типовість сімей з чоловіками-годувальниками, які пересуваються через все місто, щоб працювати, і жінками-домогосподарками, які доглядають за своїми дітьми та родичами похилого віку в житлових кварталах, у багатьох випадках більше не діють [26, с. 4]. Саме тому виконавцям будівельних проектів слід мати «гендерне бачення», дотримуватися принципу гендерної рівності, керуючись у своїй діяльності положеннями ДБН (наприклад: *«При проектуванні та реконструкції громадських і житлових будинків слід передбачати для інвалідів і громадян інших маломобільних груп населення умови життєдіяльності, однакові з рештою категорій населення»* [25, с. 4]). Хоча на практиці Забудовники у своїх проектах не завжди дотримуються вимог ДБН щодо доступності будівель [27, с. 65–66].

У цілому якість житлового середовища визначається його функціонально-планувальними, гігієнічними, технічними та естетичними характеристиками, котрі однаково важливі, як для окремої квартири, так і сельбищної території в цілому. Вимоги до благоустрою житлової забудови визначені у ДБН Б.2.2-5:2011 [28, с. 27–28], де зазначено, що на прибудинкових територіях облаштовуються майданчики (дитячі, спортивні, відпочинку та ін.), виконуються просторові рішення з озеленення території, транспортного проїзду, пішохідних комунікацій, велоруку. В усіх місцях перетину пішохідних шляхів з проїздами необхідно влаштовувати плавні переходи для зручності пересування маломобільних людей.

Гендерно-чутливе проектування стосується, зокрема, мереж пішохідно-транспортних комунікацій, зон відпочинку, дитячих і спортивних майданчиків та інших елементів [26, с. 5–6]. Слід звернути увагу на феміністський дискурс урбаністики, що висвітлює жіночі моделі присутності у побудованому середовищі. Так, багато хто з жінок відмічають, що відчули більшу прив'язаність до місця/міської території, у той час, коли стали мамами. Тоді вони користуються прибудинковими локаціями більш інтенсивніше через виконання повсякденної

репродуктивної роботи (доглядають за дітьми, роблять покупки і т. ін.). Архітектурно-просторові рішення, соціальна інфраструктура мають бути комфортними для жінок та чоловіків з погляду їх можливостей для поєднання родинних й професійних обов'язків (відмітимо, що жінки, незалежно від кар'єрної зайнятості, продовжують бути у більшій мірі відповідальними за «домашню» роботу). Піклування про інших формує відповідні практики мобільності, у яких поєднуються не тільки «дім-робота», а й такі міські топоси, як школи, лікарні, магазини, місця відпочинку і т. ін.

Отже, у фокусі спеціальної уваги будівельних проектів мають бути рішення, які б забезпечували всебічне урахування способів повсякденного життя мешканок/ців (у сфері побуту та дозвілля). Зокрема, актуальними є практики гендерно справедливого облаштування дитячих майданчиків та «дружніх до дитини» міських локацій [29], що є важливими, як з погляду дітей, так і дорослих, які доглядають за ними. Втім, на теперішній час в Україні благоустрій прибудинкових територій багатопверхівок обмежується облаштуванням типових дитячих майданчиків. При цьому спостерігається вікова асиметрія серед користувачів майданчиків: за ДБН (ДБН Б.2.2-5:2011. Благоустрій територій, п. 8.6.1), мають бути розраховані на усіх дітей до 12 років, але переважно ними користуються діти дошкільного віку [13] через вікові параметри встановленого обладнання [30, р. 24–25]. Тим самим виявляється гендерна дискримінація дівчат і хлопців молодшого та середнього шкільного віку у праві на користування обладнаними ігровими зонами на прибудинковій території.

Також гендерний аналіз програм благоустрою прибудинкових територій Харкова виявив їх «гендерну сліпоту» по відношенню до дівчат категорії 12⁺. Адже спортивно-ігрові комплекси, що за ДБН [29] мають облаштовуватися для дітей старше 12 років, представлені футбольними майданчиками, якими користуються переважно хлопці [13; 26]. Також простежується гендерна дискримінація щодо «недоступності дитячих майданчиків для сімей, які мають дітей з інвалідністю» [31].

Оскільки облаштування прибудинкових територій має відображати інтереси і мешканців, і мешканок усіх соціально-вікових категорій, існує потреба у реалізації проектів благоустрою як «гармонії гендерної рівності». В усьому цивілізованому світі розвиваються будівельні практики, орієнтовані на дотримання принципів універсального дизайну, що передбачає й гендерні вимоги щодо організації відкритого простору для дітей та їх батьків. Й для України питання гендерно-орієнтованого управління проектами комплексного благоустрою є вкрай значимими. А це у свою чергу, потребує екстраполяції ДБН на окремі процеси проектного менеджменту та систему управління будівельними проектами у цілому.

Ефективним інструментом управління потребами клієнта є процес «Ідентифікація стейкхолдерів». Задоволення потреб замовників (користувачів будівельного проекту) має бути у фокусі спеціальної уваги проектних менеджерів [12; 24]. До процесу «Ідентифікація зацікавлених сторін проекту» пропонується включити матрицю потреб бенефіціарів-мешканців, з метою врахування потреб не тільки власників нерухомості, а й безпосередніх користувачів – мешканців. А ґрунтовні знання про клієнта вимагають складання і його «гендерного портрету» [5]. До Реєстру зацікавлених сторін проекту рекомендується включати гендерно-сегреговану типологію користувачів будівельних проектів. Так, розроблено відповідну матрицю потреб для оцінки змісту будівельного проекту в умовах девелопменту курортно-рекреаційної території [10]. Цей інструментарій дозволяє встановлювати ефективні комунікаційні зв'язки між проектними менеджерами, які відповідають за архітектурно-просторові рішення, та бенефіціарами проектів. У цілому ефективні комунікації на рівні «забудовник-клієнт» відкривають нові перспективи для збільшення цінності проектів з погляду створення якісно облаштованого «життєвого простору». Інтеграцію інтересів різних соціальних категорій користувачів в розробку дизайну архітектурно-просторових рішень з планування квартир, місць загального користування, прибудинкової території, публічних просторів тощо, пропонується аналізувати через систему цінностей [32].

Застосування гендерно-орієнтованого підходу у будівельному проектному

менеджменті є необхідною складовою, як на рівні внутрішньо організаційних процесів, так і зовнішньо організаційних комунікацій. За його допомогою можна поліпшити рівень керованості процесами (плануванням, моніторингом, виконанням) у проектній діяльності, а також збільшити організаційний потенціал кампанії у цілому. Розробляються спеціальні методики, такі як «гендерно сенситивний моніторинг», «оцінка гендерних потреб». Вкрай важливо, щоб в структуру будівельного проекту були інтегровані відповідні гендерно-чутливі індикатори, і щоб вони, в свою чергу, були включені у керівні принципи моніторингу та оцінки, а також у вимоги до їх виконання.

Загальна архітектура процесів управління будівельними проектами представлена стандартами РМВОК [33] та РМВОК Construction [6] (табл. 1).

Таблиця 1

Структура процесів управління змістом будівельного проекту в системі знань РМВОК [33, р. 61] і РМВОК Construction [6, р. 16]

Області знань управління будівельними проектами	Групи процесів управління проектами				
	Група процесів ініціації	Група процесів планування	Група процесів виконання	Група процесів моніторингу і управління	Група завершуючих процесів
1	2	3	4	5	6
1. Управління інтеграцією проекту	1.1. Розробка Статуту проекту	1.2. Розробка плану управління проектом	1.3. Керівництво і управління роботами проекту 1.4. Управління знаннями проекту	1.5. Моніторинг і контроль робіт проекту. 1.6. Інтегрований контроль робіт проектів	1.7. Закриття проекту або фази
2. Управління змістом проекту		2.1. Планування управління змістом проекту. 2.2. Збір вимог. 2.3. Визначення змісту. 2.4. Створення ІСР		2.5. Підтвердження змісту. 2.6. Контроль змісту	
3. Управління розкладом проекту		3.1. Планування управління розкладом. 3.2. Визначення операцій/дій. 3.3. Послідовність операцій/дій. 3.4. Оцінка тривалості операцій/дій. 3.5. Розробка розкладу		3.6. Контроль розкладу	

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6
4. Управління вартістю проекту		4.1. Планування управління вартістю. 4.2. Оцінка вартості. 4.3. Визначення бюджету		4.4. Контроль вартості	
5. Управління якістю проекту		5.1. Планування управління якістю	5.2. Управління якістю	5.3. Контроль якості	
6. Управління ресурсами проекту		6.1. Планування управління ресурсами. 6.2. Оцінка ресурсів операцій/дій	6.3. Набір ресурсів. 6.4. Розвиток команди. 6.5. Управління командою	6.6. Контроль ресурсів	
7. Управління комунікаціями проекту		7.1. Планування управління комунікаціями	7.2. Управління комунікаціями	7.3. Моніторинг комунікацій	
8. Управління ризиками проекту		8.1. Планування управління ризиками. 8.2. Ідентифікація ризиків. 8.3. Якісний аналіз ризиків. 8.4. Кількісний аналіз ризиків 8.5. Планування реагування на ризики	8.6. Імплементация впливу на ризики	8.7. Моніторинг ризиків	
9. Управління закупівлями проекту		9.1. Планування управління закупівлями	9.2. Проведення закупівель	9.3. Контроль закупівель	
10. Управління стейкхолдерами проекту	10.1. Ідентифікація стейкхолдерів	10.2. Планування взаємодії із стейкхолдерами	10.3. Управління взаємодією із стейкхолдерами	10.4. Моніторинг взаємодії зі стейкхолдерами	
11. Управління безпекою проекту		11.1. Планування безпеки	11.2. Виконання плану безпеки		11.3. Експлуатація системи безпеки
12. Управління впливом на навколишнє середовище		12.1. Екологічне планування	12.2. Забезпечення екологічної безпеки	12.3. Контроль навколишнього середовища	
13. Управління фінансами проекту		13.1. Фінансове планування		13.2. Фінансовий контроль	13.3. Адміністрування та звітування
14. Управління претензіями проекту		14.1. Ідентифікація претензій 14.2. Кількісна оцінка претензій		14.3. Попередження претензій	14.4. Вирішення претензій

Умовні позначення:

«1.1. Розробка Статуту проекту» – гендерно-сенситивні процеси управління будівельними проектами

«3.1. Планування управління розкладом» – гендерно-нейтральні процеси управління будівельними проектами

Когнітивна модель гендерно-орієнтованого управління будівельними проектами представлена системою гендерно-сенситивних і гендерно-нейтральних процесів управління будівельними проектами (рис. 1).

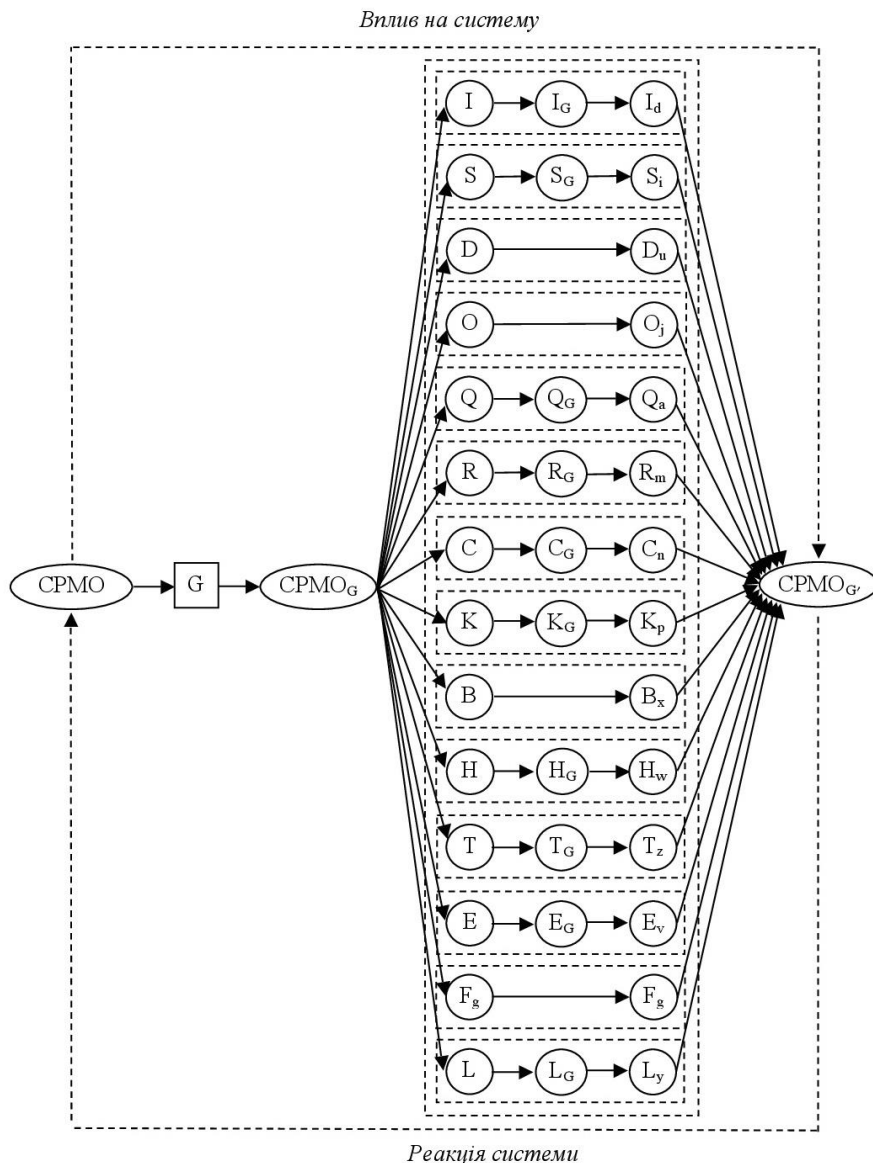


Рисунок 1 – Когнітивна причинно-наслідкова модель системи гендерно-орієнтованого управління будівельними проектами

На рисунку 1:

CPMO – складна організаційно-технічна система управління будівельними проектами (офіс управління будівельними проектами – Construction Project Management Office, CPMO);

G – гендерний контент системи управління будівельними проектами;

CPMOG – складна організаційно-технічна система гендерно-орієнтованого управління будівельними проектами, що знаходиться на певному рівні гендерної компетентності;

CPMOG□ – складна організаційно-технічна система гендерно-орієнтованого управління будівельними проектами, в якій відбулись зміни (гендерного контексту) протягом певного періоду; I – управління інтеграцією будівельних проектів;

S – управління змістом будівельних проектів;

D – управління розкладом будівельних проектів;

O – управління вартістю будівельних проектів;

Q – управління якістю будівельних проектів;

- R – управління ресурсами будівельних проектів;
- C – управління комунікаціями будівельних проектів;
- K – управління ризиками будівельних проектів;
- B – управління закупівлями будівельних проектів;
- H – управління стейкхолдерами будівельних проектів;
- T – управління безпекою будівельних проектів;
- E – управління навколишнім середовищем будівельних проектів;
- F – управління фінансами будівельних проектів;
- L – управління претензіями будівельних проектів.

Модель оцінки гендерної орієнтованості СРМО_G дозволяє вимірювати ефективність СРМО_G і обирати стратегії трансформації системи з рівня «гендерно-нейтрального» на рівень «гендерно-відповідального». Визначення гендерної орієнтованості СРМО_G ґрунтується на оцінці рівня включеності гендерних вимог стейкхолдерів у процеси управління будівельними проектами (табл. 1). Пропонується оцінювати характеристику включеності гендерної компоненти за шкалою: «0» – гендерно-нейтральне виконання процесів управління будівельними проектами; «1» – гендерно-відповідальне виконання процесів управління будівельними проектами.

Цільова функція, що описує гендерну орієнтованість СРМО_G, набуває вигляду (1)–(15):

$$\Delta CPMO_G = \sum_{d=1}^{d'} \sum_{i=1}^{i'} \sum_{u=1}^{u'} \sum_{j=1}^{j'} \sum_{a=1}^{a'} \sum_{m=1}^{m'} \sum_{n=1}^{n'} \sum_{p=1}^{p'} \sum_{x=1}^{x'} \sum_{w=1}^{w'} \sum_{z=1}^{z'} \sum_{v=1}^{v'} \sum_{g=1}^{g'} \sum_{y=1}^{y'} (I_d + S_i + D_u +$$

$$+ O_j + Q_a + R_m + C_n + K_p + B_x + H_w + T_z + E_v + F_g + L_y) \rightarrow opt, \quad (1)$$

$$I = \{I_1, I_2, \dots, I_d\}, \quad d = \overline{1; d'}, \quad (2)$$

$$S = \{S_1, S_2, \dots, S_i\}, \quad i = \overline{1; i'}, \quad (3)$$

$$D = \{D_1, D_2, \dots, D_u\}, \quad u = \overline{1; u'}, \quad (4)$$

$$O = \{O_1, O_2, \dots, O_j\}, \quad j = \overline{1; j'}, \quad (5)$$

$$Q = \{Q_1, Q_2, \dots, Q_a\}, \quad a = \overline{1; a'}, \quad (6)$$

$$R = \{R_1, R_2, \dots, R_m\}, \quad m = \overline{1; m'}, \quad (7)$$

$$C = \{C_1, C_2, \dots, C_n\}, \quad n = \overline{1; n'}, \quad (8)$$

$$K = \{K_1, K_2, \dots, K_p\}, \quad p = \overline{1; p'}, \quad (9)$$

$$B = \{B_1, B_2, \dots, B_x\}, \quad x = \overline{1; x'}, \quad (10)$$

$$H = \{H_1, H_2, \dots, H_w\}, \quad w = \overline{1; w'}, \quad (11)$$

$$T = \{T_1, T_2, \dots, T_z\}, \quad z = \overline{1; z'}, \quad (12)$$

$$E = \{E_1, E_2, \dots, E_v\}, \quad v = \overline{1; v'}, \quad (13)$$

$$F = \{F_1, F_2, \dots, F_g\}, \quad g = \overline{1; g'}, \quad (14)$$

$$L = \{L_1, L_2, \dots, L_y\}, \quad y = \overline{1; y'} \quad (15)$$

де I_d – оцінка гендерно-орієнтованого управління інтеграцією будівельних проектів, d – кількісна оцінка здатності СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти інтеграцією будівельних проектів, $d = \overline{1; d'}$, d' – експертна бальна оцінка СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти інтеграцією будівельних проектів;

S_i – оцінка гендерно-орієнтованого управління змістом будівельних проектів, i – кількісна оцінка здатності СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти змістом будівельних проектів, $i = \overline{1; i'}$, i' – експертна бальна оцінка СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти змістом будівельних проектів;

D_u – оцінка управління розкладом будівельних проектів, u – кількісна оцінка здатності СРМО_G управляти розкладом будівельних проектів, $u = \overline{1; u'}$, u' – експертна бальна оцінка СРМО_G управляти розкладом будівельних проектів;

O_j – оцінка управління вартістю будівельних проектів, j – кількісна оцінка здатності СРМО_G управляти вартістю будівельних проектів, $j = \overline{1; j'}$, j' – експертна бальна оцінка СРМО_G управляти вартістю будівельних проектів;

Q_a – оцінка гендерно-орієнтованого управління якістю будівельних проектів, a – кількісна оцінка здатності СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти якістю будівельних проектів, $a = \overline{1; a'}$, a' – експертна бальна оцінка СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти якістю будівельних проектів;

R_m – оцінка гендерно-орієнтованого управління ресурсами будівельних проектів, m – кількісна оцінка здатності СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти ресурсами будівельних проектів, $m = \overline{1; m'}$, m' – експертна бальна оцінка СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти ресурсами будівельних проектів;

C_n – оцінка гендерно-орієнтованого управління комунікаціями будівельних проектів, n – кількісна оцінка здатності СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти комунікаціями будівельних проектів, $n = \overline{1; n'}$, n' – експертна бальна оцінка СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти комунікаціями будівельних проектів;

K_p – оцінка гендерно-орієнтованого управління ризиками будівельних проектів, p – кількісна оцінка здатності СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти ризиками будівельних проектів, $p = \overline{1; p'}$, p' – експертна бальна оцінка СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти ризиками будівельних проектів;

B_x – оцінка управління закупівлями будівельних проектів, x – кількісна оцінка здатності СРМО_G управляти закупівлями будівельних проектів, $x = \overline{1; x'}$, x' – експертна бальна оцінка СРМО_G управляти закупівлями будівельних проектів;

H_w – оцінка гендерно-орієнтованого управління стейкхолдерами будівельних проектів, w – кількісна оцінка здатності СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти стейкхолдерами будівельних проектів, $w = \overline{1; w'}$, w' – експертна бальна оцінка СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти стейкхолдерами будівельних проектів;

T_z – оцінка гендерно-орієнтованого управління безпекою будівельних проектів, z – кількісна оцінка здатності СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти безпекою будівельних проектів, $z = \overline{1; z'}$, z' – експертна бальна оцінка СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти безпекою будівельних проектів;

E_v – оцінка гендерно-орієнтованого управління впливом на навколишнє середовище будівельних проектів, v – кількісна оцінка здатності СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти впливом на навколишнє середовище будівельних проектів, $v = \overline{1; v'}$, v' – експертна бальна оцінка СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти впливом на навколишнє середовище будівельних проектів;

F_g – оцінка управління фінансами будівельних проектів, g – кількісна оцінка здатності СРМО_G управляти фінансами будівельних проектів, $g = \overline{1; g'}$, g' – експертна бальна оцінка СРМО_G управляти фінансами будівельних проектів;

L_y – оцінка гендерно-орієнтованого управління претензіями будівельних проєктів; y – кількісна оцінка здатності СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти претензіями будівельних проєктів, $y = \overline{1; y'}$; y' – експертна бальна оцінка СРМО_G гендерно-орієнтовано управляти претензіями будівельних проєктів.

Обмеження цільової функції гендерної орієнтованості СРМО_G представлені в табл. 2, а математична модель (1)–(15) набуває вигляду:

$$\Delta CPMO_G = \sum_{d=1}^{d'} \sum_{i=1}^{i'} \sum_{u=1}^{u'} \sum_{j=1}^{j'} \sum_{a=1}^{a'} \sum_{m=1}^{m'} \sum_{n=1}^{n'} \sum_{p=1}^{p'} \sum_{x=1}^{x'} \sum_{w=1}^{w'} \sum_{z=1}^{z'} \sum_{v=1}^{v'} \sum_{g=1}^{g'} \sum_{y=1}^{y'} (I_d + S_i + D_u +$$

$$+ O_j + Q_a + R_m + C_n + K_p + B_x + H_w + T_z + E_v + F_g + L_y) \rightarrow opt,$$

$$\left\{ \begin{array}{l} V_I \in I \cup H, \\ V_{II} \in I \cup S \cup D \cup O \cup Q \cup R \cup C \cup K \cup B \cup H \cup T \cup E \cup F \cup L, \\ V_{III} \in I \cup S \cup D \cup O \cup Q \cup R \cup C \cup K \cup B \cup H \cup T \cup E \cup F \cup L, \\ V_{IV} \in I \cup T \cup F \cup L. \end{array} \right. \quad (16)$$

Таблиця 2

Обмеження цільової функції гендерної орієнтованості СРМО_G

Процеси управління будівельними проєктами	Фази життєвого циклу проєкту СРМО _G ,			
	«ініціація» I	«планування» II	«виконання» III	«завершення» IV
Управління інтеграцією, <i>I</i>	1	1	1	1
Управління змістом, <i>S</i>	0	1	1	0
Управління розкладом, <i>D</i>	0	1	1	0
Управління вартістю, <i>O</i>	0	1	1	0
Управління якістю, <i>Q</i>	0	1	1	0
Управління ресурсами, <i>R</i>	0	1	1	0
Управління комунікаціями, <i>C</i>	0	1	1	0
Управління ризиками, <i>K</i>	0	1	1	0
Управління закупівлями, <i>B</i>	0	1	1	0
Управління стейкхолдерами, <i>H</i>	1	1	1	0
Управління безпекою, <i>T</i>	0	1	1	1
Управління впливом на навколишнє середовище, <i>E</i>	0	1	1	0
Управління фінансами, <i>F</i>	0	1	1	1
Управління претензіями, <i>L</i>	0	1	1	1

Життєвий цикл розвитку гендерної орієнтованості СРМО_G матиме наступний вигляд:

$$T \in M_I \cup M_{II} \cup M_{III} \cup M_{IV}. \quad (17)$$

Позитивна синергія оптимальності стану (фази) гендерної орієнтованості СРМО_G визначається:

$$opt \approx \frac{\partial CPMO_{G+1}}{\partial CPMO_G}, \quad (18)$$

де $CPMO_{G'}$ – складна організаційно-технічна система гендерно-орієнтованого управління будівельними проектами, що знаходиться на певній фазі гендерної орієнтованості; $CPMO_{G+1}$ – складна організаційно-технічна система гендерно-орієнтованого управління будівельними проектами, що перейшла на наступну ($G+1$) фазу гендерної орієнтованості.

Глобальний критерій розглядається як «фаза гендерної орієнтованості» $CPMO_G$ і визначається:

$$M_{CPMO_{G'}} = \sum_{\forall i} \alpha_i \cdot v_i, \quad (14)$$

де α_i – вагові коефіцієнти, $i = 14$, 14 – кількість областей знань управління будівельними проектами; \forall_i – сума обмежень цільової функції гендерної орієнтованості $CPMO_G$ (табл. 2). Числові значення вагових коефіцієнтів отримують експертним методом (наприклад, на основі методу аналізу ієрархій).

Розроблені інструменти оцінювання гендерної орієнтованості $CPMO_G$ є важливим інструментом для удосконалення системи маркетингу, моніторингу і аналізу гендерно-орієнтованого управління будівельними проектами. Застосування розробленого аналітичного інструментарію буде корисним у проектній діяльності компаній-забудовників, а також підрозділів капітального будівництва органів місцевого самоврядування, які виконують гендерно-сенситивні будівельні проекти та програми.

Висновки та наукова новизна. Окреслено гендерний контекст клієнт-орієнтованих способів реалізації процесів управління будівельними проектами у системі знань PMBOK Construction. Продемонстрована наскрізна «присутність» гендерних аспектів у процесах управління будівельними проектами.

Розроблено модель оцінки гендерної орієнтованості системи управління будівельними проектами в параметрах процесів проектного менеджменту. Застосування цієї моделі дозволить топ-менеджменту компаній-забудовників, $CPMO_G$ проводити самооцінку прогресу у розвитку гендерно-орієнтованого управління будівельними проектами і обирати дії, необхідні для переходу від «ініціації» до «завершення» проекту.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розробці методологічних засад гендерно-орієнтованого управління будівельними проектами, які, на відміну від існуючих, дозволяють інтегрувати гендерну компоненту в архітектуру проектних дій в параметрах життєвого циклу. Запропоновано когнітивну модель оцінки гендерної орієнтованості системи управління будівельними проектами.

Список використаних джерел

1. Fesenko T., Fesenko G., Bibik N. The safe city: developing of GIS tools for gender-oriented monitoring (on the example Kharkiv city, Ukraine) // Eastern-European Journal of Interiorise Technologies. 2017. № 3/2(87). P. 25–33. doi: 10.15587/1729-4061.2017.103054.
2. Бібік Н. В., Фесенко Г. Г., Фесенко Т. Г. «Гендерні окуляри» для урбаністів // Гендер. Екологія. Здоров'я: матер. IV міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 210-річчю Харків. нац. мед. ун-ту (Харків, 21 – 22 квітня 2015 р.). Харків: ХНМУ. 2015. С. 41–42.
3. Ndubisi N. O. Effect of gender on customer loyalty: a relationship marketing approach // Marketing Intelligence & Planning. 2006. Vol. 24. Issue 1. P. 48–61. doi: 10.1108/02634500610641552.
4. Chalmeta R. Methodology for customer relationship management // Journal of Systems and Software. 2006. Vol. 79. Issue 7. P. 1015–1024. doi: 10.1016/j.jss.2005.10.018.
5. Фесенко Т. Г., Мінаєв Д. М., Непочатова Д. О. Гендерний профіль покупців житлової нерухомості (на прикладі проектів ТДВ «Житлобуд-2», Харків) // Гендерна політика міст : історія і сучасність : матеріали IV міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 6 – 7 жовтня 2015 р. / редкол.: Н. В. Бібік, Г. Г. Фесенко, З. О. Першай та ін. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова. 2015. С. 306–310.
6. A Guide to the project management body of knowledge Construction (PMBOK® Guide). USA: Project Management Institute. 2016. 489 с.

7. Fesenko T., Fesenko G. Developing gender maturity models to project and programme management / T. Fesenko, // *Eastern-European Journal of Interiorise Technologies*. 2017. № 1/3(85). P. 46–55. doi: 10.15587/1729-4061.2017.28031.
8. Fesenko T., Shakhov A., Fesenko G. Modeling of maturity of gender-oriented project management office // *Eastern-European Journal of Interiorise Technologies*. 2017. Vol. 5. № 3(89). P. 30–38. doi: 10.15587/1729-4061.2017.110286.
9. Buckle P., Thomas J. Deconstructing project management: A gender analysis of project management guidelines // *International Journal of Project Management*. 2003. № 21. P. 433–441.
10. Фесенко Т. Г., Фесенко Г. Г., Мінаєв Д. М. Моделювання прийняття рішення щодо оцінки змісту будівельного проекту в умовах девелопменту курортно-рекреаційної території // *Восточно-европейский журнал передовых технологий*. 2016. № 1/3(79). С. 32–37. doi: 10.15587 / 1729-4061.2016.60644.
11. Abramsson M., Anderson E. Preferences with ageing – housing choices and housing plans of older people housing // *Theory and Society*. 2016. Volume 33. Issue 2. P. 217–241. doi: 10.1080/14036096.2015.1104385.
12. Фесенко Т. Г., Мінаєв Д. М. Клієнтоцентризм в управлінні комунікаціями проектів (на прикладі житлового будівництва) // *Восточно-европейский журнал передовых технологий*. 2014. № 5/3(71). С. 4–10. doi: 10.15587 / 1729-4061.2014.28032.
13. Фесенко Т. Г., Мінаєв Д. М., Беляцький О. В., Усачов І. С. Імплементация гендерних підходів у муніципальні програми розвитку житлово-комунального господарства // *Гендерна політика міст: історія і сучасність : матеріали III міжн. наук.-практ. конф. (Харків, 23-25 жовтня 2013 року)*. Вип. 4: наук.зб. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. 2013. С. 238–240.
14. Leaman A., Stevenson F., Bordass B. Building evaluation: practice and principles // *Building Research & Information*. 2010. Volume 38. Issue 5: Housing occupancy feedback: linking behaviours and performance. P. 564–577. doi: 10.1080/09613218.2010.495217.
15. Jyh-Bin Yang, Sheng-Chi Peng. Development of a customer satisfaction evaluation model for construction project management // *Building and Environment*. 2008. Volume 43. Issue 4. P. 458–468. doi: 10.1016/j.buildenv.2006.07.044.
16. Смирчинський В. В., Тимошенко Л. М. Інноваційні аспекти інформаційного забезпечення логістичних систем будівельного комплексу // *Економіка: реалії часу*. Науковий журнал. 2012. № 1 (2). С. 169–174.
17. Sohrabi B., Haghghi M., Khanlari A. Customer relationship management maturity model (CRM3): A model for stepwise implementation // *International Journal of Human Sciences [Online]*. 2010. Vol. 7. No 1. URL: <http://www.insanbilimleri.com/en> (date of request: 20.01.2018).
18. Dyché J. *The CRM Handbook: A Business Guide to Customer Relationship Management: 6st Edition*. Boston : Addison-Wesley Professional, 2004. 336 p.
19. Бабаєв В. М., Фесенко Т. Г. Концептуальна модель організації офісу управління будівельними проектами в перспективі проектного менеджменту // *Восточно-европейский журнал передовых технологий*. 2010. № 1/3(43). С. 9–11.
20. Fesenko T. G. Models of setting up CPMO in the management system for the «Euro-2012» program // *Восточно-европейский журнал передовых технологий*. 2011. № 4/3(52). С. 59–67. URL: <http://journals.uran.ua/eejet/article/view/1378/1276> (date of request: 20.01.2018).
21. Buckle-Henning P., Thomas J. A boundary critique of gender in the project management body of knowledge // *Proceedings of the 52nd Annual Meeting of the ISS*. 2008. URL: <http://journals.iss.org/index.php/proceedings52nd/article/view/1015> (date of request: 20.01.2018).
22. Thomas J., Buckle-Henning P. Dancing in the white spaces: Exploring gendered assumptions in successful project managers *International Journal of Project Management*. 2007. № 25. P. 552–559. doi: 10.1016/j.ijproman.2007.05.001
23. Fesenko T., Shakhov A., Fesenko G. Modeling of maturity of gender-oriented project management office // *Eastern-European Journal of Interiorise Technologies*. 2017. Vol. 5. № 3(89). P. 30–38. doi: 10.15587/1729-4061.2017.110286.
24. Fesenko T., Shakhov A., Fesenko G., Bibik N., Tupchenko V. Customer-oriented modeling of construction projects management using the gender logic systems // *Eastern-European Journal of Interiorise Technologies*. 2018. Vol. 1. № 3(91). P. 50–58. doi: 10.15587/1729-4061.2018.123124.
25. Державні будівельні норми України / ДБН В.2.2-17:2006. Будинки і споруди.

Доступність будинків і споруд для маломобільних груп. – Введен. 2007-05-01. Київ: Мінрегіонбуд України, 2007. 14 с.

26. Фесенко Г. Гендерночутливі локації в урбанізованому просторі // Гендерний журнал «Я». 2015. №1 (37). С. 4–6.

27. Мінаєв Д. М., Фесенко Т. Г., Фесенко Г. Г. Моніторинг проектів організації доступності будівель і споруд вокзалів залізниці України // Управління проектами: проектний підхід в сучасному менеджменті : Матеріали VIII науково-практичної конференції фахівців, магістрантів, аспірантів та науковців. Одеса: ОДАБА. 2017. С. 51–57.

28. ДБН Б.2.2-5:2011. Благоустрій територій /Державні будівельні норми. – Введен. 2012-09-01. Київ : Укархбудінформ. 2012. 44 с.

29. Building Child Friendly Cities. A Framework for Action / UNICEF Innocenti Research Centre. URL: <http://unicef-irc.org/publications/pdf/cfc-framework-eng.pdf> (date of request: 20.01.2018).

30. Fesenko T. G. Gender mainstreaming as a knowledge component of urban project management // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Збірник наукових праць. Серія : Стратегічне управління, управління портфелями, програмами та проектами. Харків : НТУ «ХПІ». 2017. № 3 (1225). С. 21–29. doi: 10.20998 / 2413-3000.2017.1225.4.

31. Аннабасєв Е. Д., Розсильний М. Ю., Фесенко Т. Г. «Гендер та інвалідність» як контекст архітектурно-планувального моніторингу дитячих майданчиків // Гендерна політика очима української молоді : матеріали підсумкової конференції X Регіонального конкурсу молодих вчених, Харків, 30 листопада 2016 р. / [за заг. ред.: Н. В. Бібік] ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. 2016. С. 271-277.

32. Фесенко Т. Г., Мінаєв Д. М. Интеграция интересов бенефициаров жилищного строительства в систему ценностей проекта // Управління розвитком складних систем. 2015. № 21. С. 81–86.

33. A Guide to the project management body of knowledge (PMBOK® Guide): Sixth Edition. USA : Project Management Institute. 2017. 589 с.

здобувач **Фролова Н. Л.**

Український державний університет залізничного транспорту

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДЕРЖАВНОЇ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Вступ. Сьогодні світові тенденції трансформації економічних відносин потребують від держави переходу до нового типу економічного розвитку, що характеризується соціальним спрямуванням. Це, у свою чергу, передбачає реалізацію державної політики, спрямованої на зниження рівня інфляції, підвищення стабільності національної валюти, забезпечення зайнятості населення та мінімізації безробіття у країні, підвищення доходності та добробуту населення, створення можливостей для отримання безкоштовної освіти, медичних та інших соціальних послуг, формування сприятливого екологічного середовища, вирішення соціальних проблем, у тому числі забезпечення гідного рівня життя соціально незахищеної групи населення, тощо. Ключову роль у реалізації зазначених завдань відіграє держава та підприємницький сектор, що є джерелом формування доходної частини бюджету, забезпечення зайнятості населення та є ініціатором вирішення основних соціальних проблем за рахунок реалізації соціальних проектів.

Проте, недосконалість законодавчого та нормативно-правового забезпечення процесів державного регулювання підприємницької діяльності, неефективність фіскальної політики, недоліки податкової системи, низька інвестиційна привабливість приватного підприємницького сектору та національної економіки в цілому, низький рівень інноваційної активності підприємств, відсутність дієвої програми підтримки експортноорієнтованих вітчизняних підприємств, необхідність проведення інституціональних змін і формування інфраструктури

підтримки розвитку суб'єктів підприємництва зумовлює необхідність суттєвого перегляду діючої наразі державної регуляторної політики у сфері розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу.

Тому наразі особливої актуальної набуває дослідження процесів державного регулювання суб'єктів підприємницької діяльності в Україні з метою розробки дієвого організаційно-економічного інструментарію формування та реалізації державної регуляторної політики у сфері розвитку малого та середнього бізнесу.

Результати дослідження. Державна регуляторна політика в галузі підприємницької діяльності включає, насамперед, два основних векторних спрямування: державне регулювання підприємств і державна політика підтримки та стимулювання розвитку суб'єктів підприємницької діяльності. Відповідно до ст. 5 Господарського кодексу правовий господарський порядок в Україні формується на основі оптимального поєднання ринкового саморегулювання економічних відносин суб'єктів господарювання та державного регулювання макроекономічних процесів [1]. Державне регулювання покликане компенсувати недоліки ринкового саморегулювання. Його конкретні напрями, масштаби та методи визначаються характером і гостротою соціально-економічних проблем у певний період. Забезпечення органічного поєднання механізмів ринкового саморегулювання та державного регулювання є запорукою економічного і соціального розвитку країни, наскільки оптимально вдається забезпечити таке сполучення залежить від діяльності державних органів [2].

Згідно Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» [3] державна регуляторна політика у сфері господарської діяльності – напрям державної політики, спрямований на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності, що здійснюється в межах, у порядку та у спосіб, що встановлені Конституцією та законами України.

Реалізація єдиної державної регуляторної політики у сфері підприємницької діяльності спрямована на істотне вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами малого підприємництва, перегляд регуляторних актів для визначення їх доцільності й ефективності в нових економічних умовах, забезпечення оприлюднення проектів зазначених актів, а також результативності регуляторних актів. Реалізація державної регуляторної політики забезпечується шляхом планування діяльності з підготовки проектів регуляторних актів, їх оприлюднення з метою одержання зауважень і пропозицій; відстеження результативності регуляторних актів та оприлюднення відповідних звітів; удосконалення законодавства з метою зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку підприємницької діяльності; висвітлення в засобах масової інформації проблем, пов'язаних з реалізацією державної регуляторної політики, забезпечення гласності у процесі підготовки проектів регуляторних актів шляхом залучення громадян, суб'єктів малого підприємництва та їх об'єднань до розроблення та обговорення таких проектів; удосконалення дозвільної системи у сфері господарської діяльності, спрощення процедури державної реєстрації суб'єктів господарювання. Заходи щодо реалізації державної регуляторної політики спрямовані на забезпечення системності, послідовності та координації дій з розроблення та прийняття регуляторних актів, урахування пропозицій громадськості під час їх опрацювання, досягнення оптимального державного регулювання діяльності суб'єктів малого підприємництва [4].

Наукові дослідження щодо визначення сутності державного регулювання підприємницької діяльності мають декілька основних спрямувань. Більшість вчених

розглядають державне регулювання сфери підприємництва як процес різнобічного впливу держави через відповідні державні органи на суб'єкти підприємництва за допомогою правових, адміністративних та інших регулюючих норм. Деякі з науковців розглядають дане поняття більш широко, включаючи до системи державного регулювання складову державної підтримки та стимулювання розвитку суб'єктів підприємництва.

Так, С. Бевз [5] зазначає, що в сучасних умовах розвитку держави та економіки можна розуміти державне регулювання господарської діяльності в широкому та вузькому сенсі. У широкому сенсі державне регулювання господарської діяльності тотожне державному управлінню, тобто являє собою самостійний вид державної діяльності, що має організуючий, виконавчо-розпорядчий, підзаконний характер, особливої групи державних органів (посадових осіб) щодо практичної реалізації функцій та завдань держави, яка має своїми функціями: прогнозування й планування, організацію, керівництво, координацію, контроль та регулювання у вузькому сенсі. У вузькому сенсі державне регулювання господарської діяльності можна розуміти як функцію державного управління, що полягає в упорядкуванні, налагодженні взаємозв'язків між елементами керованої системи (господарської діяльності) шляхом встановлення загальних правил, нормативів, які є обов'язковими для всіх учасників господарської діяльності (як суб'єктів господарювання, так і органів державної влади). Державне регулювання господарської діяльності у вузькому розумінні має своїм проявом прийняття певного нормативно-правового акта і фактично зводиться до нормативно-правового регулювання.

Л. Дідківська та Л. Головка [6] визначають державне регулювання як систему заходів держави для здійснення підтримуючої, компенсаційної й регулюючої діяльності, спрямованої на створення нормальних умов ефективного функціонування ринку та вирішення складних соціально-економічних проблем розвитку національної економіки та всього суспільства.

Ю. Ковний [7] розкриває сутність процесу державного регулювання економіки як структурного елементу системи державного регулювання, який включає в себе сукупність форм, методів, засобів, інструментів державного впливу, що застосовуються органами державної влади і місцевого самоврядування у процесі здійснення і контролю виробничо-економічних відносин між суб'єктами господарювання відповідно до макроекономічних завдань розвитку країни.

О. Сергійко [8] характеризує державне регулювання підприємництва як сукупність форм, методів і інструментів, за допомогою яких держава впливає на діяльність суб'єктів господарювання, ринкову кон'юнктуру з метою створення сприятливих умов для функціонування ринку й задоволення соціально-економічних потреб суспільства. При цьому автор додатково надає визначення державного управління у сфері підприємництва як адресної, цілеспрямованої, владної, систематичної діяльності органів виконавчої влади з реалізації функцій управління, яка знаходить свій вияв у відповідній системі управління та реалізується завдяки використанню спеціального інструментарію – форм та методів управлінської діяльності. При такому підході, зрозуміло, що ефективність державного впливу на сферу підприємництва, створення сприятливих умов для розвитку ринкових відносин, забезпечення соціальної спрямованості економіки пов'язано із системним, комплексним підходом до державного регулювання та державного управління як різновидів організаційної діяльності держави.

Досить цікаву думку висловлюють Р. Шабан та М. Ждан [9], що державне регулювання економіки можна визначити як систему типових заходів законодавчого, виконавчого і контролюючого характеру, які здійснюються уповноваженими державними установами і спрямовані на скерування суб'єктів господарської діяльності в напрямі, необхідному для досягнення потрібного соціально-економічного результату. При цьому авторами наголошено, що важливою характеристикою регулювання економіки, на відміну від інших елементів державного впливу на неї, слід вважати те, що воно здійснюється шляхом застосування норм, які забезпечуються реалізацією санкцій. Державне регулювання в основному не ґрунтується на економічних стимулах для досягнення мети. Інші інструменти державного впливу на економіку

(оподаткування, субсидування) спрямовані на зміни у діяльності суб'єктів шляхом застосування економічних стимулів або використання інших прийомів (наприклад, поширення державними органами інформації, що впливає на поведінку у сфері економіки).

Однак, незважаючи на деяку різнобічність поглядів науковців на систему державного регулювання економіки, вчені одногосно наголошують на необхідності «розумного» втручання державної влади в економічні процеси, так як ринковий механізм не в змозі самостійно забезпечити ефективне функціонування економічної системи. У зв'язку з цим доцільно розглянути основні підходи до визначення ефективних методів та інструментів державного регулювання у сфері підприємництва.

Відповідно до Господарського кодексу України [1], основними засобами регулюючого впливу держави на діяльність суб'єктів господарювання є: державне замовлення; ліцензування, патентування і квотування; технічне регулювання; застосування нормативів та лімітів; регулювання цін і тарифів; надання інвестиційних, податкових та інших пільг; надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій.

Л. Швайка наголошує, що правове регулювання у сфері соціально-економічних процесів здійснюється в напрямках реалізації принципів політики економічного зростання й підвищення рівня життя громадян України. До структури цього блоку входять п'ять підсистем: удосконалення бюджетного й податкового законодавства; створення правових умов для сприяння розвитку вітчизняного підприємства; державна підтримка вітчизняного товаровиробника; регулювання зовнішньоекономічних відносин; регулювання широкого комплексу соціальних питань [10].

На думку Л. Маматової [11] до основних інструментів державного регулювання підприємництва належать:

- пряме державне стимулювання науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) шляхом розподілу бюджетних і позабюджетних фінансових ресурсів (держзамовлення, гранти, кредитування) між різними сферами наукових досліджень і розробок згідно із системою державних наукових пріоритетів;

- непряме державне стимулювання науки й освоєння її досягнень у державному і приватному секторах економіки за допомогою податкової, амортизаційної, патентної, митної політики, а також шляхом підтримки малого інноваційного підприємництва;

- надання різного роду пільг суб'єктам інноваційного процесу (як безпосередньо підприємствам, що здійснюють інновації, так і тим елементам інфраструктури, які надають їм ту чи іншу підтримку);

- формування інноваційного клімату в економіці та інфраструктури забезпечення досліджень і розробок, включаючи національні служби науково-технічної інформації, патентування та ліцензування, стандартизації, сертифікації, статистики, аналітичні центри для вивчення зарубіжного досвіду, підготовки прогнозів науково-технічного розвитку й формування на їх основі системи національних наукових пріоритетів для забезпечення інформацією осіб, які приймають рішення.

В. Гуменюк [12], проаналізувавши наукові публікації щодо класифікації методів (механізмів, способів, інструментів, важелів) державного регулювання економічних суб'єктів, виділено дві основні класифікаційні ознаки: за формами впливу (прямі та непрямі) та за засобами впливу (правові, адміністративні, економічні, донорські, протекціоністські, індикативні). Так, до прямих методів (інструментів) автором віднесено: встановлення цін; субсидія, субвенція, дотація; нормативи; цільові комплексні програми; державні замовлення; ліцензії, квоти; державні бюджетні витрати; державні стандарти; обмеження та заборони. У свою чергу, до непрямих методів (інструментів) належать такі: регулювання цін; субсидії; норми амортизації; плата за ресурси, кредит; податки; валютні курси та обмін валют; стимулювання конкуренції. Правові методи (інструменти) включають правові акти; адміністративні – державні замовлення, норми амортизації, контроль над монополіями, структурна перебудова,

забезпечення ресурсами; економічні – державні закупівлі, ліцензування, квотування, макроекономічне планування, встановлення цін, стандарти і нормативи, кредитування, норми амортизації, дотації, субсидії, субвенції, податки, операції на фінансових ринках, норми резервування, валютне регулювання, заробітна плата; донорські – державні дотації, податкові пільги, пільгові кредити; протекціоністські – захист від зовнішньої конкуренції, квоти і ліцензії, сприяння розвитку національної науки, техніки та технологій; індикативні – держзамовлення, субсидії, субвенції, дотації, прямі витрати уряду.

Автором Д. Букресвою [13] систематизовано інструменти державного регулювання діяльності малих підприємств у країнах ЄС таким чином:

- податкові інструменти: прогресивне оподаткування прибутку; оподаткування прибутку за зниженими ставками; звільнення від сплати податку на прибуток протягом певного часу; амортизаційні пільги; податкові кредити; пільги щодо формування резервних фондів; пільги щодо стимулювання НДДКР;

- фінансово-кредитні інструменти: реалізація державних цільових програм; надання субсидій та дотацій; пільгове кредитування; гарантування позик;

- інформаційні інструменти: консультаційні центри; навчання і підвищення кваліфікації представників малого бізнесу; надання ділової інформації тощо.

О. Тимошенко [14] представлено сукупність наступних організаційно-економічних інструментів розвитку комплексного механізму державного регулювання і підтримки підприємництва, що впливають на активізацію бізнесу:

- індикативне планування (визначення керівними органами пріоритетів та напрямків розвитку підприємництва);

- інформаційне забезпечення (інформування бізнесу про потреби держави й суспільства, науково-технічні досягнення, які можуть бути використані для підвищення ефективності функціонування підприємницьких структур, зниження споживаних ресурсів і поліпшення екологічної обстановки);

- інфраструктурне забезпечення (відповідальність держави за створення інфраструктури підприємництва);

- механізм банкрутства й неспроможності (через механізм банкрутства держава виключає неефективне підприємництво);

- державно-приватне партнерство (через систему партнерства держава бере на себе відповідальність присутності в бізнесі у найбільш важливих наукоємних і соціально значущих розділах);

- особливі економічні зони (такі заходи, як податкові пільги, створення інфраструктури, інформаційне забезпечення утворюють базис особливих економічних зон, у яких держава створює сприятливу обстановку для розвитку підприємництва);

- цільові програми розвитку (цільові програми розвитку об'єднують зусилля держави й підприємницьких структур для вирішення завдань, що мають загальне господарське значення);

- державне замовлення (завдяки державним замовленням найбільш ефективний бізнес отримує сталий розвиток за рахунок гарантованого збуту, а держава – якісну продукцію за обґрунтованою ціною);

- аутсорсинг (надає значні можливості підвищення ефективності виробництва за рахунок звільнення великого бізнесу від непрофільних для нього робіт, а малий бізнес отримує замовлення на поставку для потреб великого бізнесу певних товарів і послуг);

- сприяння інновацій та інвестицій (державна підтримка інновацій та інвестицій стимулює зміцнення економічного потенціалу малого підприємництва, яка проявляється в пільгових умовах кредитування шляхом зниження податкового навантаження);

- захист конкуренції (особливо важливо для підтримки малого й середнього бізнесу, який у більшості випадків у рівних умовах програє в конкурентній боротьбі великому бізнесу; стосується таких питань, як недоступність кредитів, труднощі із землевідведенням або орендою

приміщень, монополізація ринку через злиття великого бізнесу з торговими мережами).

Автором В. Щербиною [15] з урахуванням характеру (сутності) тих або інших засобів державного регулювання господарської діяльності, виділено наступні групи засобів: економіко-правові (державне замовлення; державні закупівлі; регулювання цін і тарифів; надання інвестиційних, податкових та інших пільг; надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій); організаційно-правові (ліцензування і квотування, видача документів дозвільного характеру; сертифікація та стандартизація; застосування нормативів і лімітів; контроль та нагляд за господарською діяльністю); юридичні (правові) засоби (штрафні та адміністративно-правові санкції; організаційно-господарські договори; типові та примірні договори тощо).

В умовах євроінтеграційного спрямування економічного розвитку України важливого значення набуває формування ефективного механізму реалізації політики дерегуляції підприємницького сектору з метою створення сприятливого середовища для розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу. Пріоритетними напрямками впровадження політики дерегуляції є наступні [16]:

- усунення надмірного регулювання господарської діяльності у спосіб зменшення кількості документів дозвільного характеру, дозвільно-погоджувальних процедур та переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації;
- забезпечення істотного поліпшення умов ведення бізнесу в Україні за напрямками, що враховуються під час складання глобального рейтингу Doing Business;
- сумарне скорочення витрат суб'єктів господарювання на виконання обов'язкових державних регуляцій на 20,0 % протягом п'яти років;
- скорочення кількості регуляторних і контрольних органів у спосіб їх злиття або ліквідації, забезпечення усунення дублювання функцій між органами державного нагляду та контролю;
- відмова від системи тотального обтяжливого контролю за всіма суб'єктами господарської діяльності на основі запровадження ризикоорієнтованої системи державного контролю;
- підтримка та розвиток малого і середнього бізнесу в сільській місцевості;
- гармонізація вітчизняного законодавства щодо безпечності харчової продукції із законодавством ЄС;
- забезпечення ефективного захисту прав приватної власності, гармонізація із законодавством ЄС положень українського законодавства щодо захисту інвесторів (внутрішніх та іноземних) і кредиторів.

Науковці приділяють активну увагу вивченню і формуванню дієвих механізмів та інструментів державної підтримки розвитку суб'єктів підприємницької діяльності, зокрема у контексті реалізації політики дерегуляції економічних суб'єктів. При цьому вчені наголошують, що державна підтримка підприємств є обґрунтованою тільки для усунення ситуацій, в яких ринкові механізми не забезпечують ефективного розподілу ресурсів, а саме поняття державної підтримки передбачає заходи сприяння суб'єктам господарювання, що створюють для них прямі чи приховані переваги [17].

Так, найбільш широкого поширення набуло розуміння державної підтримки, з одного боку, як державного регулювання цього сектора економіки, яке передбачає у першу чергу свідоме формування державними структурами правових, економічних та організаційних умов становлення та розвитку малого підприємництва, а з іншого боку, – створення стимулів, використання матеріальних і фінансових ресурсів, які залучаються у сферу малого підприємництва на пільгових засадах або безоплатно [18].

О. Квасниця визначає державну підтримку малих підприємств як систематичну, динамічну, планову і комплексну діяльність держави, спрямовану на забезпечення стратегічного розвитку малих підприємств, шляхом пошуку креативних ідей щодо сприяння

розвитку малих підприємств шляхом постійного удосконалення видів, форм та методів державної підтримки [19].

В. Подплетній, досліджуючи державну підтримку розвитку суб'єктів малого підприємництва, зазначає, що всі дії держави по відношенню до малих підприємств можна поділити на дві групи. До першої групи, на думку автора, відносять дії, спрямовані на формування умов, меж, правил поведінки та норм. Як правило, це дії загальноекономічного характеру, спрямовані на скорочення трансакційних витрат, зниження адміністративних бар'єрів, пільгове оподаткування та ін. У цьому випадку поведінка малих підприємств – пасивна, тобто дані умови виступають в якості складових середовища, в якому діють суб'єкти малого підприємництва, приймаючи господарські рішення. До другої групи відносять дії, які покращують діяльність окремих підприємств і не носять всеохоплюючий характер. Переважно до них відносять важелі сприяння розвитку чи підтримки малого підприємництва, зокрема, це заходи, пов'язані з кредитуванням та іншими заходами фінансової підтримки (лізинг), інформаційне та кадрове забезпечення, можливість отримання державного замовлення, консультації та навчання. Реалізація цих заходів у свою чергу допускає активність малих підприємств [20].

Є. Гордієнко, А. Гордієнко та І. Сидоренко [21], аналізуючи процеси державної підтримки розвитку малого підприємництва в Україні, запропоновано використання універсальних методів державного регулювання та стимулювання розвитку малого підприємництва, а саме:

- зниження податкового навантаження шляхом встановлення граничної межі оподаткування суб'єктів малого підприємництва, зменшення кількості податків;
- встановлення пільг до оподаткування прибутку малих підприємств; надання державних субсидій і дотацій; державне пільгове кредитування;
- державна підтримка розвитку факторингової та лізингової діяльності;
- розміщення державного замовлення на випуск продукції та надання послуг сектором малих підприємств на конкурсній основі;
- створення розвинутої системи інформаційно-консультаційного забезпечення та ринкової інфраструктури.

Авторами підкреслено, що для створення сприятливого підприємницького середовища найбільш ефективно впровадження таких заходів як істотне спрощення правил та процедур створення нових підприємств; усунення суперечності у законодавчій базі, забезпечення її прозорості та стабільності; контроль з боку громадських організацій за діяльністю урядовців; створення ефективної системи зворотного зв'язку з метою інформування громадськості, відповідних структур про корупційні вчинки урядовців [21].

Н. Криштоф [22] зазначає, що для створення сприятливих умов розвитку малого підприємництва місцевим органам виконавчої влади та органам місцевого самоврядування необхідно зосередити увагу на реалізації системи заходів регіональної політики сприяння розвитку малого підприємництва у сфері регуляторної політики та вдосконалення нормативної бази, фінансово-кредитної та інвестиційної підтримки малого підприємництва, і сприяння створенню інфраструктури розвитку малого підприємництва.

Г. Колісник [23] наполягає, що визначальною передумовою становлення малого підприємництва в Україні є розвинена інфраструктура підтримки цього сектора економіки. При детальному розгляді ринкової інфраструктури підтримки малого підприємництва, автором виділено наступні її складові: фінансово-кредитну, організаційно-інформаційну, організаційно-правову. При цьому до фінансово-кредитної інфраструктури віднесено фінансові установи, які здійснюють пільгове кредитування малих підприємств, гарантійні фонди, кредитні спілки, венчурні фонди і страхові компанії, державна підтримка (у вигляді спрощеної системи оподаткування, наданні пільг). У свою чергу, організаційно-інформаційна інфраструктура підтримки малого підприємництва включає бізнес-центри, бізнес-інкубатори, інтернет-центри, консультаційні та молодіжні центри. Організаційно-

правова інфраструктура представлена Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, Державним комітетом підприємництва, Державним комітетом з питань регуляторної політики, Державною податковою адміністрацією України.

Приймаючи до уваги наукові здобутки щодо розробки теоретичного базису державної регуляторної політики у сфері малого та середнього бізнесу і визначення дієвих методів та інструментів її реалізації, сформовано організаційно-економічний інструментарій державної регуляторної політики у сфері розвитку малого та середнього підприємництва, що передбачає систематизацію інструментів державного впливу за двома основними векторними спрямуваннями: інструменти державного регулювання та інструменти державної політики підтримки і стимулювання розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва (рисунок 1).

У межах формування інструментарію державного регулювання малих та середніх підприємств доцільно виділити декілька основних груп інструментів державного регуляторного та координаційного впливу. По-перше, це легалізація підприємницької діяльності, що враховує державну реєстрацію суб'єктів підприємництва; ліцензування та патентування підприємницької діяльності; отримання документів дозвільного характеру тощо.

По-друге, це бюджетно-податкова політика, що передбачає встановлення та регулювання податкових ставок; регулювання ставок банківських кредитних відсотків; використання режимів спрощеного та презумптивного оподаткування; запровадження спрощеної системи бухгалтерського обліку та звітності підприємств тощо.

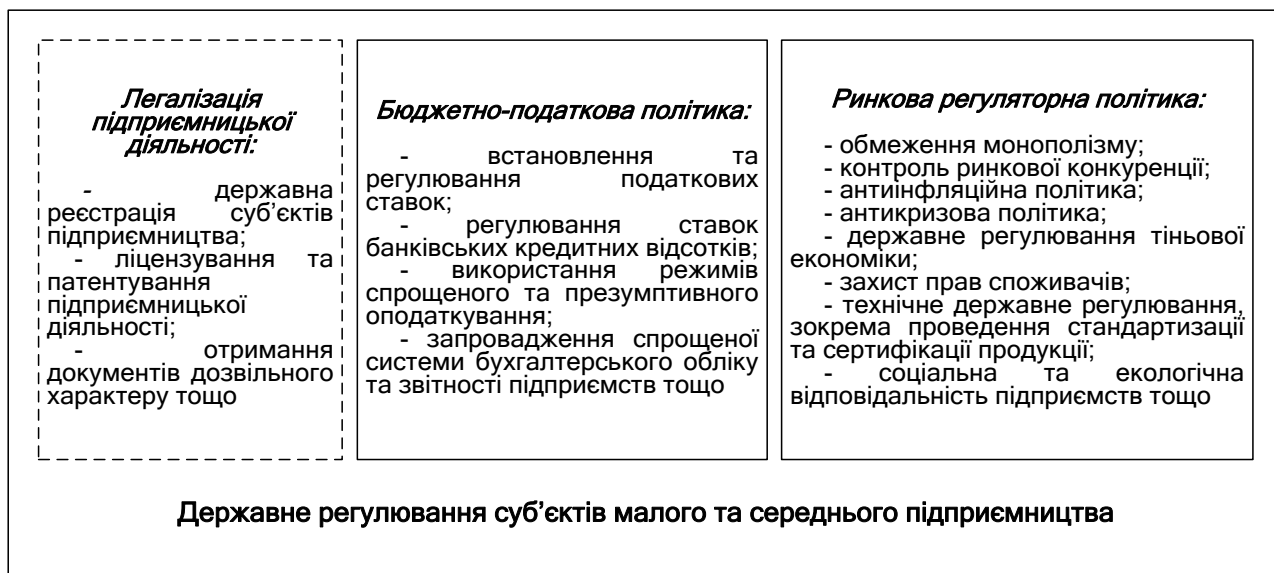
По-третє, це ринкова регуляторна політика, яка реалізується за рахунок використання таких інструментів як: обмеження монополізму; контроль ринкової конкуренції; антиінфляційна політика; антикризова політика; державне регулювання тіньової економіки; захист прав споживачів; технічне державне регулювання, зокрема проведення стандартизації та сертифікації продукції; соціальна та екологічна відповідальність підприємств тощо.

Приймаючи до уваги значні складнощі функціонування вітчизняного бізнесу, важливою складовою сформованого організаційно-економічного механізму державної регуляторної політики у сфері малого та середнього підприємництва є державна політика підтримки і стимулювання розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу, що передбачає виділення інструментів державного прогнозування та планування розвитку підприємств, податкової та фінансово-інвестиційної політики, інформаційно-консультативного та інституціонального забезпечення розвитку суб'єктів підприємницької діяльності.

Державне планування та прогнозування розвитку малого та середнього підприємництва здійснюється за рахунок розробки стратегій і програм підтримки та стимулювання розвитку суб'єктів малого і середнього бізнесу; моніторингу і коригування реалізації підтримуючих та стимулюючих заходів держави щодо розвитку малих та середніх підприємств тощо.

Податкова політика передбачає застосування таких інструментів як податкові пільги, податкові канікули та податкові кредити; запровадження безподаткового режиму для підприємців-початківців на визначений період (два-три роки) тощо.

Фінансово-інвестиційна політика враховує використання таких інструментів державної підтримки і стимулювання розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу як пільгове кредитування; бюджетні цільові інвестиції; державні дотації, субсидії та компенсації; страхування ризиків; створення гарантійних фондів; надання державних гарантій за кредитами; пільгова оренда приміщень; лізинг; мікрофінансування; краудфандинг; венчурне кредитування; державні закупівлі; державне співфінансування; субсидування та компенсація відсоткових ставок за кредитами комерційних банків; кредитне посередництво; фінансова допомога на інноваційно-технологічний розвиток суб'єктів малого та середнього бізнесу; залучення міжнародних фінансово-кредитних інститутів до фінансування суб'єктів малого та середнього бізнесу тощо.



ДЕРЖАВНА РЕГУЛЯТОРНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ МАЛОГО ТА СЕРЕДЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА



Рисунок 1 – Організаційно-економічний інструментарій державної регуляторної політики у сфері розвитку малого та середнього підприємництва (сформовано автором)

Інформаційно-консультативне забезпечення державної підтримки суб'єктів підприємницької діяльності передбачає надання консультативних послуг з питань легалізації, ліцензування і патентування підприємств та інших питань, пов'язаних з державним регулюванням підприємницької діяльності; консалтингових та аудиторських послуг; організацію навчальних курсів і бізнес-тренінгів з питань створення та функціонування малих та середніх підприємств; створення ефективної онлайн-платформи для взаємодії бізнес-суб'єктів та держави тощо.

Інституціональне забезпечення розвитку суб'єктів підприємницької діяльності враховує використання таких інструментів як формування інфраструктури підтримки розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу; створення державних та державно-приватних фінансових інститутів; створення і розширення мережі центрів молодіжної інноваційної творчості на базі вищих навчальних закладів тощо.

Висновки та наукова новизна. Розглянуто основні спрямування державної регуляторної політики в галузі підприємницької діяльності, а саме державне регулювання підприємств і державну політику підтримки та стимулювання розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва. Вивчено наукові підходи до трактування сутності економічної категорії «державне регулювання підприємницької діяльності», що дозволило визначити, що більшість вчених розглядають дане поняття як процес різнобічного впливу держави через відповідні державні органи на суб'єкти підприємництва за допомогою правових, адміністративних та інших регулюючих норм. Також, встановлено, що деякі з вчених передбачають доповнення системи державного регулювання складовою державної підтримки та стимулювання розвитку суб'єктів підприємництва. Однак, незважаючи на деяку різнобічність поглядів науковців на систему державного регулювання економіки, визначено, що вчені одногласно наголошують на необхідності «розумного» втручання державної влади в економічні процеси. Тому розглянуто основні підходи до визначення ефективних методів та інструментів державного регулювання у сфері підприємництва і формування механізмів та інструментів державної підтримки розвитку суб'єктів підприємницької діяльності, зокрема у контексті реалізації політики дерегуляції економічних суб'єктів. Приймаючи до уваги наукові здобутки щодо розробки теоретичного базису державної регуляторної політики у сфері малого та середнього бізнесу і визначення дієвих методів та інструментів її реалізації, сформовано організаційно-економічний інструментарій державної регуляторної політики у сфері розвитку малого та середнього підприємництва, що передбачає систематизацію інструментів державного впливу за двома основними векторними спрямуваннями: інструменти державного регулювання та інструменти державної політики підтримки і стимулювання розвитку суб'єктів підприємницької діяльності. Розроблений організаційно-економічний інструментарій державної регуляторної політики у сфері розвитку малого та середнього підприємництва має значну теоретико-методичну та практичну цінність для забезпечення сталого розвитку суб'єктів підприємницької діяльності та формування сприятливого бізнес-середовища їх функціонування.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]: Відомості Верховної Ради України від 16.01.2003 р. № 436-IV. Із змінами та доповненнями, внесеними Законом України від 18 січня 2018 р. № 2269-VIII. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15/>. – Назва з екрану.
2. Шпаков В.В. Механізми державного регулювання господарської діяльності: постановка проблеми [Електронний ресурс] / В.В. Шпаков // Економічна теорія та право. – 2015. – № 3 (22). – С. 240-252. – Режим доступу: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/12/3-240-252.pdf>. – Назва з екрану.
3. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності [Електронний ресурс]: Закон України від 11.09.2003 р. № 1160-IV. Із змінами та доповненнями, внесеними Законом України від 22.09.2016 р. № 1540-VIII. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>. – Назва з екрану.
4. Козак Л.С. Інфраструктура підтримки малого та середнього підприємництва в Україні

- [Електронний ресурс] / Л.С. Козак, О.В. Федорук // Економіка та управління на транспорті. – Режим доступу: <http://publications.ntu.edu.ua/eut/2017-04/041-057.pdf>. – Назва з екрану.
5. Бевз С.І. До питання про сутність державного регулювання господарської діяльності [Електронний ресурс] / С.І. Бевз // Часопис Київського університету права. – 2015. – Вип. 3. – Режим доступу: http://kul.kiev.ua/images/chasop/2015_3/CHAS15_3.pdf. – Назва з екрану.
6. Дідківська Л. Державне регулювання економіки: навч. посіб. / Л. Дідківська, Л. Головка. – К.: Знання-Прес, 2000. – 316 с.
7. Ковний Ю.Є. Особливості процесу державного регулювання економіки [Електронний ресурс] / Ю.Є. Ковний // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.4. – Режим доступу: http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2013/23_4/233_Kow.pdf. – Назва з екрану.
8. Сергійко О.В. Державне регулювання та управління у сфері підприємництва: зміст та функції [Електронний ресурс] / О.В. Сергійко // Приватне право і підприємництво. – 2015. – Вип. 14. – С. 157-160. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pprip_2015_14_40. – Назва з екрану.
9. Шабан Р. Щодо поняття господарсько-правових засобів державного регулювання економіки за законодавством України / Р. Шабан, М. Ждан // Підприємництво, господарство і право. – 2016. – Вип. 11. – С. 84-88.
10. Швайка Л. Державне регулювання економіки: навч. посіб. / Л. Швайка. – К.: Знання, 2006. – 435 с.
11. Маматова Л.Ш. Державне регулювання підприємницької діяльності в Україні [Електронний ресурс] / Л.Ш. Маматова // Вісник Приазовського державного технічного університету. – 2017. – Режим доступу: <http://eir.pstu.edu/handle/123456789/15817>. – Назва з екрану.
12. Гуменюк В.В. Державне регулювання процесів легалізації прихованого підприємництва: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03 / Гуменюк Віталій Віталійович // Національний університет «Львівська політехніка». – Львів, 2016. – 248 с.
13. Букреєва Д.С. Удосконалення механізму розвитку малого бізнесу в Україні: податково-інтеграційний аспект [Електронний ресурс] / Д.С. Букреєва. – Режим доступу: http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/148424/%D0%91%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%B0_%D0%94.%D0%A1.pdf?sequence=1&isAllowed=y. – Назва з екрану.
14. Тимошенко О.В. Теоретичні підходи до визначення складових комплексного механізму державного регулювання підприємницької діяльності / О.В. Тимошенко // Держава та регіони. Серія: Державне управління. – 2014. – № 2 (46). – С. 72-77.
15. Щербина В. Поняття та види засобів державного регулювання господарської діяльності [Електронний ресурс] / В. Щербина // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. – 2012. – Режим доступу: http://papers.univ.kiev.ua/1/jurydychni_nauky/articles/v-shcherbinadefinition-and-types-of-government-regulation-of-business_19526.pdf. – Назва з екрану.
16. Витяг з аналітичної доповіді до Щорічного Посилання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2015 році» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.drs.gov.ua/deregulation/deregulyatsiya-biznesu-v-ukrayini/>. – Назва з екрану.
17. Гевлич Л.Л. Державна підтримка вітчизняного малого бізнесу: стан та перспективи [Електронний ресурс] / Л.Л. Гевлич, І.Г. Гевлич // Економіка та суспільство. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/11.pdf. – Назва з екрану.
18. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії та практики / З.С. Варналій. – 4-те вид. – Київ, 2008. – 302 с.
19. Квасниця О.В. Особливості державної підтримки малого бізнесу у зарубіжних країнах / О.В. Квасниця // Світ фінансів. – 2012. – № 2. – С. 177-187.
20. Подплетній В.В. Державна фінансова підтримка розвитку малих підприємств [Електронний ресурс] / В. Подплетній // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2015. – Вип. 27. – Режим доступу: <http://dSPACE.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/168/1/10.pdf>. – Назва з екрану.
21. Гордієнко Є.С. Державна підтримка розвитку малого підприємництва в Україні

[Електронний ресурс] / Є.С. Гордієнко, А.О. Гордієнко, І.М. Сидоренко. – Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/np/pdf3/13.pdf>. – Назва з екрану.

22. Криштоф Н. Формування та реалізація дієвої державної політики розвитку українського підприємництва [Електронний ресурс] / Н. Криштоф // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – Режим доступу: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2009/05/4.pdf>. – Назва з екрану.

23. Колісник Г.М. Формування ефективної інфраструктури державної підтримки розвитку малого підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / Г.М. Колісник // Науковий вісник. – Режим доступу: http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2007/17_3/271_Kolisnyk_17_3.pdf. – Назва з екрану.

канд. екон. наук, доцент **Шептуха О.М.**,
канд. екон. наук, доцент **Лаптева А. Ю.**,
магістр **Мірошниченко Я. М.**

Харківський національний університет будівництва та архітектури

РОЗРОБКА ЕФЕКТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ПОВОДЖЕННЯ З ТВЕРДИМИ ПОБУТОВИМИ ВІДХОДАМИ

Вступ. У промислово розвинених країнах політика у сфері поводження з відходами головним чином орієнтована на зменшення кількості відходів, що утворюються, та на розвиток методів їх утилізації, що може до 40% знизити потік відходів, які спрямовуються на захоронення, за порівняно невеликих витрат.

В Україні щорічно утворюється близько 11 млн. т відходів виробництва та споживання, з яких не більше 8% використовуються як вторинні матеріальні ресурси (вторинна сировина), а інші потрапляють на захоронення.

Закон України «Про відходи» [1] та інші нормативно-правові акти [2-5] дають можливість вирішити проблему поводження з відходами по-новому, застосовуючи досвід промислово розвинених країн.

Закон "Про відходи" говорить, що "оброблення (перероблення) відходів – це здійснення будь-яких технологічних операцій, пов'язаних із зміною фізичних, хімічних і біологічних властивостей відходів, з метою підготовки їх до екологічно безпечного зберігання, перевезення, утилізації чи видалення" [1].

Це означає, що із 1 січня 2018 року усе українське сміття мало сортуватися за видами матеріалів. Далі його необхідно поділити на безпечне і небезпечне для захоронення або на готове для повторного використання. Безпечне сміття транспортується на полігони. Із небезпечним проводять операції, щоб знешкодити його (перетворюють властивості або транспортують у спеціальні місця для зберігання) і відвозять на полігони. Готове для повторного використання сміття перероблюють відповідно до технологій підприємства. При цьому на звичайні сміттєзвалища не мають потрапляти відходи, які розкладаються біологічним шляхом. Але норма про заборону захоронення неперероблених побутових відходів не запрацювала із 1 січня 2018 року, тому що в Україні поки що немає для цього необхідної інфраструктури.

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо поводження з твердими побутовими відходами в м. Харкові.

Досягнення поставленої мети дослідження зумовило необхідність вирішення таких завдань:

- систематизувати й узагальнити сучасні підходи до поводження з відходами;
- дослідити стан поводження з твердими побутовими відходами в Україні та м. Харкові та виділити основні проблеми у сфері санітарного очищення міст;
- розробити ефективну політику поводження з твердими побутовими відходами у м. Харкові.

Об'єкт дослідження – політика поводження з твердими побутовими відходами.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні засади розробки політики поводження з твердими побутовими відходами в Харківській області.

Питання, пов'язані зі збиранням, вивезенням, утилізацією та переробкою відходів, дуже широко обговорюються рядом науковців – зокрема, Бабаєвим В. М. [6], Борисенко К. [7], Гулим А. В. [9], Михайленко В. [10], Міщенко В. С. [11], Погрібним І. Я. [12] та ін.

Реалізація принципів ієрархії управління відходами забезпечила за останнє десятиліття революційні зміни у вирішенні проблеми ТПВ у провідних країнах Європейського союзу: в якості вторинних матеріальних ресурсів там використовують 40-65% відходів, спалюють з утилізацією енергії 25-35%, захоронюють в середньому 10-20%.

У теперішній час захоронення відходів є основним варіантом видалення відходів, що наразі застосовується в Україні. З наявних місць видалення відходів переважна більшість експлуатується, незначна кількість припинила діяльність і лише на окремих проведено рекультивацію шаром землі або інертними матеріалами. Все ще спостерігається несанкціоноване вивезення відходів до вже закритих місць видалення відходів. Менше однієї третини місць видалення відходів паспортизована, а експлуатація решти є такою, що не відповідає вимогам законодавчої бази.

Нормативно-правове управління сферою поводження з відходами забезпечують Закони України “Про відходи” [1], “Про охорону навколишнього природного середовища” [2], “Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення” [3], Постанова Верховної Ради України “Про основні напрями державної політики України в галузі охорони довкілля, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки”, “Програма поводження з твердими побутовими відходами в Україні” [5].

Результати дослідження. В Україні за 2016 рік (без урахування даних АР Крим та м. Севастополь) утворилось понад 49 млн. м³ побутових відходів, або близько 11 млн. тонн, які захоронюються на 5,5 тис. сміттєзвалищ і полігонів загальною площею понад 9 тис. га.

Понад 78% населення України охоплено послугами з вивезення побутових відходів. Найгірший показник у Волинській та Луганській областях, який складає 61%.

Завдяки впровадженню в 575 населених пунктах роздільного збирання побутових відходів, роботі 22 сміттєсортувальних ліній, 1 сміттєспалювального заводу і 3 сміттєспалювальних установок перероблено та утилізовано близько 5,8% побутових відходів, з них: 2,71% спалено, а 3,09% побутових відходів потрапило на заготівельні пункти вторинної сировини та сміттєпереробні заводи.

Кількість перевантажених сміттєзвалищ становить 305 од. (5,6%), а 1646 од. (30%) не відповідають нормам екологічної безпеки.

Неналежним чином проводиться робота з паспортизації та рекультивації сміттєзвалищ. З 1551 сміттєзвалищ, які потребують паспортизації, у 2016 році фактично паспортизовано 380 од. (потребує паспортизації 21 % сміттєзвалищ від їх загальної кількості). Найбільша кількість полігонів, які потребують паспортизації, у Дніпропетровській області – 66% від загальної кількості полігонів в області та Запорізькій області – 57 %. З 509 сміттєзвалищ, які потребують рекультивації, фактично рекультивовано 86 од. (7,7% потребує рекультивації). Найбільша кількість полігонів, які потребують рекультивації, у Закарпатській області – 66 % від загальної кількості полігонів в області.

Потреба у будівництві нових полігонів складає понад 433 одиниці. Найбільша потреба у будівництві нових полігонів у Дніпропетровській області – 51 одиниць та Запорізькій області – 42 одиниці.

Через неналежну системи поводження з твердими побутовими відходами в населених пунктах, як правило у приватному секторі, щорічно виявляється понад 27,5 тис. несанкціонованих звалищ, що займають площу 1,2 тис. га, з них ліквідовано у 2016 році понад 27,4 тис несанкціонованих звалищ площею 1,1 тис. га.

Проводиться відповідна робота зі створення ринкових умов та розвитку конкурентного середовища. Так, у 2016 році, надавали послуги у сфері санітарної очистки 1143 організацій, в тому числі 292 приватної власності (26%). Найбільша кількість підприємств приватної форми

власності у цій сфері у м. Києві (83%) та Закарпатській області (58%). Чисельність працюючих у сфері поводження з побутовими відходами складає майже 16 тис. осіб.

Загальна кількість спеціально обладнаних транспортних засобів складає понад 3,5 тис. одиниць. Середній показник зношеності спецавтотранспорту у 2016 році складає 66%. Найменший відсоток зношеності сміттєвозів у Полтавській та Хмельницькій областях (45%).

Середній тариф на поводження з побутовими відходами в країні становив близько 65,3 грн./м³, у тому числі за захоронення – 19,45 грн./м³. Середній тариф на поводження з побутовими відходами для населення становив понад 54 грн./м³, у т.ч. за захоронення – понад 16 грн./м³.

За експертними оцінками, обсяг реалізацій послуг з вивезення побутових відходів у 2016 році складає понад 2 млрд. грн. Обсяг сплачених послуг складає понад 1,97 млрд. грн. (95% від наданих послуг).

За даними Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, в Україні у 2017 році у 822 населених пунктах (без урахування даних АР Крим та м. Севастополь) впроваджувалося роздільне збирання побутових відходів.

У 20 населених пунктах працювало 25 сміттєсортувальних ліній: у м. Вінниця, смт Муровані Курилівці, с. Брище Луцького району Волинської області, м. Дніпро, м. Краматорськ, м. Запоріжжя, м. Біла Церква, м. Обухів, м. Буча, м. Ірпінь, смт Володарка Київської області, м. Кропивницький, м. Червоноград та с. Єлиховичі Львівської області, селах Абрикосове та Доброжанове Одеської області, м. Суми, м. Чернівці, с. Плебанівка Тернопільської області, м. Київ (6 сортувальних ліній).

Утилізація побутових відходів здійснювалося на сміттєспалювальному заводі в місті Києві, а також експлуатувалися сміттєспалювальна установка в м. Люботин Харківської області та дві сміттєспалювальні установки в м. Харків. Крім того, у 20 населених пунктах будуються сміттєсортувальні комплекси.

З метою надання якісних послуг з вивезення побутових відходів та охоплення всього населення цією послугою у 2017 році передбачено придбання на суму понад 102 млн. гривень майже 23 тис. контейнерів для збирання побутових відходів, з них біля 7 тис. контейнерів для роздільного збирання побутових відходів, та 186 спеціально обладнаних транспортних засобів на суму майже 340 млн. гривень. Закупівля контейнерів та сміттєвозів заплановано за рахунок коштів місцевих бюджетів, з фондів регіонального розвитку та охорони навколишнього природного середовища та за рахунок коштів підприємств.

На 57 полігонах наявна система збирання фільтрату, в тому числі на 40 полігонах наявна система знезараження фільтрату, на інших – влаштовано резервуари накопичувачі, колодязі або лотки, звідки періодично фільтрат транспортується на очисні споруди. На 13 полігонах влаштовано систему вилучення біогазу в населених пунктах. Із них на 6 полігонах у м. Вінниця, м. Запоріжжя, м. Рівне, с. Нова Долина Овідіопольського р-ну Одеської області, с. Комуніст та смт. Слобожанське Зміївського району Харківської області біогаз факельно спалюється, на 8 – експлуатуються когенераційні установки. Когенераційні установки експлуатуються на полігонах ТПВ в населених пунктах: м. Вінниця; м. Ковель Волинської області; м. Ужгород (с. Барвінок); м. Івано-Франківськ; с. Глибоке Бориспільського р-ну Київської області; с. Рожівка Броварського р-ну Київської області; с. Підгірці Обухівського р-ну Київської області; м. Черкаси.

Згідно з положеннями Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» (стаття 30) вирішення питань збирання, транспортування, утилізації та знешкодження побутових відходів відноситься до компетенції виконавчих органів сільських, селищних, міських рад.

Впродовж останніх років у м. Харкові також реалізується низка заходів щодо удосконалення процесів поводження з відходами. Цілеспрямовано ведеться робота з наведення порядку та ефективного використання звалища в м. Дергачі, побудовано комплекс по управлінню побутовими відходами у м. Богодухів та ведеться будівництво полігону у м. Люботин.

Але у зв'язку з недостатністю коштів, порушенням вимог проектів при експлуатації звалищ та відсутністю перспектив їх розвитку, ситуація в санітарному очищенні м. Харкова все більше ускладнюється.

Фактично сьогодні діє лише одне сміттєзвалище в Дергачах, потужність якого вичерпано, сміттєспалювальний завод в Безлюдовці не працює, будівництво нового полігону не закінчено.

У Харкові, значному промисловому місті України, спостерігається поступове збільшення обсягів утворення та накопичення відходів виробництва і споживання, які є одним з найвагоміших факторів забруднення навколишнього середовища і негативного впливу на всі його компоненти, а також на здоров'я населення.

Щорічно у м. Харкові утворюється понад 2,4 млн. м³ (або понад 6600 м³ на добу), з яких 1,9 млн. м³ утворюється у житловій забудові міста, решта ТПВ – на підприємствах неvirобничої сфери та промислових підприємствах (в т.ч. 3130 м³ на рік промислових відходів III-IV класів, що близькі за складом до побутових і підлягають вивезенню на полігони ТПВ).

Сьогодні система поводження з твердими побутовими відходами, що функціонує в м. Харкові, включає збирання, транспортування та захоронення твердих побутових відходів житлової забудови та підприємств неvirобничої сфери.

Захоронення основної маси твердих побутових відходів, що утворюються в місті, здійснюється на Дергачівському звалищі ТПВ, яке функціонує з 1975 року і використовується для знешкодження побутових відходів, видалених із території міст Харків та Дергачі. Тверді побутові відходи, які утворюються в Індустріальному, Немишлянському та частково Слобідському районах, вивозяться на полігон АТЗТ «Підприємство Харківського району «Перероблюючий завод» в урочищі Писаренків Яр.

У Харківському регіоні промислова переробка компонентів ТПВ (відсортованих із загального збору або роздільно зібраних) знаходиться в початковій стадії. Рядом інститутів і організацій з 1998 року ведуться дослідні та проектні роботи з організації переробки в місті вторинних полімерних матеріалів з ТПВ [6]. В квітні 2001 року було здано в експлуатацію дослідно-експериментальне підприємство (ДЕП), проектною потужністю 1000 т/рік; розроблена та освоєна технологія переробки полімерних відходів. Інститутом «ЮжтрансНДІпроект» розроблений робочий проект дослідно-експериментального виробництва із сортування та переробки ТПВ потужністю 40000 т/рік. Але цих заходів недостатньо для суттєвого поліпшення стану переробки та рециклінгу ТПВ у м. Харкові.

Таким чином, на сьогодні:

1. У місті відсутня єдина централізована система збирання, переробки і захоронення твердих побутових відходів, недостатні заходи з контролю цієї сфери;

2. 40 років не розроблялася схема санітарного очищення м. Харкова. Схема була розроблена ще в 1978 році інститутом «УкрКомунНДІпроект» і частково реалізована. Однак за минулий час відбулися докорінні зміни рівня технічних розробок, методів проектування, екологічних вимог, а також соціальних умов і економічного стану держави. Більшість нереалізованих положень попередньої схеми застаріла, не відповідає сучасному рівню розвитку комунального господарства міста, а також сучасному світовому рівню техніки і екологічної безпеки, і потребує нових пропозицій та обґрунтувань.

Для поліпшення санітарно-епідеміологічної ситуації у місті Харкові необхідно прийняття і здійснення неординарних рішень, які не тільки могли б забезпечити скорочення як фінансових витрат, так і часу для розвитку сфери поводження з відходами в місті Харкові, а й були б досить екологічно і економічно ефективними.

У зв'язку з цим пропонується нова комплексна концептуальна політика поводження з відходами в місті, головними завданнями якої є:

- комплексне охоплення усіх видів відходів;
- впровадження структурної схеми управління сферою поводження з відходами;
- створення системи територіальних сміттєпереробних центрів (СПЦ) з обладнанням для селективного відбору ресурсно-цінних компонентів і їх переробки у корисні продукти, в тому числі – для виготовлення кінцевого продукту у вигляді паливного брикету.

Основними функціями територіальних сміттепереробних центрів є:

- приймання, сортування, переробка ТПВ;
- знезараження, відправка вторсировини на інші переробні підприємства;
- спалювання або поховання неутилізованих залишків.

Вони обладнуються:

- спеціалізованим автотранспортним парком, технологічними сортувальними установками із забезпеченням брикетування або пакетування;
- спеціалізованим контейнерним парком для забезпечення селективного збору;
- спеціальними пристосуваннями для ущільнення відходів;
- малими сміттеспалювальними установками, в т.ч. розміщеними в зонах медкомплексів;
- мобільними сміттеперевантажувальними і ущільнюючими установками;
- обладнанням для переробки відходів з відсортуванням цінних компонентів і отриманням паливних брикетів для спалювання в опалювальних, керамзитових, цементних печах.

СПЦ забезпечують систему експлуатації спеціалізованих полігонів з:

- поховання і переробки інертних (дорожньо-будівельних відходів);
- захоронення або переробки в компости і гумус біовідходів (зеленої маси від садово-городніх культур, сезонного збору листя, харчових відходів та ін.);
- тимчасового високонавантаженого складування відходів з відведенням та очищенням фільтрату і скиданням його в міську каналізацію;
- зливу рідких нечистот (зливні станції).

Перелік основних заходів, необхідних для організації роздільного збору ресурсно-цінних компонентів ТПВ, наведений в таблиці 1.

Таблиця 1

Перелік основних заходів, необхідних для організації роздільного збору ресурсно-цінних компонентів ТПВ, а також орієнтовна частка витрат, необхідних для їх здійснення, % від загального обсягу

Заходи	Частка витрат, % від загального обсягу
Оснащення об'єктів збирання закритими сміттевими баками лише для харчових відходів та інших видів біомаси	32-40
Оснащення об'єктів збирання спеціальними мішками для збирання макулатури, металолому, пластмаси, скла, ветоші, деревовідходів	25-30
Обладнання спецприміщень для збирання великогабаритних побутових приладів, радіо-, теле-, аудіотехніки, холодильників, меблів	3-5
Обладнання спеціальних місць, майданчиків для будівельного сміття від ремонтно- та дорожньо-будівельних робіт	15-20
Обладнання спеціальних місць для збирання рослинних (сезонних) відходів: трави, листя, бур'яну	8-12
Ємність для збирання екологічно небезпечних відходів (ртутні лампи, термометри, залишки ліків)	2-3
Розробка та затвердження міськвиконкомом правил роздільного селективного збирання відходів з відпрацюванням нормативно - технічної документації та технологічних правил, узгоджених у встановленому порядку	2-3

Для реалізації перерахованих завдань політики поводження з відходами необхідно передбачити:

1) забезпечення комплексного підходу до проблеми поводження з відходами, з урахуванням гальваностоків, рідких нечистот, селективного збору відходів (на I етапі - від торгових, громадських, адміністративних організацій, на II етапі - від населення);

2) в якості основної ланки при вирішенні питань санітарного очищення міста рекомендується використовувати КП «Комплекс з вивозу побутових відходів», планомірно здійснюючи його переоснащення і модернізацію:

- спецтранспортними засобами;
- спеціалізованими контейнерами із металопласмаси, виконаними на євровівні;
- мобільними сміттєперевантажувальними і сортувальними установками;
- малими сміттєспалювальними установками харківського виробництва з обов'язковим розміщенням їх на медкомплексі;

3) створення сміттєпереробних центрів (СПЦ) на територіях непрацюючих підприємств будіндустрії з частковим використанням їх виробничих площ і інженерних комунікацій для сортування ТПВ та переробки вторинної сировини. У перспективі передбачається використання технології та обладнання, виготовлення якого планується на заводі ім. Малишева (наприклад, за пропозиціями фірми «ORFA» та інших зарубіжних фірм);

4) створення мережі спеціалізованих полігонів інертних матеріалів (ПІМ) для переробки відходів від ремонтно-будівельних та дорожніх робіт, а також біополігонів (БП) для компостування відходів від садово-паркових робіт та інших органічних відходів;

5) визначення шляхів вирішення проблем фінансового і технічного характеру з санітарного очищення приватного сектору;

6) реалізація Постанови Кабінету Міністрів України від 26 липня 2001 р. №915 «Про впровадження системи збирання, сортування, транспортування, переробки та утилізації відходів як вторинної сировини» [4], заохочення пропозицій комерційних структур та державних підприємств, здатних інвестувати створення переробної галузі;

7) обов'язкове ліцензування послуг санітарного очищення та сфери поводження з відходами на рівні Харківського міськвиконкому або, як передбачено Законом «Про відходи» [1], участь міських служб у видачі дозволів Управлінням екологічної безпеки харківської облдержадміністрації. Необхідним є вихід із законодавчою ініціативою про внесення до Закону вимог про ліцензування всього комплексу робіт з поводження з відходами для великих міст;

8) фінансування всіх напрямів, пов'язаних з поводженням з відходами, повинно бути відкритим та прозорим. Реалізація всіх програм у даній галузі комунального господарства повинна контролюватися Наглядовою радою при Харківській міській раді.

Максимально можливу вигоду при впровадженні пропонованої політики можна отримати за рахунок:

1) вилучення при сортуванні вторинної сировини: чорних та кольорових металів, паперу, картону, текстилю, полімерних матеріалів, плівки, деревини, скла;

2) переробки відсортованих спалюваних ТПВ у паливні гранули, брикети (з підвищенням їх калорійності шляхом збагачення нафтовмісними техногенними відходами) та використанням їх, в цілях економії, замість непоновлюваного органічного палива у котельних, ТЕЦ, на цементних заводах;

3) переробки відсортованої вторинної сировини, в першу чергу пластмасових відходів – у вторинну сировину та вироби, необхідні для потреб житлово-комунального господарства, будівництва та інших галузей (труби, плівка, пакування для сміття, малі форми, європіддони).

Рекомендуються наступні першочергові заходи:

1. Створення у м. Харкові п'яти сміттєпереробних центрів (СПЦ), об'єднуючих переробку ТПВ декількох територіально близьких районів м. Харкова:

1) на території домобудівельного комбінату №1 (ДСК-1) – Індустріальний, Немишлянський, Московський райони;

2) на території Куряжського промвузла – Холодногірський, Новобаварський райони;

3) на території Безлюдівського сміттєспалюючого заводу – Основ'янський, Слобідський райони;

4) на території цегляного заводу «Комсомолец» - Шевченківський та Київський райони;

5) на території відомчого СПЦ Південної залізниці на станції Харків-Сортувальний.

Центри створюються переважно на базі підприємств будіндустрії, з частковим використанням їх виробничих площ, діючого обладнання та інженерного забезпечення, що значно зменшить капітальні витрати і дозволить скоротити термін їх введення в дію. Остаточне розміщення СПЦ визначається при розробці першочергових заходів Політики.

Основне і додаткове технологічне обладнання планується вітчизняне, яке виготовляється у м. Харкові, Дніпрі, Краматорську. Деякі високотехнологічні позиції можуть бути придбані за кордоном.

2. Створення не менше трьох тимчасових «висотних» полігонів ТПВ, переважно на базі рекультивованих ділянок завершених експлуатацією звалищ (передбачувані варіанти розміщення у ТЕЦ-5, Дергачах, Безлюдовці), які дозволять протягом 2-3 років складувати ТПВ валового збору і фракції сортованих відходів, що не підлягають утилізації.

Поряд з наведеними вище заходами, які вимагають визначених капітальних вкладень, пропонується здійснити:

1. Негайне повернення до системи роздільного збирання харчових відходів у населення, однак без повторення помилок минулих років, коли вони спрямовувалися на корм худобі. Замість цього зібрану біомасу необхідно направляти на компостування.

2. Створення при центрах із сортування та переробки ТПВ та тимчасових полігонах майданчиків (або камерних установок) компостування зібраної біомаси (харчових відходів, опадів листя, зрізу дерев і т.п.) з широким використанням вермикультури (хробаків) - наприклад, на базі діючої установки на ДСК-1 з виробництва біогумусу.

3. Організація збирання тари, упаковки, разового посуду від торгових мереж, підприємств громадського харчування та вулиць міста.

У результаті впровадження сортування ТПВ (при роздільному зборі біомаси) з'являється можливість:

1. Організації виробництва широкої номенклатури виробів і матеріалів:

- полімерного грануляту і виробів з нього;
- паливного брикету;
- компосту і біопалива;
- наповнювачів для бетону і гравію для підсилення доріг;
- теплоізоляційних матеріалів (ековати та ін.);
- конструкційних матеріалів (типу ДСП) з використанням макулатури;
- полімерних черепиці та шиферу;
- гумополімерних виробів і покрівельних матеріалів.

2. Поставки для подальшої переробки підприємствам чорного і кольорового металу, макулатури, полімерів, склобою, в тому числі:

- ТОВ «Вторчермет» і «Вторкольормет» - чорного і кольорового металу - по 560-1400 грн/т;

- ПАТ «Роганська картонна фабрика» - макулатури (паперу, картону, ветоші) - по 350-630 грн/т;

- ТОВ «Малинівський склозавод» - склобою - по 280-350 грн/т;

- ТОВ «Харпластмасс» - полімерних матеріалів - по 210-1400 грн/т;

- ТЕЦ, котельним, цементним заводам - паливних гранул - по 350 грн/т.

Орієнтовний обсяг капіталовкладень, необхідних для реалізації зазначених заходів, наведено в таблиці 2.

При фінансуванні цих робіт можна використовувати взаємозаліки підприємств з міським бюджетом, в т. ч. - з податку на землю, а також доходи, отримані в результаті реалізації продукції переробки відходів.

Таким чином, витрати на здійснення пропонованих першочергових заходів складатимуть приблизно 280 млн. грн. для переробки 810 тис. тонн ТПВ на рік.

Очікуваний річний дохід від реалізації роздільно зібраних або відсортованих ресурсно-цінних відходів складатиме близько 138,6 млн. грн. та наведений в таблиці 3.

Таблиця 2

Система територіальних сміттєперероблюючих центрів, спецполігонів, установок для сфери поводження з відходами у м. Харкові

Райони міста	Основні об'єкти сфери поводження з відходами	Потужність, тис. т на рік	Вартість об'єктів, млн. грн.		
			разом	в т.ч.	
				БМР	обладнання
Московський, Індустріальний, Немишлянський	Сміттєперероблюючий центр (СПЦ) на ДСК-1	200	70	42	28
	Полігон інертних матеріалів (ПІМ) (відходів дорожніх та ремонтно-будівельних робіт) – в кар'єрі заводу «Будкераміка»		3,5	-	-
	Біополігони (БП), компостувальні майданчики: - Салтівське шосе, дослідне господарство «Українка»;		3,5	-	-
	- ДСК-1.		3,5	-	-
Слобідський, Основ'янський	СПЦ поряд із закритим сміттєспалювальним заводом на Безлюдівці	100	42	24,5	17,5
	Тимчасовий висотний полігон на Безлюдівці	80	8,4	3,5	4,9
	ПІМ на Основ'янському озері (кар'єр ЗЗБК-3), у кар'єрі біля мотелю «Дружба»	-	7	-	-
	БП на комплексі біологічного очищення «Безлюдівський»	-	3,5	-	-
Холодногірський, Новобаварський	СПЦ – Куряжський промвузол	100	42	24,5	17,5
	Тимчасовий висотний полігон на ТЕЦ-5	80	8,4	3,5	4,9
	ПІМ у кар'єрі кераміко-трубного заводу		7		
	БП на цегляному заводі №15		3,5		
Шевченківський, Київський	СПЦ – цегляний завод «Комсомолец»	150	56	35	21
	Тимчасовий висотний полігон в Дергачах	100	8,4	3,5	4,9
	БП у Великій Данилівці, Лісопарці, сел. УФТІ		6,3		
Всі райони міста	Установки підготовки до спалювання паливних брикетів – в діючих котельнях, ТЕЦ, підприємствах		7		
Разом		810	280		
За рахунок коштів Південної залізниці	Відомчий СПЦ Південної залізниці на ст. Харків-Сортувальний	50	21		

Таблиця 3

Очікуваний річний дохід від реалізації роздільно зібраних або відсортованих ресурсно-цінних відходів

Найменування компонентів, що реалізуються	Од. вим.	Кількість	Вартість	
			Одиниці, грн. за 1 т	Дохід, млн. грн.
Пластмаса	тис. т.	40	210	8,4
Склобій	тис. т.	30	280	8,4
Метал	тис. т.	20	700	14
Макулатура	тис. т.	60	630	37,8
Біогумус	тис. т.	70	100	7
Паливний брикет	тис. т.	200	315	63
Сукупний дохід				138,6

Для порівняння, існуючі витрати на вивезення та захоронення тпв всього міста в кількості 610 тис. Тонн (без сортування і переробки) складають близько 126 млн. Грн./рік при тарифі 77 грн./ м3. При впровадженні заходів, які пропонуються данною політикою, буде також отримана додаткова економія за рахунок зниження транспортних витрат та зменшення обсягу тпв, які вивозяться на звалище.

Порівняльна (орієнтовна) структура витрат і прибутку на 1 т тпв за різних технологій наведена в таблиці 4.

Таблиця 4

Порівняльна структура витрат і прибутку на 1 т тпв

Статті витрат	Одиниця виміру	Технологія переробки	
		Захоронення на полігоні в дергачах	На сміттєперероблювальному центрі
Збирання ТПВ	грн/т	168	168
Транспортування до місця захоронення або переробки	грн/т	47	21
Сортування і переробка	грн/т	-	56
Захоронення на полігоні	грн/т	4,9	7
Спалення	грн/т	-	7
Невраховані витрати	грн/т	10,5	10,5
Разом витрати	грн/т	230,4	269,5
Прибуток від реалізації продукції	грн/т	-	112
Разом з урахуванням прибутку	Грн/т	230,4	157,5

Очікуваний термін окупності пропонованої політики – менше 3 років.

Для успішної реалізації даної політики необхідно проведення загальної роз'яснювальної кампанії в ЗМІ, виховуючої роботи серед усіх верств населення, стимулювання роботи збирачів харчових відходів, залучення екологічних, санітарних та правоохоронних органів для контролю за станом території міста.

Висновки та наукова новизна.

1. Автором визначено, що в якості вторинних матеріальних ресурсів у провідних країнах Європейського союзу використовують 40-65% відходів, спалюють з утилізацією енергії 25-35%, захоронюють в середньому 10-20%. На жаль, у теперішній час захоронення відходів є основним варіантом видалення відходів, що наразі застосовується в Україні.

2. Доведено, що сучасний стан системи санітарної очистки в м. Харкові характеризується: послабленням контролю за збиранням, вивезенням, знешкодженням та захороненням ТПВ; застосуванням застарілих технологій і засобів механізації; критичним станом Дергачівського звалища ТПВ; перманентним утворенням несанкціонованих звалищ.

3. У зв'язку з цим пропонується нова комплексна концептуальна політика поводження з відходами в місті, головними завданнями якої є: комплексне охоплення усіх видів відходів; створення системи територіальних сміттєпереробних центрів (СПЦ) з обладнанням для селективного відбору ресурсно-цінних компонентів і їх переробки у корисні продукти.

4. Запропоновано нову структурну схему переробки ТПВ у м. Харкові, яка передбачає створення п'яти сміттєпереробних центрів (СПЦ), об'єднуючих переробку ТПВ декількох територіально близьких районів, і не менше трьох тимчасових «висотних» полігонів ТПВ, переважно на базі рекультивованих ділянок завершених експлуатацією звалищ (передбачувані варіанти розміщення у ТЕЦ-5, Дергачах, Безлюдівці), які дозволять протягом 2-3 років складувати ТПВ валового збору і фракції сортованих відходів, що не підлягають утилізації.

5. Таким чином, на основі запропонованої політики розраховано витрати на здійснення першочергових заходів, які складатимуть приблизно 280 млн. грн. для переробки 810 тис. тонн ТПВ на рік. Очікуваний річний дохід від реалізації роздільно зібраних або відсортованих ресурсно-цінних відходів складатиме близько 138,6 млн. грн. Було визначено, що очікуваний термін окупності запропонованої політики – менше 3 років.

Список використаних джерел

1. Про відходи : Закон України від 5 травня 2005 р. №187/98-ВР/ Верховна Рада України. Київ : Парламентське видавництво, 2005. 35 с.

2. Про охорону навколишнього природного середовища : Закон України від 25 червня 1991 року №1264-ХІІ/ Верховна Рада України. Київ : Парламентське видавництво, 1991. 45 с.

3. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення : Закон України від 24 лютого 1994 року №4004-ХІІ / Верховна Рада України. Київ : Парламентське видавництво, 1994. 32 с.

4. Про впровадження системи збирання, сортування, транспортування, переробки та утилізації відходів як вторинної сировини : Постанова Кабінету Міністрів України від 26 липня 2001 р. №915 / Державні будівельні норми України "Полігони твердих побутових відходів". ДБН В.2.4-2-2005.

5. Програма поводження з твердими побутовими відходами : Постанова Кабінету міністрів України від 4 березня 2004 р. №265 URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/265-2004-%d0%bf> (дата звернення: 15.03.2018).

6. Бабаев В.Н., Горох Н. П., Коваленко Ю. Л., Коринько И. В., Науменко А. С. Полимерные отходы в коммунальном хозяйстве города : учеб. пособие для студ. спец. "Водоснабжение и водоотведение", "Экология и охрана окружающей среды" / под общ. ред. В.Н. Бабаева. Харьков : ХНАГХ, 2004. 375 с.

7. Борисенко К. Україна сміттєспалювального періоду. URL: <http://www.tema.in.ua/article/6590.html/> (дата звернення: 15.03.2018).

8. Веклич О.О. Сучасний стан і ефективність економічного механізму екологічного регулювання. Економіка України. 2003. №10. С.62-70.

9. Гулий А.В. Удосконалення управління відходами виробництва та споживання у контексті впровадження в Україні засад сталого розвитку. Збірник наукових статей ІІІ-го Всеукраїнського з'їзду екологів з міжнародною участю. 2011. Том 2. С.684-687. URL: <http://eco.com.ua/> (дата звернення: 15.03.2018).

10. Михайленко В. Звалища - виклик сталому розвитку. Віче. 2008. № 15. С. 58-60.

11. Міщенко В.С., Виговська Г.П. Удосконалення системи управління відходами в Україні в контексті європейського досвіду. Київ: Лазурит-поліграф, 2012. 120 с.

12. Погрібний І.Я. Економіка управління відходами з урахуванням сучасних умов переробки. Ефективна економіка. №12. 2012. С. 7-11.

д-р екон. наук, професор **Якименко-Терещенко Н. В.**,
магістрант **Іванішина Д. В.**
Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У зв'язку з політичною та економічною ситуацією в Україні спостерігається стрімка тенденція до зменшення кількості підприємства, значна частина з яких була ліквідована внаслідок збитковості. За даними Держкомстату, частка підприємств, які одержали прибуток (у відсотках до загальної кількості підприємств), склала у січні-вересні 2017 р. - 69,7 %, у 2016 р. - 73 %, у 2015р. - 73,3 %, у 2014 р. - 65,5 %, у 2013 р. - 65,0 %, у 2012 р. - 63,0 %.

Прибуток – одна з ключових економічних категорій, що пов'язана із діяльністю підприємства. Нині в Україні в умовах реформування економіки спостерігається тенденція до значного зниження рівня рентабельності виробництва, а тому чим більше уваги приділяється цій економічній категорії, тим ефективніше функціонує підприємство. Прибуток у трансформаційний період виступає як об'єкт та інструмент управління, в якому сконцентровано інтереси майже всіх суб'єктів економічної діяльності. Він є джерелом фінансових ресурсів суб'єктів господарювання та держави. Як особливе джерело формування й поповнення фінансових ресурсів підприємницьких структур прибуток із переходом до ринкової економіки є тією частиною грошових нагромаджень підприємства, яка сприяє розширенню виробництва та підвищенню добробуту акціонерів. В цьому полягає відтворювальна та стимулююча функція прибутку. Як важливий показник оцінки фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання, його фінансового стану і перспектив розвитку прибуток є показником ефективності функціонування підприємства в цілому й фінансових можливостей держави. Саме тому він виконує контролюючу функцію та сигналізує про необхідність заходів щодо зменшення собівартості продукції, нарощування обсягів виробництва, доцільності змін у ціновій політиці, розширення асортименту товарів.

Економічна роль прибутку проявляється у його таких рисах:

- 1) прибуток є рушійною силою (чинником) розвитку економіки та суспільства, спонукальним мотивом підприємницької діяльності.
- 2) сприяє ефективному розподілу та використанню ресурсів, упровадженню досягнень науково-технічного прогресу, скороченню витрат, поліпшенню якості продукції та споживчих властивостей;
- 3) джерело розширення суспільного виробництва, примноження національного багатства та зростання задоволення потреб суспільства.

Проблемам управління прибутком на підприємстві присвячені праці науковців України і зарубіжжя. Серед них варто назвати Вороніну В. Л., Гуткевич С. О., Денисенко Л. О., Майбороду О. Є., Мелень О. В., Романову Т. В., Субботович Ю. Л. [1- 3, 6, 7, 10, 11].

Здійснення господарської діяльності підприємства передбачає ефективне поєднання великої кількості організаційних, трудових, матеріальних, фінансових та інших ресурсів. Успішність таких дій вимірюється шляхом співставлення отриманого результату з витратами, понесеними для його досягнення. Результат господарської діяльності може мати дві форми прояву: позитивний і негативний. Головною метою створення та подальшого розвитку будь-якого суб'єкту господарської діяльності, незалежно від виду його діяльності чи форми власності, є отримання саме позитивного кінцевого фінансового результату, тобто прибутку.

Прибуток є центральною категорією в економіці кожного підприємства, а тому навколо цього питання завжди точилися дискусії як серед економістів, так і серед бухгалтерів. Проблема визначення терміна «прибуток» належить до найскладніших, важких і виключно гострих проблем економічної теорії та бухгалтерської практики. Термін «прибуток» витримав найзапеклішу полеміку в політекономії. Спочатку стверджувалось, що прибуток є категорією виключно капіталізму. Пізніше вчені дійшли висновку, що прибуток – необхідна умова успішного ведення господарства.

Розвиток теорії прибутку здійснювався за двома провідними напрямками: компенсаторним та функціональним. Перший із них пояснює походження прибутку як винагороду, плату підприємцю, власникам підприємства за вкладений капітал, прийняття ризику, а також успішне виконання економічних та управлінських функцій. Друга група функціональних теорій належить до об'єктивних концепцій, у яких визначальну роль у створенні прибутку відведено економічному середовищу: монопольному становищу підприємства, кон'юнктурному та інституціональному поясненню виникнення прибутку. Західні концепції сутності та характеру прибутку доповнюються технологічними та інноваційними теоріями. Зміст їх полягає у тому, що прибутковість, вища за середній рівень, пояснюється результатами застосування новітніх методів виробництва та різних нововведень [11].

Сучасна економічна наука містить достатньо велику кількість визначень поняття «прибуток», що пояснюється тим, що ця категорія визначається з різних точок зору. Прибуток доцільно характеризувати з економічного, фінансового та бухгалтерського поглядів (табл. 1).

Прибуток, як економічна категорія виступає активним доходом, який представляє собою виражену в грошовій формі, реалізовану і готову до розподілу частку доданої вартості, що створюється в процесі виготовлення товарів і послуг за допомогою трьох факторів виробництва: землі, праці, капіталу та підприємницьких здібностей. При цьому, коли йдеться про працю як про джерело доданої вартості, доречно буде вести мову не лише про працю найманого робітника, а й про працю підприємця.

З фінансової точки зору прибуток – це збільшення фінансових ресурсів підприємства або його власників (у разі сплати дивідендів) за певний період часу за рахунок виробництва і реалізації товарів і послуг, а також інвестування вільного капіталу в інші підприємства.

З погляду бухгалтерського обліку, прибуток – це різниця між доходами від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства та витратами необхідними для повноцінного здійснення цих видів діяльності.

В найбільш узагальненому вигляді прибуток являє собою виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, що представляє собою різницю між сукупним доходом та сукупними витратами в процесі здійснення цієї діяльності. Таким чином, прибуток як економічна категорія відображає кінцеву грошову оцінку роботи підприємства та є найважливішим показником фінансових результатів підприємницьких структур, їх фінансового стану.

Роль і значення прибутку підприємства в умовах ринкової економіки виявляються в наступному:

- основний спонукальний мотив будь-якого виду бізнесу, головна кінцева мета підприємницької діяльності;
- створює базу економічного розвитку держави в цілому;
- виступає критерієм ефективності діяльності суб'єкта господарювання;
- постійно відтворюване джерело формування фінансових ресурсів підприємства;
- головне джерело зростання ринкової вартості підприємства.

Дефініції поняття «прибуток»

Джерело	Визначення
Господарський кодекс України	Прибуток (доход) суб'єкта господарювання є показником фінансових результатів його господарської діяльності, що визначається шляхом зменшення суми валового доходу суб'єкта господарювання за певний період на суму валових витрат та суму амортизаційних відрахувань
Онисько С.М., Марич П.М. [8]	Прибуток підприємства – отримання певного фінансового результату суб'єкта підприємницької діяльності, який здійснює виробничу, комерційну, науково-дослідну та іншу діяльність
Майборода О.Е., Сукрушева А.О., Кулиш Е.В. [6]	Прибуток підприємства – це фінансовий результат підприємства, абсолютний показник, який здійснює виробничу, комерційну, науково-дослідну та іншу діяльність та характеризує ступінь успіху проведення цієї діяльності
Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. [4]	Прибуток – сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати. Прибуток – перевищення сукупних доходів над сукупними витратами. Обчислюють як різницю між валовим вибором (без податку на додану вартість і акцизного збору) та витратами на виробництво й реалізацію продукції (робіт, послуг)
Субботович Ю.Л. [11]	Прибуток підприємства – важливе джерело поповнення фінансових ресурсів підприємств і забезпечення витрат державного бюджету в економіці перехідного періоду, а також показник кінцевого фінансового результату господарювання при проведенні ним операційної, інвестиційної, фінансової діяльності в умовах ризику, що в кінцевому підсумку приводить до збільшення власного капіталу підприємства
Кривицька О. Р. [5]	Прибуток – кінцевий результат, який створює підприємству фінансові ресурси, що необхідні для розширення його діяльності, необхідні для формування його сталості та конкурентоспроможності на ринку товарів і послуг
Поддєрьогін А.М.	Прибуток – це частина заново створеної вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу

Управлінням прибутком є процесом прийняття управлінських рішень із забезпечення заданої динаміки його зростання шляхом впливу на фактори формування, розподілу і використання, вибору оптимальної структури активів і ефективності їх використання. У довгостроковій перспективі управління прибутком повинно забезпечити конкурентні переваги за рахунок ефективного використання економічного потенціалу і обґрунтованого підприємницького ризику на тлі підвищення рівня соціальної відповідальності та відданості кооперативним цінностям і принципам.

Принципи управління прибутком залежать від багатьох факторів, головними із яких є особливості галузевої приналежності, спеціалізація підприємства, його організаційна форма і форма власності, цілі стратегічного розвитку й етапи реалізації стратегії і т.д. Це зумовлює поряд з використанням загальноприйнятих принципів управління прибутком необхідність розробки особливих принципів для кожного конкретного підприємства індивідуально, ґрунтуючись на системному підході і комплексному аналізі його діяльності.

До управління прибутком застосовуються такі наукові підходи:

- системний (прибуток підприємства розглядається як сукупність взаємозалежних

- елементів, що має вихід (мету), вхід, зв'язок із зовнішнім середовищем, зворотний зв'язок);
- комплексний (враховуються економічні, організаційні, соціальні, психологічні та інші аспекти управління прибутком підприємства та їх взаємозв'язки);
 - інтеграційний (націлений на дослідження і посилення взаємозв'язків між елементами прибутку, стадіями формування і розподілу прибутку, рівнями управління прибутком по вертикалі, суб'єктами управління прибутком підприємства по горизонталі);
 - маркетинговий (передбачає орієнтацію інструмента управління прибутком підприємства на споживача);
 - функціональний (процес управління прибутком розглядається як сукупність функцій);
 - динамічний (прибуток розглядається в діалектичному розвитку, розглядаються причинно-наслідкові зв'язки його формування, проводиться ретроспективний і перспективний аналіз);
 - відтворювальний (орієнтований на постійне поновлення власного капіталу підприємства);
 - ситуаційний (концентрується на тому, що придатність різних методів управління визначається ситуацією, яка склалася) тощо.

Головною метою управління прибутком є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості [2].

Метою управління прибутком є забезпечення збільшення добробуту власників підприємств на цей момент і у перспективі. Ця мета повинна забезпечувати одночасно гармонізацію інтересів власників з інтересами держави і персоналу підприємства. Виходячи з головної мети, система управління прибутком дає змогу вирішувати такі завдання:

- максимізація розміру прибутку, що формується відповідно до ресурсного потенціалу підприємства;
- забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку і допустимим рівнем ризику;
- забезпечення високої якості прибутку;
- забезпечення виплат необхідного рівня доходу на інвестований капітал власникам підприємства;
- забезпечення формування відповідного обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до завдань розвитку підприємства на майбутній період;
- забезпечення постійного зростання ринкової вартості підприємства;
- забезпечення ефективності програм участі персоналу щодо прибутку [3].

Методи управління прибутком підприємства поділяються на економічні, організаційно-розпорядчі, соціально-психологічні.

Економічні методи управління прибутком підприємства – система заходів, що впливає на виробництво не прямо, а опосередковано, за допомогою економічних стимулів і важелів і орієнтує діяльність підприємства і його працівників в потрібному для суспільства напрямку.

Система економічних методів управління прибутком підприємства використовує всі важелі господарювання: планування, економічний аналіз, економічне стимулювання, цінову політику, податки та ін. Використання цих важелів має бути комплексним і системним (охоплювати весь об'єкт управління).

Організаційно-розпорядчі методи управління прибутком підприємства засновані на правах і відповідальності людей на всіх рівнях господарювання. Припускають використання керівником влади, відповідальність підлеглих. Організаційно-розпорядчі методи включають прийоми і способи впливу суб'єкта управління на його об'єкт за допомогою сили і авторитету влади – указів, законів, постанов, наказів, розпоряджень, інструкцій і т.д. Вони встановлюють обов'язки, права, відповідальність кожного керівника і підлеглого (виконавця), а також кожної

ланки і рівня управління. Організаційно-розпорядчі методи забезпечують персональну відповідальність працівників апарату управління за виконання волі вищих органів влади.

Соціально-психологічні методи управління прибутком підприємства засновані на формуванні і розвитку громадської думки щодо моральних цінностей - добра і зла, моральних засад у суспільстві, ставлення до особистості і т.д. Об'єктами управління за допомогою соціально-психологічних методів є:

- особистісні характеристики працівників, а також їх психологічні та психофізіологічні особливості;
- способи організації праці і робочих місць;
- система підбору, розстановки, підготовки і перепідготовки кадрів;
- інформаційне забезпечення і його використання;
- система стимулювання працівників;
- морально-психологічний клімат в колективі;
- соціально-побутові умови праці.

Вибір методів управління прибутком підприємства залежить від:

- мети бізнесу, форми власності та господарювання;
- розміру підприємства, забезпеченості його матеріальними і трудовими ресурсами;
- рівня підготовки кадрів;
- кон'юнктури ринку;
- політики держави тощо.

Основними вимогами до процесу управління прибутком підприємства є:

1) інтегрованість з загальною системою управління підприємством (в якій би сфері діяльності підприємства не приймалося управлінське рішення, воно прямо або побічно впливає на прибуток);

2) комплексний характер формування управлінських рішень (всі управлінські рішення в області формування і використання прибутку найтіснішим чином пов'язані між собою і мають прямий або непрямий вплив на кінцеві результати управління прибутком);

3) високий динамізм управління (врахування зміни факторів зовнішнього середовища, ресурсного потенціалу, форм організації та управління виробництвом, фінансового стану та інших параметрів функціонування підприємства);

4) багатоваріантність підходів до розробки окремих управлінських рішень (підготовка кожного управлінського рішення в сфері формування, розподілу і використання прибутку повинна враховувати альтернативні можливості дій);

5) орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства (якими б прибутковими не видалися ті чи інші проекти управлінських рішень в поточному періоді, вони повинні бути відхилені, якщо вони вступають в протиріччя з місією підприємства, стратегічними напрямками його розвитку, підривають економічну базу формування високих розмірів прибутку в майбутньому періоді).

Для забезпечення чіткої дії механізму управління прибутком підприємства необхідно проаналізувати чинники впливу на прибуток підприємства. Але спочатку потрібно визначити моделі, реалізація яких пов'язана з формуванням і використанням прибутку.

1. Модель максимізації прибутку – вперше сформульована в 1938 р. А. Курно, далі розвинена у працях представників неокласичної школи (Дж. Хікс, Дж. Робінсон, У. Баумоль й ін.). Функціонування підприємства визначається цільовою функцією, яка базується на урівноваженні показників граничного доходу та граничних витрат суб'єкта господарювання. В ринкових умовах максимізація прибутку може виступати як одне з найважливіших завдань фінансово-господарської діяльності, але не як головна мета функціонування підприємства.

2. Модель мінімізації трансакційних витрат – базується на теоретичних підходах неінституціоналізму. Р. Коуз уперше ввів поняття «трансакційних витрат» як витрат на обслуговування угод ринку. В результаті наявність трансакційних витрат підприємства

потребують значного розширення обсягу облікових робіт. Водночас критерій мінімізації трансакційних витрат не забезпечує оцінку зусиль підприємства з комплексної економії його ресурсів у зв'язку з тим, що поза увагою залишаються всі інші види його витрат (не пов'язані з обслуговуванням комерційних угод).

3. Модель максимізації обсягу продаж. Даний цільовий критерій оптимально відображає результати ділової активності підприємства в ринковому середовищі, а максимізація обсягу продажу інтегрує у своєму складі й максимізацію прибутку. Крім того, він відображає результати реалізації не лише економічної, а й соціальної місії підприємства, спрямованої на забезпечення потреб покупців у товарах, послугах, роботах. У психологічному плані, як управлінський апарат, так і працівники більш чутливі до кількісних показників діяльності підприємства.

4. Модель максимізації темпів зростання підприємства. Економічне зростання підприємства має місце тільки тоді, коли буде дотримуватися взаємопов'язане і взаємоузгоджене зростання різних показників, зокрема темпи зростання власного капіталу в грошовій формі; темпи зростання власного капіталу; темпи зростання оборотних фінансових активів; темпи зростання фінансових активів; темпи зростання активів; темпи зростання не фінансових активів; темпи зростання майна в негрошовій формі; темпи зростання позикового капіталу.

5. Модель забезпечення конкурентних переваг. Перевагами цієї цільової концепції підприємства є те, що вона відображає результати діяльності практично всіх його основних служб – конкурентні переваги можуть бути досягнуті за рахунок розробки нового продукту, підвищення якості товарів і послуг, ефективного маркетингу, оптимальної цінової політики, зниження витрат, що забезпечують формування надлишкової прибутковості підприємства.

6. Модель максимізації доданої вартості («японська модель розвитку фірми»). Перевагою даного критерію оцінки діяльності підприємства є те, що він дозволяє забезпечувати максимізацію економічних інтересів не лише робітників і менеджерів, але й власників підприємства. У достатній мірі можуть бути враховані інвестиційні потреби підприємства у розвиток основних засобів та нематеріальних активів інноваційного характеру.

7. Модель максимізації ринкової вартості підприємства.

Отже, прибуток формується під впливом великої кількості взаємозалежних чинників, що впливають на результати діяльності підприємства по-різному: одні – позитивно, інші – негативно.

Серед зовнішніх чинників можна виділити:

- економічні умови господарювання;
- місткість ринку;
- платоспроможний попит споживачів;
- природні умови;
- державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок та пільг;
- конкуренція на ринку товарів тощо.

Внутрішні чинники впливу на прибуток підприємства поділяють на виробничі та невиробничі. Виробничі чинники характеризують наявність та використання засобів і предметів праці, трудових та фінансових ресурсів. Ці фактори, у свою чергу, поділяють на екстенсивні та інтенсивні. Екстенсивні чинники впливають на процес отримання прибутку через кількісні зміни: обсягу засобів та предметів праці, фінансових ресурсів, тривалості роботи обладнання, чисельності персоналу, фонду робочого часу [12].

Інтенсивні чинники впливають на процес отримання прибутку через якісні зміни:

- підвищення продуктивності обладнання та його якості;
- використання прогресивних видів матеріалів та вдосконалення технології їх обробки;

- прискорення оборотності оборотних коштів;
- підвищення кваліфікації та продуктивності праці персоналу;
- зниження трудомісткості та матеріаломісткості продукції;
- удосконалення організації праці та ефективніше використання фінансових ресурсів та інше.

До невикористаних факторів належать постачально-збутова та природоохоронна діяльність, соціальні умови праці та побуту тощо.

Одними із найважливіших внутрішніх чинників зростання прибутку в сучасних умовах є:

- зростання обсягу готової продукції;
- зниження її собівартості;
- підвищення якості;
- поліпшення асортименту;
- підвищення ефективності використання виробничих засобів;
- зростання продуктивності праці.

Найважливішим чинником, що впливає на величину прибутку, є зміна обсягу виробництва та реалізації товарів і послуг. Падіння обсягів виробництва за сучасних економічних умов, беручи до уваги низку протидіючих чинників, як, наприклад, підвищення цін, неодмінно веде до скорочення обсягу прибутку. Звідси висновок про необхідність вжити невідкладних заходів із забезпечення зростання обсягу виробництва з урахуванням технічного його відновлення і підвищення ефективності виробництва.

Дослідження показали, що на сьогодні в багатьох випадках є сенс направити зусилля підприємства на поліпшення ціноутворення. Це особливо справедливо, якщо прибутковість в розрахунку на одиницю продукції низька, адже тоді збільшення обсягу продажу не спричинить суттєвого зростання прибутку, відтак кращим варіантом буде зниження витрат або підвищення ціни.

Ще одним чинником, безпосередньо впливаючим на величину прибутку підприємства, є зміна рівня собівартості продукції. Між величиною прибутку і рівнем собівартості існує прямо пропорційна залежність: чим нижчою є собівартість продукції, обумовлена рівнем витрат на її виробництво, тим вищим буде прибуток і навпаки. Цей чинник, в свою чергу, перебуває під впливом багатьох причин. Тому, при аналізі зміни рівня собівартості потрібно виявити причини її зниження або підвищення для того, щоб розробити заходи щодо скорочення рівня витрат на виробництво продукції, отже, збільшити за рахунок цього прибуток підприємства.

У практиці підприємницької діяльності застосовуються різні способи зниження собівартості. Безумовно, використовуються такі прийоми, як економія паливно-сировинних ресурсів, матеріальних й трудових витрат, зниження частки амортизаційних відрахувань, скорочення адміністративних витрат тощо.

У сучасному ринковому господарстві приділяють значну увагу новим методам управління витратами, таким як управлінський облік. З його допомогою здійснюється контроль над витратами підприємства. Особливо ефективний облік за центрами відповідальності. Ця форма управління витратами дозволяє раціоналізувати структуру витрат, оперативно реагувати на відхилення від нормальної запланованої величини витрат і просить передати частину функцій прийняття рішень до рівня лінійних керівників. Вони відповідають за затверджену величину витрат і мають забезпечити виконання запланованих показників. Крім зазначених вище чинників на величину прибутку впливають зміни у структурі виробленої продукції. Чим більша частка рентабельної продукції, тим більше прибутку отримає підприємство. Тобто збільшення частки малорентабельної продукції спричинить зменшення прибутку.

Таким чином, прибуток відіграє вирішальну роль в підприємницькій діяльності і є

одним з головних показників діяльності підприємства. Він характеризує можливість інноваційного розвитку, реконструкції та модернізації його виробництва. Прибуток визначається як одна з цілей діяльності та розвитку підприємства, результат роботи, мотивація, економічна безпека, кількісна міра успішності підприємства. Важливим моментом є не тільки кількісні показники прибутку, а і його структура, довгостроковість, якість. На підприємствах потрібно приділяти належну увагу плануванню і отриманню прибутку від реалізації. Для підвищення рівня прибутковості підприємства мають впроваджуватися:

- 1) організаційні заходи: вдосконалення виробничої структури й організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо);
- 2) техніко-технологічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляються);
- 3) економічні важелі та стимули (вдосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення оборотності оборотних коштів тощо).

Список використаних джерел

1. Вороніна В. Л. Основні етапи побудови моделі моніторингу стану системи управління прибутком / В. Л. Вороніна // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. - 2013. - Вип. 23. - С. 259-265.
2. Гуткевич С. О. Прибуток як основа ефективного управління розвитком підприємства / С. О. Гуткевич // Інтелект ХХІ. - 2014. - № 6. - С. 15-21.
3. Денисенко Л.О. Шляхи поліпшення процесу управління прибутком на підприємстві / Л.О. Денисенко, Ю.О. Кучерявенко // Проблеми економіки організації та управління підприємствами. Вісник КНУТД. – 2014. – № 1. – С. 145–152.
4. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник / Загородній А.Г., Вознюк Г.Л.. – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2005. – 714 с.
5. Кривицька О. Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку / О.Р. Кривицька // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 138–146.
6. Майборода О.Є. Теоретична сутність категорії «прибуток підприємства»/ Майборода О.Є., Сукрушева А.О., Кулиш Є.В. // Економіка та суспільство. – 2017. - № 10. – С. 310-313.
7. Мелень О.В. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення / О.В. Мелень, Ю.Ю. Холондач // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія «Технічний прогрес та ефективність виробництва». – 2015. – № 25. – С. 123–126.
8. Онисько С.М. Фінанси підприємств : підручник для студентів вищих закладів освіти / С. М. Онисько, П. М. Марич ; 2 е вид., виправ. і доп. – Львів : Магнолія Плюс, 2006. – 367 с
9. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: підручник / А.М. Поддєрьогін, М.Д. Білик, Л.Д. Буряк. – К.: КНЕУ, 2006. – 552 с.
10. Романова Т.В. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах / Т.В. Романова, Є.О. Даровський // Ефективна економіка. – 2015. – № 4.
11. Субботович Ю.Л. Прибуток підприємницьких структур в умовах ринкової трансформації економіки: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.04.01 / Ю.Л. Субботович ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. — К., 2002. — 20 с.
12. Філімоненков О.С. Фінанси підприємств: навчальний посібник / О.С. Філімоненков. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: МАУП, 2004. – 288 с.

ПЕРЕТВОРЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ ПУБЛІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Вступ. Багато вітчизняних і зарубіжних дослідників пов'язують відсутність запланованих результатів за деякими напрямкам реформування української економіки на початку ХХІ століття з недосконалістю управління цими процесами. Найважливішим протиріччям в системі управління економікою і її сферами, яке не дозволяє досягти необхідної ефективності в реалізації політичних рішень на різних рівнях, є протиріччя між об'єктивною потребою посилення публічного характеру управління і наростаючим відчуженням об'єкта управління від прийняття управлінських рішень. У цьому світі необхідно створення нової системи публічного управління в контексті оновлення суб'єктно-об'єктних взаємозв'язків, яка, по-перше, дозволила б досягти суспільного консенсусу всіх учасників цього процесу (держави, бізнесу, науково-експертного співтовариства, некомерційних громадських організацій і т.д.), забезпечивши узгодженість поглядів на стратегію і тактику розвитку економіки, її сфер і секторів, і, по-друге, шляхом використання нових управлінських технологій привела б до підвищення ефективності державної економічної політики. Усе це зумовлює актуальність і доцільність проведеного нами дослідження.

Результати дослідження. Використання нових управлінських технологій привела б до підвищення ефективності державної економічної політики, включаючи її важливу частину – аграрну політику.

Незважаючи на значне число робіт, присвячених різним проблемам управління аграрною сферою економіки в рамках розробки та реалізації державної аграрної політики, можливість впровадження технологій публічного управління та оцінка ефективності їх використання системно не досліджені [1, с. 27]. Слабка вивченість означеної проблеми, що має в умовах триваючого реформування економічної системи України та її аграрної сфери особливу значущість та актуальність, зумовила вибір теми проведеного нами дослідження.

Українська управлінська практика демонструє неефективність як розробки державної економічної політики, так і управління економікою на етапі реалізації політики, що обумовлено відчуженням об'єкта управління від прийняття управлінських рішень, оскільки використовувані методологічні підходи не дозволяють враховувати значення публічної сфери, а також системно застосовувати принципи публічності, гласності, відкритості, прозорості. Для того щоб врахувати ці моменти при вирішенні проблеми підвищення ефективності державної аграрної політики як частини державної економічної політики і вдосконалення державного управління економікою і її сферами, представляється необхідним застосувати такий методологічний підхід, як синтез діалектичного методу (розв'язання суперечностей) і сучасних методологій Public Policy (публічна політика) і Public Administration (публічне управління).

Найголовнішим завданням державної економічної політики є визначення стратегічної лінії розвитку соціально-економічної системи країни і її різних сфер [2, с. 16], в силу чого політика має два основних етапи - розробку (створення прогнозу, концепції, стратегії) і реалізацію (з використанням відповідного інструментарію). До інструментів розробки економічної політики відносять стратегічне планування, створення стратегій; формування спеціальних концепцій, які мають сукупність принципів і доктрин як систем певних поглядів. Інструментами реалізації політики є державні програми і проекти (для приватного сектора мають рекомендаційний характер).

Інструментарій (система методів, технологій, механізмів і т.д.), за допомогою якого будуть виконуватися плановані заходи, з метою ефективного реалізації політики визначається вже на етапі її розробки. Для цього необхідно застосувати відповідний методологічний підхід, який забезпечував би найбільш раціональний вибір інструментів. Так, в розвинених країнах Заходу за останні десятиліття були істотно реформовані органи державного управління, що відповідають

за розробку і реалізацію економічної політики, на базі методологій «публічна політика (Public Policy)» і «державне адміністрування (Public Administration)», що призвело до підвищення ефективності управління різними сферами життєдіяльності суспільства.

Вважається цікавим використовувати класичний діалектичний метод, в рамках якого здійснюється пошук вирішення основоположної суперечності між об'єктивною необхідністю посилення публічного характеру управління і наростаючим відчуженням об'єкта управління від прийняття управлінських рішень. Даний методологічний підхід дозволяє забезпечити вирішення основоположної суперечності сучасного державного управління і розробити інструментарій досягнення суспільного консенсусу всіх зацікавлених сторін (держави, бізнесу, науково-експертного співтовариства, різних суб'єктів громадянського суспільства) з проблем прогнозування, стратегії і тактики розвитку об'єкта управління в ході розробки і реалізації державної аграрної політики на основі принципів гласності, публічності, відкритості, прозорості.

Такий методологічний підхід дає можливість розробити концептуальну модель публічного управління соціально-економічною системою у відкритій публічній сфері, що забезпечує включення об'єкта в процес управління і активний облік зворотних зв'язків в ході управлінського впливу. Це призводить до необхідності звернути особливу увагу на суб'єктно-об'єктні відносини, а також проводити декомпозицію суб'єкта й об'єкта управління на окремі підсистеми (компоненти, ланки) для більш детального дослідження процесу публічного управління.

Концептуальна модель публічного управління соціально-економічною системою включає суб'єкт і об'єкт управління, мету, зовнішнє середовище, принципи і технології публічного управління, прямі і зворотні зв'язки і враховує наявність публічної сфери, яка розуміється як певна галузь суспільного життя, в якій суспільство і держава взаємодіють з найбільш важливих питань подальшого розвитку з метою їх вирішення на основі чинного законодавства при здійсненні громадського контролю та формування запиту на досягнення певних цілей і проведення конкретних дій органами управління (рис. 1).

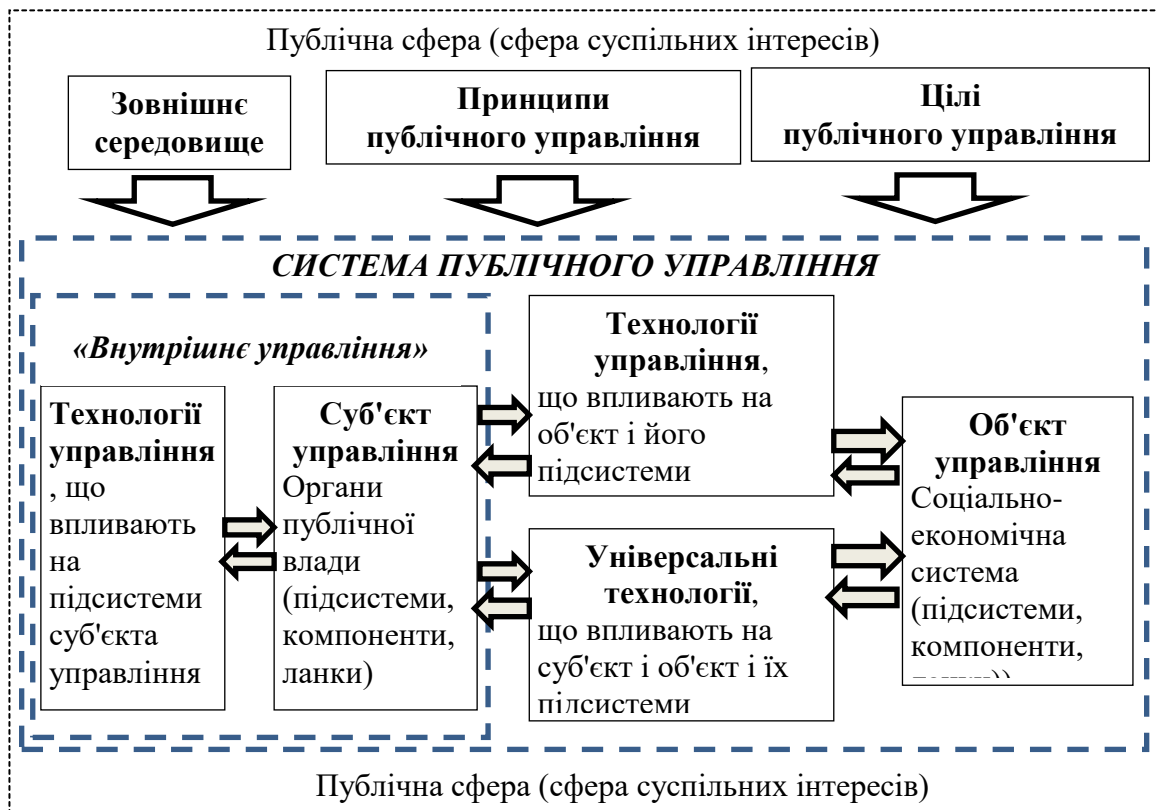


Рисунок 1- Концептуальна модель публічного управління соціально-економічною системою у відкритій публічній сфері

Тут суб'єкт управління - органи публічної влади, а об'єкт - соціально-економічна система і її сфери, зовнішнє середовище являє собою, в першу чергу, інституційне середовище та макроекономічні умови; мета публічного управління полягає в забезпеченні оптимальної організації та реалізації керівництва процесами, що відбуваються при взаємодії суб'єкта та об'єкта управління, з включенням останнього в управління; основними принципами є гласність, публічність, прозорість, відкритість. Важливою специфічною рисою саме публічного управління є облік зворотних зв'язків.

Декомпозиція суб'єкта й об'єкта управління на окремі підсистеми (компоненти, ланки) дозволяє досліджувати суб'єкт управління на різних рівнях (національному, регіональному, місцевому), а утворюючі його органи публічного управління - з точки зору різних функціональних напрямків; об'єкт управління може бути представлений як той, що складається з таких компонентів, як виробництво, інфраструктура, соціальна сфера, сфера інвестицій тощо.

Аналіз спеціальної літератури показує, що поняття «технологія публічного управління» практично не введено в науковий обіг, а зміст його не розкрито, не розроблена класифікація таких технологій, що враховує спосіб прояви публічності, відкритості, прозорості. У той же час наукове вивчення та впровадження в практику публічних технологій здатне суттєво перетворити процес управління шляхом включення в систему управління самого об'єкта.

Технології публічного управління визначені нами як технології, що характеризуються прозорістю і стійкістю в умовах мінливості політичної та економічної кон'юнктури і використовують методи, здатні забезпечити ясність цілей і пріоритетів в процесі управління, а також досягнення суспільного консенсусу. Ці технології дають можливість: 1) розвивати систему зворотних зв'язків при взаємодії суб'єкта і об'єкта; 2) коригувати цілі при узгодженні інтересів різних суспільних груп; 3) позбавлятися від маніпулятивності, кулуарності при прийнятті та реалізації управлінських рішень; 4) просувати гуманітарні цінності (справедливість, добро, толерантність, довіру) і т.п.

Класифікація технологій публічного управління була здійснена нами на основі ознаки їх переважного впливу на підсистеми суб'єкта («внутрішнє управління») або на підсистеми об'єкта управління. Тут, однак, присутня певна частка наукової абстракції, оскільки часто в процесі реалізації зворотного зв'язку ці технології здатні перетворювати обидві підсистеми. Дійсно, ряд таких технологій має універсальний характер, тобто їх використання перетворює як суб'єкт, так і об'єкт управління. Перелік технологій публічного управління представлений нижче на рис. 1, блок 2. Нами дана характеристика перерахованих технологій, при цьому визначена їх сутність і спосіб прояву публічності, відкритості, прозорості.

Для представлення процесу підвищення ефективності державної аграрної політики необхідно створення концептуальної моделі з метою формулювання рекомендацій щодо організації розробки та реалізації аграрної політики і управління аграрною сферою економіки з опорою на уявлення про їх публічний характер [3, с. 95]. При цьому використання технологій публічного управління в контексті суб'єктно-об'єктних управлінських зв'язків служитиме засобом вирішення основного протиріччя державного управління. Розроблена в ході дослідження концептуальна структурно-функціональна модель підвищення ефективності державної аграрної політики включає блоки розробки і реалізації публічної аграрної політики (рис. 2).

Мета застосування моделі - сформулювати рекомендації щодо організації розробки та реалізації аграрної політики, базуючись на уявленнях про публічний характер останньої і розглядаючи етап реалізації в контексті суб'єктно-об'єктних управлінських зв'язків з використанням технологій публічного управління.

Блок розробки публічної аграрної політики передбачає створення прогнозів і стратегій соціально-економічного розвитку економіки і її сфер з горизонтом 10-20 років з використанням публічних технологій (форсайт, дорожнє картування та ін.) з метою досягнення суспільного консенсусу з проблем розвитку економіки і її сфер.

Перший блок	Розробка публічної аграрної політики		
Вид політики	Суб'єкт управління	Об'єкт управління	Основні публічні документи
Загальний політичний курс	Держава Еліта Громадянське суспільство	Соціальні групи і спільності, їх інтереси	Доктрини, стратегії, концепції
Державна економічна політика	Кабінет Міністрів України (Міністерство економічного розвитку и торгівлі України) Бізнес-спільнота Науково-експертне співтовариство Некомерційні громадські організації і т.п.	Соціально-економічна система країни і її підсистеми (виробництво, інфраструктура, соціальна сфера і т.д.)	Стратегія соціально-економічного розвитку України
Державна аграрна політика	Кабінет Міністрів України (Міністерство аграрної політики та продовольства України) Бізнес-спільнота Науково-експертне співтовариство Аграрні союзи і асоціації, саморегульовані організації, фонди і т.п.	Аграрна сфера економіки, її підсистеми (сільгоспвиробництво, сільська інфраструктура, соціальна сфера і т.д.)	Потрібно прийняття стратегії розвитку з горизонтом 10-20 років, яка забезпечує консенсус всіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів) шляхом застосування технологій публічного управління (форсайт, «дорожнє картування» та ін.)

Другий блок	Реалізація публічної аграрної політики (в процесі публічного управління)		
Суб'єкт і об'єкт управління	Технології публічного управління	Очікуваний результат	Оцінка ступеня досягнення результату
Суб'єкт управління (органи публічного управління аграрною сферою економіки)	Адміністративна регламентація, антикорупційні заходи, бюджетування за результатами, інформаційна відкритість, комунікаційна технологія «політичні мережі», громадський (цивільний) контроль, звітність органів влади перед населенням, громадський моніторинг, відповідальність публічної влади, публічні послуги, зв'язки з громадськістю, створення іміджу органів публічної влади та службовців, соціальні технології «прозорий бюджет», «гранти», стиль управління, стратегічне планування, «Електронний уряд»	Якісне поліпшення суб'єкта управління	Оцінка здійснюється відповідно до індексів міжнародних організацій (відкритість сайтів, довіра до публічної влади, якість державного управління та ін.)
Об'єкт управління (аграрна сфера економіки)	Державно-приватне партнерство Державні закупівлі та постачання Інформаційно-консультаційна система Кооперація форм господарювання	Якісне поліпшення об'єкта управління	Потрібна розробка методик, розрахованих на специфіку українських органів управління
Суб'єкт і об'єкт управління	Сервісне адміністрування Управління за результатами Контроль Інформаційно-комунікаційні технології	Якісне поліпшення суб'єкта й об'єкта управління	Необхідна розробка економіко-математичних моделей розвитку аграрної сфери для кожного регіону України, заснованих на офіційних статистичних даних. Див. вище (для суб'єкта і об'єкта управління)

Рисунок 2 – Концептуальна модель структурно-функціональної організації державної аграрної політики, яка заснована на застосуванні технологій публічного управління

При цьому представлені три рівні політики (загальний політичний курс, загальна економічна політика і державна аграрна політика), оскільки стратегії всіх рівнів повинні бути пов'язані один з одним.

Публічний характер державної економічної політики, яка формується, в тому числі аграрної, забезпечується тим, що в її розробці крім держави беруть участь представники ділового та науково-експертного співтовариств, некомерційні громадські організації та інші суб'єкти громадянського суспільства [4, с. 91].

Блок реалізації публічної аграрної політики включає систему управлінських технологій публічного характеру, здатних удосконалити суб'єкт управління - публічні органи влади («внутрішнє управління») та об'єкт управління - аграрну сферу економіки і забезпечити підвищення ефективності аграрної політики. Нами пропонується її ефективність оцінювати за кількісними (зростання сільгоспвиробництва, забезпечення імпортозаміщення, збільшення інвестицій, реалізація інфраструктурних проектів) і якісними (поліпшення сільської соціальної сфери, сталий розвиток сільських територій та ін.) показниками.

В якості оціночних форм можуть виступати: 1) наукові дослідження - соціологічні опитування, спостереження, експертні оцінки, моделювання, проведення експериментів і т. д.; 2) публічні оцінки - слухання у Верховній Раді, звіти керівників і контролюючих органів, державний аудит, громадське обговорення, матеріали в ЗМІ (аналітичні статті, журналістські розслідування тощо), доповіді комітетів, звернення громадян та ін., в тому числі з використанням інформаційно-комунікаційних технологій.

На підставі проведеної оцінки приймається рішення про подальшу долю аграрної політики (програми або проекту), при цьому робиться вибір з альтернативних варіантів (підвищення якості використовуваних інструментів, зміна «порядку денного», припинення дії і т.д.).

Сучасна організація статистики в Україні є важливим фактором забезпечення прозорості публічного сектору. Завдання статистичної науки тісно пов'язані з практичними потребами державного управління і керівництва розвитком економіки і соціальної сфери [5, с. 75]. Кожний новий етап розвитку суспільства висуває перед статистикою нові конкретні завдання. На сучасному етапі завдання статистики визначаються актуальними проблемами здійснення радикальних економічних реформ, переходу від командно-адміністративних форм управління до економічних, ринкової економіки та ін.

Статистика виконує важливу роль у механізмі управління економікою, забезпечує прозорість публічного сектору. Наявність об'єктивної і своєчасної інформації про соціально-економічні явища і процеси – необхідна умова ефективних управлінських рішень на державному і регіональних рівнях. Склад статистичної інформації в умовах ринкової економіки значною мірою визначається практичними потребами суспільства. Якість і достовірність статистичних даних – основа ефективних рішень, сприяючих успішному реформуванню економіки.

В організації статистичної діяльності країни світу обирають один з двох шляхів – створення централізованої системи державної статистики або децентралізованої системи статистичних організацій. Перший шлях обрали країни Східної Європи, в тому числі й Україна, а також Канада, Німеччина та ін. В названих країнах існує центральний статистичний орган, який керує статистичною діяльністю в межах країни. Так, в Україні – це Державний комітет статистики України (Держкомстат), в Німеччині – Федеральне статистичне управління, завдання якого визначені Законом про статистику.

В багатьох розвинутих країнах світу (США, Франція, Великобританія) державна статистика децентралізована, тобто характеризується відсутністю єдиного центрального органу. Якщо ж формально цей орган існує, наприклад, Центральне статистичне управління при Кабінеті Міністрів Великобританії, Національний інститут статистики та економічних досліджень Міністерства фінансів і економіки Франції, то його основним завданням є координація діяльності статистичних організацій, розробка статистичної методології та рекомендацій.

Статистичною діяльністю в Україні керує Державний комітет статистики, який має систему статистичних органів, побудовану за адміністративно-територіальним принципом. Держкомстат видає накази, інструкції та рекомендації з питань організації обліку та звітності, які є обов'язковими для виконання усіма суб'єктами господарювання незалежно від форми власності. Підприємства, організації та установи подають до районних (міських) відділів та обласних управлінь статистики статистичні звіти та інші документи.

Органи державної статистики проводять перевірку стану звітності, достовірність та повноту звітних даних. Вони також здійснюють спеціально організовані статистичні спостереження, складають баланси, обчислюють макроекономічні показники, показники рівня життя населення тощо.

Структура місцевих органів державної статистики складається з ряду відділів, таких як соціальної статистики, статистики праці, демографічної статистики, статистики торгівлі, статистики промисловості та ін.

Поряд із загальнодержавною статистикою існує відомча статистика, яка обслуговує підприємства, об'єднання, відомства і міністерства. Значення відомчої статистики в даний час значно зросло у зв'язку з тим, що розвиток ринкової економіки, самостійність підприємств і повна відповідальність за результати виробничо-господарської діяльності вимагають більш глибокого аналізу економічних процесів, які відбуваються на підприємствах.

Головним завданням відомчої статистики є забезпечення інформацією, яка характеризує виконання внутрівиробничих планів і програм, наявність внутрівиробничих резервів збільшення випуску продукції, покращення використання виробничого потенціалу. Управляти складними соціальними і економічними системами можна лише володіючи оперативною, вірогідною і повною статистичною інформацією.

Реформування державного управління щодо суб'єкта - органів публічної влади всіх рівнів - в Україні здійснюється в ході адміністративної реформи, реформи цивільної та муніципальної служби, а також реформи місцевого самоврядування та ґрунтується на сучасних західних концепціях (новий державний менеджмент та ін.). При цьому досягнуті певні успіхи, проте потенціал позитивних змін ще досить великий. Так, значні прояви корупції, шахрайства, розкрадань, підкупу та інших негативних явищ в органах публічного управління аграрною сферою економіки показують, що тут потрібне активне підвищення рівня їх публічності, відкритості, прозорості, а також розвитку системи зворотних зв'язків між суб'єктом і об'єктом управління.

Відносно економіки як об'єкта управління в ході ринкових реформ приймалися управлінські рішення в рамках ієрархічного адміністрування, в результаті вони за багатьма напрямками виявилися недостатньо ефективними, а в ряді випадків приводили до великих матеріальних втрат, що особливо характерно для аграрної сфери економіки. До того ж, можна констатувати відсутність консенсусу в суспільстві щодо шляхів розвитку аграрної сфери економіки, зокрема немає офіційно затвердженої довгострокової стратегії, узгодженої державою, бізнесом і суб'єктами громадянського суспільства.

Все це вимагає перетворення процесу управління при реалізації аграрної політики з використанням публічних технологій, здатних залучити об'єкт в даний процес, забезпечити зворотний зв'язок і вироблення узгодженої стратегії розвитку.

Суб'єкт управління, що забезпечує реалізацію державної аграрної політики, - органи публічної влади всіх рівнів - необхідно удосконалювати з використанням технологій публічного управління як продовження раніше розпочатих реформ (адміністративної та ін.). «Внутрішнє управління» в органах публічної влади в плані підвищення публічності (гласності, відкритості, прозорості) і реалізації зворотних зв'язків на сучасному етапі розвитку має здійснюватися шляхом: 1) подолання рудиментів і наслідків командно-адміністративної моделі управління; 2) забезпечення відкритості бюджету в ході активного впровадження технологій типу «прозорий бюджет»; 3) створення ефективних органів контролю діяльності державного апарату та аудиту (зовнішнього і внутрішнього) його роботи; 4) подолання закритості від суспільства процесу висунення нових лідерів; 5) створення дієвої системи парламентського контролю діяльності виконавчої влади; 6) завершення процесу створення «електронного уряду» в регіонах України,

розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (КТ) на сільських територіях різної віддаленості; 7) підвищення професіоналізму держслужбовців; 8) розробки українських систем показників і рейтингів ефективності управлінської діяльності органів публічної влади та ін.

Для об'єкта управління і його підсистем нами пропонується використовувати сучасні технології публічного управління (на всіх рівнях) - державно-приватне партнерство, державні закупівлі та постачання, кооперацію форм господарювання, інформаційно-консультаційну систему, інформаційно-комунікаційні технології. При цьому нами були розглянуті інструменти, які можуть бути застосовані в рамках цих технологій, і результати впливу, що забезпечують в кінцевому підсумку вдосконалення підсистем об'єкта управління - виробництва, інфраструктури, сфери інвестицій, соціальної сфери та ін.

Для розробки прогнозу і стратегії розвитку аграрної сфери як об'єкта управління нами пропонується використовувати в якості ефективної публічної управлінської технології поки недостатньо освоєну в Україні форсайт-технологію і метод дорожнього картування, які в повній мірі здатні забезпечити досягнення суспільного консенсусу між усіма учасниками з питань розвитку об'єкта публічного управління в процесі формування аграрної політики.

В даний час особливу важливість для процесу державного управління соціально-економічною системою і її сферами набуває інституційне середовище [6, с. 55]. При цьому багато економістів зазначають недостатню вивченість громадських інститутів і незадовільний сучасний стан інституційного середовища, про що, зокрема, свідчать високі інституційні ризики і наявність тіньового компонента. З цієї причини необхідно створення відповідної системи інститутів і інституційного середовища як зовнішньої умови підвищення ефективності аграрної політики і подальшого вдосконалення публічного управління аграрною сферою, оскільки в ній формується публічна сфера прийняття важливих управлінських рішень, що включає державу, бізнес, суб'єкти громадянського суспільства.

В ході проведеного дослідження нами була розглянута система суспільних інститутів, що мають публічний характер і формують сучасне інституційне середовище соціально-економічної системи та її сфер, і запропоновано їх класифікацію, що включає: 1) політико-правові інститути (в тому числі публічної політики, громадянського суспільства, права, публічного управління); 2) економічні інститути (в тому числі інститути розвитку, публічних фінансів, договірних відносин, державно-приватного партнерства і т.д.); 3) соціокультурні інститути (сільський спосіб життя, сім'я, дозвілля, релігійна і етнокультурна солідарність, духовно-моральні цінності, довіра, моральний контроль, сільський туризм, сільська шкільна освіта та ін.).

Висновки та наукова новизна.

1. Запропонована концептуальна модель публічного управління соціально-економічною системою враховує наявність публічної сфери, яка розуміється як певна галузь суспільного життя, в якій суспільство і держава взаємодіють з найбільш важливих питань подальшого розвитку з метою їх вирішення на основі чинного законодавства при здійсненні громадського контролю та формування запиту на досягнення певних цілей і проведення конкретних дій органами управління.

2. Розроблений нами підхід до формування та реалізації аграрної політики, заснований на застосуванні технологій публічного управління, може бути використаний при концептуальному обґрунтуванні нової державної аграрної політики, необхідність розробки якої обумовлена членством України у Світовій організації торгівлі (СОТ) і тими особливими вимогами, які ця організація пред'являє до функціонування аграрної сфери. Імплементацийний період необхідно використовувати для розробки сучасної аграрної політики в рамках вимог «зеленого кошика», які не обмежуються імперативами СОТ і передбачають фінансові витрати держави на програми, які не впливають безпосередньо на збільшення виробництва або умови торгівлі і включають розвиток консалтингу та інформаційного забезпечення життєдіяльності сільського населення, модернізацію сільської інфраструктури, підготовку кадрів, інвестиційне субсидування, участь у виставках і т.п. Пропоновані технології дозволяють подолати труднощі обмежень, що генеруються процесом глобалізації на українських аграрних ринках, і забезпечити продовольчу безпеку України та сталий розвиток сільських територій.

3. Сучасна організація статистики в Україні є найважливішим фактором забезпечення прозорості публічного сектору

4. Створення сучасного інституційного середовища і системи суспільних інститутів, які були б адекватними умовам ринкової економіки, тенденціям до глобалізації і т. д., має з'явитися позитивним фактором розробки і реалізації ефективної аграрної політики у відкритій публічній сфері. Необхідність модернізації інституційного середовища соціально-економічної системи та її сфер, що має сприяти успішній розробці і здійсненню державної економічної політики (включаючи аграрну) і реалізації функціонального потенціалу системи публічного управління, важлива для успішного реформування соціально-економічної системи України. Вона очевидна, оскільки в даний час необхідний не тільки імпульс до дії з боку державної влади, навіть підкріплений значними фінансовими коштами, а й підключення до цього процесу широкого кола учасників шляхом інституціоналізації різних сторін життєдіяльності в умовах розвитку публічної сфери з тим, щоб цей процес прийняв незворотного характеру, а збереження досягнутих результатів було завданням всього населення країни.

Наукова новизна проведеного нами дослідження полягає в наступному:

– науково доведена необхідність модернізації інституційного середовища соціально-економічної системи та її сфер, що має сприяти успішній розробці і здійсненню державної економічної політики (включаючи аграрну) і реалізації функціонального потенціалу системи публічного управління.

– запропоновано концептуальну модель публічного управління соціально-економічною системою, що враховує наявність публічної сфери та спрямована на досягнення певних цілей і проведення конкретних дій органами державної влади;

– доведено, що розроблений підхід до формування та реалізації аграрної політики, заснований на застосуванні технологій публічного управління, може бути використаний при концептуальному обґрунтуванні нової державної аграрної політики.

Список використаних джерел

1. Pakulina, A.A., Feklistova, I.S., Tsyppin, Y.A. & Pakulin, S. L. (2017), "Sustainable development of the agricultural sector of the regional economy", Proceedings of II International scientific conference "Innovations in science and technology", Oct 31, 2017. London, SI Universum, 2017. pp. 25–34.

2. Pakulina, A.A. & Pakulin, S. L. (2017), "Forming of social strategy in the region", Proceedings of IV International scientific conference "Discussion of problems related to the development of science in different countries", Dec 25, 2017. London, SI Universum, 2017. pp. 13–21.

3. Пакуліна А. А. Аналіз досвіду державного регулювання агропромислового виробництва у розвинених країнах / А.А. Пакуліна, Г. С. Пакуліна // Матеріали XI міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Нові шляхи у наукових дослідженнях» (13 жовтня 2017 р., м. Краматорськ, Україна). Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. С. 94–98.

4. Пакуліна А. А. Удосконалення податкових відносин і підвищення ефективності аграрного сектора регіону / А.А. Пакуліна, Г. С. Пакуліна // Матеріали XI міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Нові шляхи у наукових дослідженнях» (13 жовтня 2017 р., м. Краматорськ, Україна). Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. С. 90–93.

5. Пакуліна А. А. Проблеми методології статистичного оцінювання соціально-економічного розвитку регіону / А. А. Пакуліна, Г.С. Пакуліна // Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції [«Регіональна, галузева та суб'єктна економіка України на шляху до євроінтеграції»] (19–20 квітня 2017 р., Україна, м. Харків). Тези доповідей. Частина 1. Харків: ХНУБА, 2017. С. 74–77.

6. Пакуліна А. А. Визначення ефективності фіскальної політики підприємства аграрного сектора / А.А. Пакуліна, Г. С. Пакуліна // Матеріали XI міжнародної науково-практичної конференції «Економіка та менеджмент неприбуткових організацій» (6 жовтня 2017 р., м. Краматорськ, Україна). Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. С. 54–57.

РОЗВИТОК СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ УКРАЇНИ

Вступ. Сучасні трансформаційні процеси в світовій економіці вказують на те, що поряд з інноваційними факторами економічного зростання, провідну роль в реформуванні та забезпеченні розвитку залізничного транспорту відіграють процеси соціалізації діяльності галузі як відображення добропорядного, відповідального ставлення компанії до держави, суспільства та інших стейкхолдерів. Попри те, що концепцію соціальної відповідальності в усьому світі визнано одним із ключових елементів забезпечення конкурентоспроможності та підтримки позитивного ділового іміджу, на жаль, сучасні тенденції функціонування українських залізниць вказують на неналежне впровадження і виконання її принципів в діяльності компанії. Погіршення рівня соціального забезпечення і умов праці породжує зростання відчуття безперспективності професій залізничників, що разом з негативним ставленням клієнтів у зв'язку з неналежним рівнем якості транспортного обслуговування свідчать про порушення засад соціально відповідального господарювання, а відповідно, й негативно впливає на конкурентні рейтинги ПАТ «Укрзалізниця». Попри значну кількість пропозицій та розробок щодо формування інструментарію соціальної відповідальності, які представлені у працях Г. Боуена, Е. Девіса, В. Диканя, Л. Калініченко, А. Керолла, В. Компанієць, М. Корінь, М. Крамера, В. Поддубняка, І. Токмакової [1-9], існує потреба у науковому осмисленні особливостей її розвитку на залізничному транспорті України у відповідності з реформаційними процесами в галузі, а саме виявленні основних етапів її трансформації.

Результати дослідження. Попри те, що концепція соціальної відповідальності бізнесу є досить новою для сучасної економічної науки в цілому історичні аспекти її виникнення мають достатньо глибоку природу. Вперше на соціальний аспект господарської діяльності, а саме необхідність виконання етичних і моральних норм звертали увагу ще стародавні філософи та громадські діячі. Зокрема, зі зміною парадигми трудової діяльності, що відбулася в результаті переходу суспільства на індустріальний етап економічного розвитку, відбулося формування нових етико-трудова норм, заснованих на класичній філософії моралі І. Канта [10]. В своїй концепції «Етика внутрішнього переконання і доброї волі» останній акцентував увагу на необхідності загального обов'язкового закону моральності, що передбачає наявність у будь-якої людини моральних прав та необхідності ставлення до людства і будь-якої іншої особи не з точки зору засобу, а як до цілі [11]. Саме ця концепція Канта стала основою для формування в суспільстві на початку XIX століття громадських течій, спрямованих на боротьбу з рабством і необхідність соціальної діяльності бізнесу. Показовим прикладом боротьби суспільства за створення гуманних умов праці стали організовані британською домогосподаркою протести проти використання праці рабів під час вирощування цукру. Завдяки випущеній у 1824 році брошурі, яка отримала назву «Немедленное, а не постепенное упразднение», Хейрік вдалося підбурити британське суспільство на боротьбу за свободу трудової діяльності, що в подальшому послужило основою для відмови від використання праці рабів [10]. Такого роду протести в суспільстві призвели до зміни поглядів тодішніх бізнесменів щодо рівня та характеру впливу суспільства на різні аспекти їх підприємницької діяльності і сприяли впровадження принципів соціальної відповідальності підприємців як перед працівниками, так і перед суспільством в цілому.

Прикладом соціальними реформації, які свідчать про впровадження соціально відповідальної практики в підприємницьку діяльність, є реорганізаційні процеси, реалізовані Р. Оуеном. Саме цей англійський соціаліст-утопіст вперше домігся скорочення тривалості робочого дня, встановлення обмежень на використання праці дітей і необхідності їх

залучення до виховного процесу, а також активно сприяв покращенню умов праці робітників та їх житлового забезпечення [12, с. 6-7].

Ідею соціальних перетворень та благодійності бізнесу підтримав в своїй праці «Євангеліє процвітання» і Е. Корнегі, акцентуючи увагу на тому, що будь-який підприємець має приймати участь у вирішенні загальних соціальних проблем та допомагати бідним. В рамках реалізації цієї доктрини Е. Корнегі здійснював підтримку освітньо-просвітницької сфери, фінансуючи створення бібліотек та університетів [10]. Серед американський підприємців особливо відзначився впровадженням гуманних принципів в трудову діяльність Г. Форд, реформи якого також стосувалися скорочення до 8 годин тривалості робочого дня для робітників, встановлення мінімальної заробітної плати, а також створення спеціального соціального відділу в структурі фабрики для контролю за дотримання умов праці та рівня життя працівників [13]. Існує досить велика кількість й інших показових прикладів впровадження практики соціально відповідального господарювання того періоду. Однак, більшість із них не мали системного характеру і стали вираження меценатства чи благодійної діяльності з боку підприємців.

Системний науковий аналіз теоретичних засад та концепції соціальної відповідності розпочався лише з середини ХХ років і пов'язаний з публікацією у 1953 році Г. Боуеном монографії під назвою «Соціальна відповідальність бізнесмена». Г. Боуен визначає соціальну відповідальність бізнесу з точки зору обов'язку реалізації останнім такої політики і напрямків підприємницької діяльності, які відповідають цілям і цінностям, сформованих суспільстві [1]. Отже, фактично лише з цього періоду соціальна відповідальність стала окремим об'єктом наукових дискусій.

Вагоме значення для формування теоретичних основ соціальної відповідальності мали праці американського вченого К. Девіса, який у 60-70 –х роках ХХ століття сформулював базові положення концепції соціальної відповідальності. Вважаючи, що соціальна відповідальність бізнесу має розглядатися не лише на теоретичному рівні, а, в першу чергу, в контексті прийняття управлінських рішень, К. Девіс ототожнює суб'єкта господарювання з так званім «спільним підприємством», яке відповідає за задоволення як економічних, так і соціальних, політичних, психологічних та інших потреб суспільства [2]. Відповідно до цього, К. Девісом соціальну відповідальність бізнесу визначено з точки зору відповідальності особи спрямовувати підприємницьку діяльність на реалізацію власних інтересів та примноження суспільного багатства, а також згруповано основні переваги та недоліки реалізації даної політики в бізнесі [14].

Прибічниками теорії додаткової відповідальності бізнесу перед суспільством Г. Боуена, К. Девіса, такими як Дж. Макгайром та К. Велтон також здійснювалися спроби розширити змістовне наповнення соціальної відповідальності. Однак, на відміну від своїх попередників, останнім вдалося значно розширили визначення категорії соціальної відповідальності, включивши до його складу таких суб'єктів підприємницької діяльності, як корпорації. Фактично, з цього періоду соціальна відповідальність уже розглядається не по відношенню до окремої особи-бізнесмена, а в рамках діяльності компанії. При цьому сам термін «соціальна відповідальність» було трансформовано в поняття «корпоративна соціальна відповідальність», яка на думку К. Девіса має стратегічний управлінський аспект і визначається як «зобов'язання осіб, що приймають рішення, реалізовувати дії, орієнтовані не тільки на задоволення їх власних інтересів, але й також на захист та примноження суспільного багатства» [14]. Однак, цей науковець зазначав, що оскільки бізнес не має можливості задовольняти всі наявні потреби суспільства, соціальна відповідальність має реалізовувати в рамках взаємодії бізнесу, держави чи профсоюзів, і ґрунтуватися на наявній у кожного із цих суб'єктів соціальної влади та волі [2].

Одним із основоположників базової концепції соціальної відповідальності в науковій літературі прийнято вважати А. Керолла. У своїй праці «Трьохвимірна концептуальна модель корпоративної ефективності» 1979 року А. Керолл також визначає соціальну відповідальність з точки зору економічної, правової та етичної відповідальності, одна, на

відміну від своїх попередників, вводить поняття дискреційної відповідальності як такої, що передбачає індивідуальний добровільний вибір менеджерів. Грунтуючись на цьому, даним науковцем розроблено модель сукупної соціальної відповідальності, що охоплює всі чотири виділені вченим типи соціальної відповідальності, яку в подальшому ним спільно зі М. Шварцом було трансформовано в піраміду соціальної відповідальності. А. Керолл та М. Шварц вважали, що оскільки будь-який бізнес створюється для задоволення потреб суспільства у благах і отримання за рахунок цього прибутку, то основу сукупної соціальної відповідальності має становити економічна відповідальність. Правова відповідальність полягає у виконанні в процесі здійснення підприємницької діяльності встановлених законодавством правових норм. Етична відповідальність – це відповідність підприємницьких дій прийнятим в суспільстві норм моралі. Вершину піраміди становить дискреційна (філантропічна) відповідальність. Остання передбачає, що організація буде добровільно відповідати на очікування суспільства та направляти свою діяльність на підтримку та розвиток соціальних програм, виступаючи при цьому у ролі «корпоративного громадянина» [4]. З розвитком наукових напрацювань в сфері соціальної відповідальності, дана піраміда також зазнала суттєвих змін, однак в науковій літературі саме висвітлені в ній А. Кероллом положення прийнято вважати теоретичним базисом тогочасної концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Подальші наукові дослідження (починаючи з середини 70-х років) у сфері осмислення теорії соціальної відповідальності характеризуються зміною акцентів і векторів наукової думки та стосувалися уже не лише теоретичного визначення соціальної відповідальності, її суб'єктів та напрямів, але й були спрямовані на пошук технологій реалізації соціально відповідальної поведінки бізнесменів. Зокрема, найбільшого схвалення в науковій спільноті отримала концепція зацікавлених сторін (так званий стейкхолдерський підхід), запропонована Е. Фріменом у своїй праці «Стратегічне управління: роль заінтересованих сторін» (1984 р.). Основна ідея даної концепції Фрімена полягала в тому, що існує коло зацікавлених сторін (стейкхолдерів), які прямо або опосередковано впливають на діяльність компанії, а тому для підтримання стабільного розвитку компанії необхідним є врахування потреб, очікувань та думок даних стейкхолдерів. Грунтуючись на цьому, Е. Фріменом розроблено 10 принципів підтримки і розвитку взаємовідносин компанії зі стейкхолдерами, а саме [15]:

- моніторинг та балансування інтересів і очікувань стейкхолдерів;
- урахування цінностей та вподобань зацікавлених сторін;
- пошук шляхів вирішення проблем, які задовольняли б інтереси декількох груп зацікавлених сторін;
- ефективна взаємодія як з позитивними, так негативними стейкхолдерами через різні засоби підтримки комунікацій;
- намагатися самостійно управляти взаємовідносинами зі стейкхолдерами, не покладаючи ці зобов'язання виключно на державу;
- використання маркетингових інструментів підтримки комунікацій;
- недопущення переважання інтересів однієї групи стейкхолдерів над іншою протягом тривалого часу;
- необхідність ведення переговорів з усіма стейкхолдерами;
- моніторинг і контроль зміни процесів соціального розвитку;
- виконання взятих соціальних зобов'язань перед всіма стейкхолдерами.

В слід за концепцією стейкхолдерів відбувалося формування багатьох теорій, елементів та інструментів розвитку соціальної відповідальності бізнесу, які пояснювали особливості реалізації механізму відповідальності компанії перед власними працівниками та зовнішнім середовищем. Характеристику основних концепцій соціальної відповідальності подано в таблиці 1. Особлива увага серед науковців приділяється таким концепціям соціальної відповідальності, як концепція соціально відповідальних інвестицій та корпоративного громадянства, які виникли у 80-90-х роках ХХ століття.

Характеристика основних концепцій соціальної відповідальності
(сформовано на основі [1-2; 11; 14-17])

Представники	Концепції соціальної відповідальності	Основний зміст
1	2	3
Релігійні документи різних конфесій (Біблія, Коран тощо), Демокрит, Сократ, Арістотель, Платон	Соціальна відповідальність немала чіткого формулювання Аретологічна концепція відповідальності	Соціальна відповідальність у сучасному розумінні виражалася через піклування про безпеку та здоров'я членів общини, домінували загальноприйняті норми поведінки, колективізм, взаємодопомога. Пізніше виражалася через дотримання моральних, етичних та релігійних постулатів
Окремі підприємці	Відсутнє розуміння соціальної відповідальності	боротьба окремих осіб з рабством, благодійність, меценатство, соціальна допомога
І. Кант, Дж. Локк, М. Вебер та інші	Соціальна відповідальність не мала теоретичного оформлення	відстоювання прав і свобод людини, відповідальність за дотримання суспільних законів, визначених суспільною мораллю та державою
Р. Оуен, Г. Форд, Дж. Рокфеллер, Е. Карнегі		створення гуманних умов праці, скорочення тривалості робочого дня, покращення житлових умов працівників, боротьба за обмеження дитячої праці, мало місце фінансування освітньо-виховної діяльності, благодійність
П. Друкер	Концепція корпорації	зміна поглядів на призначення корпорацій, визначення бізнесу як соціально-гуманітарного інституту
К. Левін, Е. Шайн, Г. Мінцберг	Соціально-етичний підхід	відповідальність має носити добровільний характер. Соціальна відповідальність розглядає як один із елементів корпоративної культури
Н. Боуен	Соціальна відповідальність бізнесмена	відповідальність розглядалася в площині діяльності окремого бізнесмена, носила персоніфікований характер
К. Девіс, Дж. Макгуайр, К. Велтон	Соціальна відповідальність бізнесу	соціальну відповідальність трансформовано в корпоративну соціальну відповідальність, звертається увага на її стратегічний управлінський аспект та необхідність взаємодії бізнесу, держави, профсоюзів для вирішення соціальних проблем
Л. Улі, Т. Дональдсон, Н. Боуї	Концепція «розумного егоїзму»	соціальна відповідальність – завдання держави. Пріоритетом для бізнесу має бути дохідність. Соціальна відповідальність останнього обмежувалася виконанням моральних норм та дотриманням прав людини
М. Фрідман	Концепція «корпоративного егоїзму» (ліберальний підхід)	соціальна відповідальність добровільна і лише за власний рахунок менеджерів
Е. Фріман, Дж. Баумоль, Комітет з економічного розвитку США	Концепція «корпоративного альтруїзму»	соціальна функція та основна ціль бізнесу полягає в задоволенні потреб суспільства

Продовження табл. 1

1	2	3
Е. Фріман	Стейкхолдерський підхід	соціальна відповідальність має носити вибірковий характер: залежно від значимості стейкхолдера для компанії, остання може індивідуально визначати рівень його соціальної підтримки
Д. Вуд, Р. Аккерман, А. Керолл	Концепція корпоративної соціальної сприйнятливості	соціальна відповідальність розглядається як здатність компанії сприймати та реагувати на запити стейкхолдерів. Визначено основні принципи соціальної відповідальності та модель, що розкривається у взаємозв'язку між типами соціальної замученості з типами корпоративної відповідальності та реагування
Т. Браун, М. Бароне, Е. Крейер, В. Росс, Е. Шрьодер	Концепція соціально відповідального споживання	Акцентує увагу на відповідальності корпорацій у разі реалізації недобросовісних соціальних ініціатив. Позитивний ефект мають лише проактивні соціальні дії, що відповідають існуючому іміджу компанії
С. Вартік, Ф. Кохнер, Д. Вуд, Д. Свансон	Концепція корпоративної соціальної діяльності	Корпоративна соціальна діяльність поєднує принципи соціальної відповідальності, процеси соціальної сприйнятливості і положення соціальної політики
Дж. Андріоф, М. Макінтон, А. Керолл, А. Крейн, Д. Маттена та інші	Концепція корпоративного громадянства	Розглядає можливість об'єднання прав, відповідальності та в цілому розвиток партнерства між бізнесом і суспільством у вирішенні соціальних, екологічних та економічних проблем. Виділяє соціальну, екологічну, етичну, економічну складові відповідальності бізнесу
М. Портер, М. Креймер	Концепція створення колективної цінності	Розкриває взаємозв'язок між ефективністю бізнесу та рівнем благополуччя його стейкхолдерів
Дж. Елкінгтон, Шгойер	Концепція потрійної результативності діяльності	Ґрунтується на необхідності визнання прав людини як у трудовій діяльності, так і в цілому, бізнес повинен відповідально ставити до довкілля, контролювати економічні, соціальні та екологічні показники діяльності
Світова рада зі сталого розвитку	Концепція сталого розвитку	Ґрунтується на необхідності врахування під час задоволення потреб сучасного суспільства екологічних, соціальних потреб і його майбутніх поколінь

Перша запропонована М. Портером та М. Крамером і полягає в тому, що інвестиції в соціальну сферу та різного роду заходи благодійності розглядають в якості важливих інструментів підтримки конкурентних переваг компанії і краще сприяють формуванню соціальних цінностей, а ніж окремі урядові заходи [8]. Концепція корпоративного громадянства ґрунтується на тому, що бізнес є активним ініціатором соціальних перетворень і може визначати напрямки соціального розвитку суспільства. Варто зазначити, що саме концепція корпоративного громадянства отримала міжнародне визнання, а її положення закріплено у Глобальному договорі розробленого у 2000 році за ініціативи Генерального Секретаря Організації Об'єднаних Націй. Глобальний договір визначає основні принципи сприяння соціальній відповідальності бізнесу та підтримки вирішення підприємницькими колами проблем глобалізації і створення стабільнішої, всеохоплюючої економіки, які розділені на чотири групи [18]:

- принципи прав людини акцентують увагу компаній на необхідності дотримання прав людини;
- стандарти праці стосуються визнання свободи праці, прав на колективні зібрання та угоди, а також недопущення дискримінації в зайнятості та використання дитячої праці;
- принципи захисту довкілля визначають екологічну відповідальність компаній, необхідність впровадження останніми екологічно чистих технологій;
- принцип боротьби з корупцією, спрямований на недопущення різного роду проявів зловживань та корупції.

Отже, в теоретичному осмисленні соціальна відповідальність як окрема концепція пройшла досить тривалий період розвитку, що супроводжувався зміною поглядів на значення бізнесу для розвитку суспільства, трансформацією принципів, технології та методів реалізації соціальної відповідальності бізнесу і держави перед суспільством. Фактично відбувся перехід від повного забезпечення ідеї соціальної відповідальності бізнесу до визнання його соціальної ролі в забезпеченні розвитку суспільства на рівні з державою.

Залізничний транспорт України є однією із базових галузей економіки, що виконує не лише функції з транспортного обслуговування країни, але й виступає активним учасником реалізації соціальних трансформацій в українському суспільстві, забезпечуючи значну частину населення робочими місцями і задовольняючи його потреби в перевезеннях. На противагу загальносвітовим тенденціям переходу до концепції соціальної відповідальності як основи ефективності функціонування та сталого розвитку компаній, залізничний транспорт України значно відстає за рівнем ефективності та розвитком соціальної політики в галузі. Хоча «корпоративна соціальна відповідальність є одним з ключових пріоритетів ПАТ «Укрзалізниця», а її ідеологія майже «на рівні ДНК» закладена в нову стратегію розвитку товариства, а також повністю підтримується керівництвом компанії» [19], наразі соціальний розвиток і підтримка сприятливого клімату в колективі не відповідають реаліям життя. В значній мірі не сформованість і не ефективність прийнятої в галузі політики соціальної відповідальності стало віддзеркаленням тривалості процесів реформування залізничного транспорту та соціально-економічних трансформацій, що відбувалися в країні. Так, початок формування політики соціальної відповідальності на залізничному транспорті припадає на період 1991-1994 роки, що супроводжувався руйнуванням всесоюзного залізничного простору і створенням Державної адміністрації залізничного транспорту України. В цей час відбувалося формування колективів залізниць, зародження елементів соціальної політики, а також встановлення зобов'язань галузі перед суспільством і державою. Зокрема, протягом цих років було прийнято першу Галузеву тарифну угоду, зобов'язання щодо перевезення пільгових категорій громадян, надано пільги та введено щомісячну надбавку за вислугу років для працівників галузі, підвищено розмір заробітної плати та прийнято зобов'язання щодо її індексації та сплати різного роду податкових платежів тощо. 1994-1998 роки характеризуються формуванням нормативно-правової бази діяльності залізничного транспорту та засад його розвитку, в тому числі й соціальних. Основні зусилля галузі в сфері соціальної відповідальності зосереджувалися на забезпеченні якості і безпеки перевезень, ресурсозбереженні та покращенні соціальних умов життя працівників. Період 1999-2004 роки ознаменувався різким покращенням соціального захисту працівників-залізничників: впроваджено добровільне медичне страхування, забезпечено зростання заробітної плати, покращено трудові гарантії та умови праці в галузі. також відбувалося поглиблення і партнерських зв'язків: з метою оновлення рухомого складу залізниць налагоджено співпрацю з підприємствами транспортного машинобудування та іноземними інвесторами.

Найбільш сприятливими для розвитку галузі виявився період з 2005-початок 2008 років. Стійке фінансово-економічне становище залізничного транспорту дозволило галузі реалізувати й ряд проектів, що мали соціальний характер. По-перше, для покращення якості обслуговування (відповідальність перед споживачами) було впроваджено інформаційні технології управління та хоча й не значно, однак оновлено рухомий склад, взято курс на розвиток швидкісного руху на залізницях України. По-друге, з метою покращення рівня соціального захисту працівників прийнято Програму додаткового соціального забезпечення працівників і пенсіонерів залізничної

галузі, створено недержавний пенсійний фонд «Магістраль» та благодійну організацію «Лікарняні каси залізниць», впроваджено відшкодування працівникам 50% страхових внесків на добровільне медичне страхування та забезпечено розвиток системи дозвілля для працівників залізниць.

Середина 2008-2009 років ознаменувалася різки погіршенням соціального-економічної ситуації в галузі. Фінансово-економічна кризи, що призвела до значного скорочення обсягів перевезень залізниць та обумовила розгортання негативних соціальних явищ на залізничному транспорті. Зокрема, масового характеру набуло запровадження неповного робочого тижня та надання працівникам відпусток без збереження заробітної плати. Так, у відпустках без збереження заробітної плати перебувало у жовтні 2008 року 30 % працюючих, у листопаді — 66,2 %, у грудні 82 % працівників. Значно знизився і рівень оплати в галузі: темпи скорочення у жовтні 2008 року становило 8,2 % до рівня вересня 2008 року, в листопаді – 22,7 % і у грудні – 21,5 % [20]. Негативним явищем цього періоду стало і скорочення переліку посад, що мають право на додаткову відпустку за важких та шкідливі умови праці або її особливий характер, а також розміру податкових платежів до бюджету країни. Наприкінці 2009 року та весь 2010 рік в соціальній сфері залізничної галузі проводилися заходи зі збереження досягнутого рівня соціального захисту працівників і забезпечення соціальної злагоди в трудових колективах. Зокрема, відбувалося незначне зростання заробітної плати, узгодження норм праці, а також впроваджувалася практика страхування залізничників від нещасних випадків, пов'язаних з виробництвом. Вагомими заходом щодо покращення рівня соціального забезпечення працівників стало прийняття Концепції цільової Програми забезпечення працівників і пенсіонерів залізничного транспорту житлом до 2020 року, що передбачала розв'язання житлової проблеми шляхом надання різнобічної корпоративної підтримки працівникам і пенсіонерам, у тому числі шляхом фінансової підтримки на будівництво житла, компенсації витрат на придбання (будівництво) житла у власність за іпотекою, компенсації витрат на виплату нарахованих відсотків та суми кредиту за іпотечними кредитами (позиками) тощо [21].

Протягом 2010-2013 років соціальна відповідальність залізничного транспорту набула більшого розвитку. У взаємовідносинах зі споживачами спостерігалось покращення якості транспортного обслуговування: у рамках підготовки до чемпіонату «Євро-2012» придбано новий рухомий склад, проведено модернізацію окремих ділянок інфраструктури, запроваджено нові маршрути та швидкісний рух поїздів, реалізовано заходи з енергозбереження та енергоаудиту тощо. Попри те, що протягом даного періоду в галузі спостерігається незначне покращення рівня соціального забезпечення працівників, наприкінці 2013 року в галузі відбулося хоча і незначне, однак різке зростання плинності кадрів (чисельність працівників зменшилася на 280 чол, у 2012 році звільнилось лише 74 чол.) [22].

Період з кінця 2013 року по 2015 рік характеризується зниженням рівня соціальної відповідальності на залізничному транспорті. Попри незначне зростання заробітної плати, збереження медичного обслуговування залізничників (створення Центру охорони здоров'я при ПАТ «Укрзалізниця», виконання заходів з підвищення рівня безпеки праці та впровадження ощадливого виробництва, збереження соціальних перевезень та співпраці з закладами вищої освіти, запровадження соціальної підтримки для працівників-учасників АТО, в цілому процесі корпоратизації галузі та загострення економіко-політичної ситуації в країні негативно вплинули на рівень соціальної відповідальності галузі. Наслідком скорочення обсягу перевезень та відповідно зменшення рівня доходів залізниць стало реалізація досить непопулярних заходів по відношенню до всіх партнерів і працівників галузі. По відношенню до держави відбулося зменшення рівня податкових зобов'язань галузі, до клієнтами – зростання рівня тарифів на перевезень, невиконання планів оновлення рухомого складу залізниць, скасування пільг на квитки в купе для студентів, до працівників галузі – збереження режиму неповного робочого часу, передача частини медичних закладів у комунальну власність, невиконання зобов'язань щодо забезпечення працівників спецодягом та взуттям, іншими засобами індивідуального захисту та побутовим паливом тощо.

Починаючи з 2016 року і по теперішній час відбувають процеси трансформації системи соціальної відповідальності на залізничному транспорті. В результаті реалізації реформ значно зросла увага керівництва галузі до соціальних аспектів розвитку. Сьогодні втілюються в життя не лише заходи з оновлення рухомого складу, розвитку нових транспортних маршрутів, спрощення митних процедур та розширення портфелю транспортно-логістичних послуг, але значні зусилля докладаються і в питаннях збереження соціальних гарантій та покращення умов праці залізничників. Даний етап відзначається зміною акцентів в політиці розвитку залізничного транспорту і характеризується впровадження провідних міжнародних стандартів корпоративного управління та бізнес-етики в діяльність компанії. Згідно зі Стратегією корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Укрзалізниця», основними напрямками діяльності компанії у цій сфері визначено [23]:

- у сфері соціальної відповідальності – підвищення привабливості для співробітників та партнерів, впровадження соціально-відповідальних підходів до управління персоналом, що включають захист прав людини, підвищення позитивного впливу та ефективності взаємодії із суспільством;
- у сфері екологічної відповідальності – підвищення енергетичної та ресурсної ефективності компанії, зниження обсягів викидів та відходів, фокус на екологічній безпеці;
- у сфері корпоративної відповідальності – побудова і розвиток ефективної системи корпоративного управління, що заснована на відкритості, прозорості та підзвітності. Ключовими стейкхолдерами визначено профспілки, громадські організації, логістичні клієнти, пасажери, співробітники, інвестори та держава.

Грунтуючись на аналізі розвитку системи соціального забезпечення ПАТ «Укрзалізниця», доцільно представити сім етапів трансформації системи соціальної відповідальності на залізничному транспорті України, що характеризують особливості її зміни у відповідності з процесами реформування галузі та включають такі періоди розвитку системи корпоративної соціальної відповідальності галузі, як підготовчий, законодавчого формування, оптимізація, рецесія, відновлення, регрес, трансформація (рис.1).



Рисунок 1 – Етапи трансформації системи соціальної відповідальності на залізничному транспорті України (авторська розробка)

Їх врахування дозволяє виявити недоліки в системі корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Укрзалізниця» і визначити основні напрямки та інструментарій удосконалення ідеології компанії в сфері соціальної відповідальності. Отже, процеси розвитку корпоративної соціальної відповідальності на залізничному транспорті носять тривалий характер і відображають ті етапи реструктуризації та реформування, що відбувалися і наразі мають місце в галузі та в країні в цілому.

Висновки та наукова новизна. Таким чином, концепція соціальної відповідальності – це основна ідеологія розвитку будь-якої успішної конкурентоспроможної компанії, інструментарій якої дозволяє не тільки сформувати відповідальний, лояльний колектив, а й якісно змінити ставлення зовнішніх партнерів, сформувавши позитивний імідж для компанії. В статті проаналізовано основні концепції соціальної відповідальності, що дозволило вказати на зміну поглядів на значення бізнесу для розвитку суспільства, трансформацію принципів, технології та методів реалізації соціальної відповідальності бізнесу і держави перед суспільством. Досліджено особливості розвитку системи соціального забезпечення на залізничному транспорті України. На основі цього розкрито сім етапів трансформації системи соціальної відповідальності в галузі (підготовчий, законодавчого формування, оптимізація, рецесія, відновлення, регрес, трансформація), які характеризують особливості її зміни у відповідності з процесами реформування залізничного транспорту.

Список використаних джерел

1. Bowen H. R. Social responsibilities of the businessman / H. R. Bowen. – New York: Harper, 1953. – 276 p.
2. Davis K. Can business afford to ignore social responsibilities? / K. Davis // California Management Review. – 1960. - Vol. 2 (3). - P.71.
3. Дикань В.Л. Соціально-економічна модернізація залізничного транспорту України / В.Л. Дикань, Л.Л. Калініченко // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. – 2012. - № 38. – С. 121-131.
4. Carroll V. The Pyramid of Corporate Social Responsibility [Електронний ресурс]. – Режим доступу: aculty.www.edu/dunnc3/rprnts.pyramidofcsr.pdf. - Назва з екрану.
5. Компанієць В.В. Соціальна відповідальність на залізничному транспорті України: щодо оцінки наслідків реформування та механізму забезпечення / В.В. Компанієць // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2016. - № 55. – С. 151-161.
6. Корінь М.В. Стратегія розвитку кадрового потенціалу залізниць / М.В. Корінь // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. - № 4 , Т. 1: Економічні науки. – С. 53-56.
7. Поддубняк В.В. Проблеми та особливості інституціоналізації соціальної відповідальності в системі Укрзалізниці / В.В. Поддубняк // Менеджер. – 2014. - № 2 (68). – С. 101-105.
8. Porter M. Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism — and Unleash a Wave of Innovation and Growth / M. Porter, M. Kramer // Harvard Business Review. - 2011. - Vol. 89. - P. 62–77.
9. Токмакова І.В. Розвиток соціально-господарської відповідальності підприємств залізничного транспорту / І.В. Токмакова // Стратегії економічного розвитку : держава, регіон, підприємство : колективна монографія / За заг. ред. К. С. Шапошникова та ін.: у 2 т. . – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2015. – Т. 1.- С. 334-347.
10. Чудинов О. Теорія генезису корпоративної соціальної відповідальності / О. Чудинов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.b-soc.ru/theory-and-practice/materials/material/corpsocotv/12>. - Загл. с екрана.
11. Етика мислителів німецької класичної філософії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1382032839716/etika_ta_estetika/etika_misliteliv_nimetskoji_klasichnoyi_filosofiyi. - Назва з екрану.

12. Алексеев В.М. Теоретичні і практичні розробки Роберта Оуена як приклад державно-управлінської діяльності / В.М. Алексеев // Збірник наукових праць «Державне управління та місцеве самоврядування». – 2014. – Вип. 3 (22). – С. 3-16.
13. Пять долларов Генри Форда, изменившие мир [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://youthpaper.ru/articles/detail.php?ELEMENT_ID=58. – Загл. с экрана.
14. Davis K. The case for and against business assumption of social responsibilities / K. Davis // Academy of Management Journal. – 1973. - Vol. 16 (2). - P. 313.
15. Freeman R.E. Strategic management: A stakeholder approach / R.E. Freeman. – Boston: Pitman, 1984. - p. 46
16. Марущак Н.В. Теорії корпоративної соціальної відповідальності у світовій практиці / Н.В. Марущак // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2012. – Вип.111 (2). – С. 209-219;
17. Белоус К.Ю. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития компании: дисс. на соиск. учен. степени канд. экон. наук; специальность: 08.00.01 – экономическая теория; 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством / Белоус Константин Юрьевич. – Санкт-Петербург, 2015. – 215 с.
18. Глобальний договір ООН. Звіт про результати КПМГ в Україні у 2011 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.unglobalcompact.org/system/attachments/15455/original/KPMG_in_Ukraine_Communication_on_Progress_2011_Ukrainian.pdf?1337266105. – Назва з екрану.
19. Діалог на актуальні теми: студенти Могилянки обговорили з ПАТ «Укрзалізниця» сучасні підходи до КСВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/462412/. – Назва з екрану.
20. Звіт про роботу Профспілки залізничників і транспортних будівельників України за 2007-2008 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zalp.org.ua/content/view/41/86/lang.ukrainian/>. – Назва з екрану
21. Концепція цільової Програми забезпечення працівників і пенсіонерів залізничного транспорту житлом до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zalp.org.ua/content/view/507/155/lang.russian/>. – Назва з екрану.
22. Звіт про роботу Профспілки залізничників і транспортних будівельників України за 2012-2013 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zalp.org.ua/content/view/41/86/lang.ukrainian/>. – Назва з екрану
23. Стратегічний підхід до КСВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sustainability.uz.gov.ua/%D1%81%D1%82%87%D0>. – Назва з екрану.

канд. екон. наук, доцент **Багмут Л. С.**,
ст. викладач **Івашенко М. В.**

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: ІСТОРИЧНИЙ ДОСВІД

Наша країна у період 50-их – 90-их років пройшла непростий шлях свого розвитку. Політика уряду тих часів часто змінювалася дуже швидко та радикально, ініціюючи реформи різних галузей господарства. Ці зміни не могли не відобразитися на розвитку освіти в цілому та, зокрема, на розвитку Харківського інженерно-будівельного університету. У цій статті авторами простежуються паралелі між розвитком держави та розвитком підготовки фахівців будівельної галузі в університеті. Наприклад, до 1955 року значну увагу приділялась будівництву гідроелектростанцій та гідротехнічних споруд, останнім з яких був канал Волга – Дон. Для цього було потрібна значна кількість інженерів такого профілю. В складі ХІБІ був факультет, що готував гідротехніків. Із зміною господарських пріоритетів більша частина таких підрозділів була ліквідована – серед них і гідротехнічний факультет ХІБІ. З 1958 року в університеті

припинили випуск інженерів прискореної форми навчання, яка була виправдана в 40-х роках і повністю втратила сенс після відновлення економіки. Замість прискореної форми навчання в 1957 році було відкрито Заочний факультет [3, с.87].

У 1955-1990 роках прийом студентів до університету та випуск спеціалістів в цілому значно зросли. В цьому плані розвиток установи відповідав вимогам, які ставилися до нього керівництвом держави – перманентне розширення, кількісне зростання.

Правила прийому та якість контингенту студентів суттєво змінилися за період, який розглядається. Ще в 1955 році правила набору та студентський колектив були такі: суворі вступні іспити відсіювали нездатних до вищої освіти і колектив складався з людей, що могли та хотіли вчитися. В 1957 році затвердили нові правила прийому: 1) без конкурсу зараховувались абітурієнти, що мали опит практичної роботи за спеціальністю не менше двох років; 2) вивільнені з лав армії зараховувались без конкурсу, якщо за вступними іспитами отримували хоча б «трійки». Такий порядок було введено для того, щоб збільшити кількість інженерів невеликим коштом та одразу – тому що в країні швидко розросталась будівнича галузь і вкрай були потрібні кадри спеціалістів.

Ще більше погіршив діяльність ХІБІ закон від 1958 року про укріплення зв'язку школи з життям, суттю якого було поєднання освіти з виробництвом. В рамках цього закону всі студенти перших двох курсів навчання навчалися в такому ритмі: один тиждень працювали каменярами, штукатурами, арматурниками, столярами тощо [3, с.93]. На другий тиждень поверталися до учбових корпусів. Успішність навчання значно погіршилась, але валовий випуск спеціалістів значно зріс. Такий порядок було змінено лише в 1965 році завдяки припиненню реформ.

Успішність навчання – один з найважливіших показників, що характеризують працю колективу викладачів учбового закладу. У 1954-1955 учбовому році доля четвірок та п'ятірок в загальній кількості коливалась від 55 до 60 відсотків, а доля студентів, які на здали сесію, – від 11 до 6 відсотків. В 1959-1960 учбових роках успішність значно покращилась: доля студентів, що вчилися тільки на добре та відмінно зросла майже до 80%, а доля «заваливших» сесії впала до менш ніж два відсотка.

Успішність навчання, така висока на початку 60-х років, різко знизилась в 1965 році. На денній формі навчання якісні показники становили тільки 34%, а не вправилися з екзаменами 10% студентів. На вечірньому факультеті на четвірки та п'ятірки здали сесію 13%, а провалили – 12%. Цілком імовірно, що на успішність «вплинула» зміна керівництва державою восени 1964 року. Стало правильним із зневагою відноситися до всіх новацій періоду 1957-1964рр. Треба відзначити, що після 1965 року успішність навчання студентів повернулась до показників, що були традиційними в середині 50-х років. Тобто, якісна успішність коливалась у межах 50-60%, а неуспішність не перевищувала 5% [2, справа № 99].

Кількість студентів, що навчалися в ХІБІ, неуклінно зростала до середини 70-х років. У 1960 році на денну форму навчання було зараховано 375 людей – при чому з них майже всі або мали більше двох років трудового стажу, або були після служби в армії. В 1965 році було прийнято 425 людей на денне відділення та 350 – на вечірнє та заочне. Через десять років на денне відділення зараховано максимальну кількість абітурієнтів – 726, а на інші –ще 400. Така динаміка пов'язана в першу чергу з надзвичайною народжуваністю 1946-1958 років. Саме повоєнне покоління прийшло до учбових закладів в 1965-1975 роках і забезпечило суттєве розширення контингенту студентів.

Після 1958 року народжуваність стала швидко зменшуватись – тому й прийом абітурієнтів до ХІБІ зменшився в 1989 році на денне відділення до 612 осіб. Проте прийом на заочну форму навчання зріс до 548 осіб. Таким чином, кількість студентів до середини 70-х років зростала головним чином за рахунок прийому на денну форму навчання, а після – на вечірню та заочну. Якщо на початку 60-х років кількість студентів ХІБІ становила близько 3600 осіб, то в 1990 році – більше шести тисяч. З них у 1960 році на денному відділенні вчилось приблизно 60%, а в 1990 році - половина [1, справа 504, арк.2].

До 1955 року ХІБІ випускав спеціалістів будівничої галузі у звичайному режимі, тобто так, як це було напередодні війни. Набір студентів проводився тільки за знаннями, які

виявлялись на вступних екзаменах, і тому був невеликим. Випуск інженерів теж сягав близько двох сотень на рік. Наприклад, в 1954 році дипломи отримали 210 випускників ХІБІ. Реформи у вищій школі, що відбулися в 1957-1959 роках, призвели до значного збільшення набору абітурієнтів та випуску спеціалістів: у 1960 році інститут випустив 629, а в 1965 році – 658 інженерів. Загальний випуск за роки хрущовських реформ становив 5,8 тисячі спеціалістів. Стільки ж інженерів було випущено за 1930 – 1955 роки, тобто темп випуску зріс у два з половиною рази [1, справа 494, арк.6].

Після завершення реформ випуск постійно зростав до 1975 року, коли він досяг максимального значення за всю історію ХІБІ – 1162 особи. Таким чином, кількість дипломованих спеціалістів, підготовлених і інституті, подвоїлась за одне десятиліття. Головною причиною такого значного розширення виробництва інженерів, крім демографічних зрушень повоєнного періоду, була ліквідація кріпацької системи на селі в 1964 році, коли мешканці селищ отримали паспорти та стали соціально повноцінними громадянами. Тому з 1965 року сільська молодь стала пересуватися до міст. Після 1975 року і демографічні тенденції, і загальне падіння авторитету вищої школи стали працювати проти ХІБІ – випуск спеціалістів стабілізувався, а потім став зменшуватися.

Поряд з різким розширенням контингенту студентів зростала і кількість професорсько-викладацького складу. Якщо в 50-ті роки у ХІБІ викладало менше 200 осіб, то у 80-х роках – вже більше 400 сотень. Значно, поліпшився і якісний склад викладацького корпусу. До 1965 року кількість професорів та докторів наук майже не зростала: якщо в 1950 році їх було 6 осіб, то в 1965 році стало дев'ять. В 1990 році викладачів найвищої кваліфікації було вже 30 осіб, тобто вісім відсотків усього складу, а доля доцентів та кандидатів наук перевищила 50 відсотків.

Значний кадровий потенціал ХІБІ проявився у науко-дослідній праці. В 1955 – 1990 роках вся наукова діяльність колективу були спрямована на вирішення найважливіших господарських задач. Досліджувались, головним чином, теоретичні та практичні питання вдосконалення методів проектування конструкцій, технології та організації будівництва житлового та промислового будівництва.

В ХІБІ функціонував та постійно розвивався значний науково-дослідницький сектор. Почавши з невеликого відділу, він у 80-х роках перетворився у великий підрозділ, що налічував більше 250 співробітників. Ці дослідники працювали в чотирнадцяти галузевих лабораторіях, трьох учбово-науково-виробничих об'єднаннях, конструкторсько-технологічному бюро та студентському проектно-конструкторському бюро. В такому розширенні науково-дослідного сектору є значна заслуга його керівника А.А.Можина, який очолював його близько 40 років.

Науково-дослідницькі роботи виконувались у тісному зв'язку з господарськими структурами. Так, наприкінці 80-х років в різних проектних та науково-дослідницьких інститутах, будівельних організаціях працювало 15 філій кафедр інституту. Крім того, розширювалася кооперація науково-дослідницьких робіт по всій території країни. Взагалі плідне співробітництво підтримувалось з більше ніж 100 організаціями. Требі зауважити, що за рахунок коштів, що заробляв науково-дослідний сектор, ХІБІ створював нові лабораторії та придбав чимало сучасного устаткування. Адже обсяги науково-дослідницьких робіт, що виконувались за господарськими договорами, за розглянутий період збільшились в 100 разів.

Науково-дослідницька робота в ХІБІ виконувалась за такими напрямками:

1. Вдосконалення архітектурних, проектних та конструктивних рішень, пов'язаних з будівництвом як житлового, так і виробничого фонду.
2. Вдосконалення методів реконструкції та дослідження експлуатаційних якостей огороджуючих конструкцій в промисловому будівництві.
3. Розвиток методів конструювання, розрахунків та досліджень конструкцій будівель та споруд.
4. Дослідження опорних можливостей будівель та споруд, їх експлуатаційної надійності.
5. Розробка нової техніки та створення принципово нових конструктивних форм, що дозволяють суттєво знижувати матеріалосміність будівництва.
6. Створення та вдосконалення ефективних будівельних машин, механізмів та

технологічного обладнання, яке потрібне для виготовлення будівельних матеріалів та конструкцій.

7. Розробка та вдосконалення енергозберігаючих технологій виробництва, впровадження яких суттєво знизить витрати виробництва.

8. Створення прогресивних будівельних матеріалів та виробів, які підвищують якість будівництва в плані зниження трудоемності. Цей напрямок набув значної актуальності у 80-ті роки.

9. Розробка нових технологічних схем та організаційних новацій, що здатні знизити матеріалоємність у капітальному будівництві.

10. Вдосконалення форм та методів планування, організації виробництва, створення високоефективних методів організації праці та технології будівельного виробництва, покращення умов праці в будівництві.

11. Вдосконалення систем газопостачання, водопостачання, водовідведення та очищення промислових забруднень. Розробка нових технологій рекуперації відходів як промислового, так і комунального характеру.

Таким чином, можна зазначити, що науково-дослідницька діяльність ХІБІ обіймала всі без виключення проблеми будівництва та експлуатації будівель та споруд всіх видів. Колектив інституту весь час знаходився на передовій лінії наукових розробок.

В стінах університету активно розвивались наукові школи за різними напрямками. Це, в свою чергу, спонукало студентів підвищувати рівень своєї кваліфікації в аспірантурі. Взагалі аспірантура функціонувала з високою віддачею: авторитет вченого був дуже високим у 50-ті та 60-ті роки. І хоча згодом він став спадати, все одно аспірантура до 1991 року була метою багатьох справжніх студентів. Наприкінці 80-х років аспірантами керували близько 50 професорів, докторів наук та доцентів. За 1955-1990 роки вони підготували 753 аспіранта [3, с.100]. Майже всі ці молоді вчені і становили поповнення кадрового корпусу інституту. Слід зазначити, що за ці ж роки 27 кандидатів наук захистили дисертації на ступінь доктора наук.

Але не всі молоді вчені залишилися в стінах ХІБІ. Кілька десятків випускників пішли по кар'єрних сходах так успішно, що зараз є гордістю нашого інституту. Найбільш успішно просувалися за межами «алма-матер» такі колишні хісівці:

В.Н.Кучеренко – колишній голова Держбуду СРСР;

О.Т.Яковлев – колишній зам. міністра будівництва у південних районах РРФСР;

В.М.Бондаренко – колишній проректор по науковій праці ХІБІ, професор, доктор наук, віце-президент Академії архітектури Росії;

С.М.Булгаков – професор, доктор технічних наук, перший віце-президент Академії будівничих наук та архітектури Росії;

Р.І.Фоков – професор, доктор технічних наук, президент Міжнародної академії екологічної реконструкції;

Т.Н.Цай – професор, доктор технічних наук, колишній відповідальний працівник Держбуду СРСР;

В.А.Івахнюк – професор, дійсний член Російської академії будівництва та архітектури, ректор Білгородської технологічної академії будівельних матеріалів;

О.І.Бірюков – заслужений будівельник України, лауреат Держпремії України, колишній начальник комбінату «Харківжитбуд».

В.Н.Бабаєв – кандидат технічних наук, лауреат Державної премії України, перший заступник міського голови Харкова;

Е.Ф.Лукашенко – заступник голови Харківської облгосадміністрації;

В.В.Пушкаренко – директор інституту «Промбудндіпроект» міста Харків;

В.Ф.Ляпін – начальник комбінату «Харківпромбуд»;

В.М.Пухачев – заслужений будівельник України, начальник комбінату «Харківспецбудмеханізація»;

В.В.Миколаєнко – заслужений будівельник України, начальник комбінату «Харківжитбуд»;

В.О.Спіранде – головний інженер «Харківоблагробуд»;
А.М.Тарадай – доктор технічних наук, професор, академік Української екологічної академії, генеральний директор «Харківтеплоенерго»;
В.А.Петросов – лауреат державної премії УРСР, професор, академік Української екологічної академії наук, генеральний директор «Харківкомунпромвод»;
І.А.Абрамович – лауреат премії Ради міністрів СРСР, професор, директор інституту Укркомундипрогрес»;
Г.М.Виставний – лауреат премії Ради міністрів СРСР, колишній начальник виробничого Управління каналізаційного господарства Харкова;
І.В.Корінько – кандидат технічних наук, академік Української екологічної академії, генеральний директор «Харківкомуночиствод»;
Є.Б.Клейн – кандидат технічних наук, професор, академік Української екологічної академії, головний інженер «Харківкомуночиствод»;
Ю.А.Чмельов – академік Академії будівництва України, директор інституту «Харківський Водоканал проект»;
Г.Г.Крамаренкео – генеральний директор акціонерного товариства «Харківмістгаз» [3, с.95].

Цей список – тільки невелика частина тих осіб, якими справді може пишатися науково-викладацький колектив ХІБІ.

Зростання авторитету нашого університету призвело до утворення міжнародних зв'язків. Ще на початку 50-х років в аспірантуру стали приймати іноземних спеціалістів. Але до початку 70-х років їх кількість можна перелічити по пальцях однієї руки. Всі вони були з країн так званого соціалістичного табору. В 1970-ті роки країна стає більш відкритою, і до аспірантури ХІБІ починають приймати спеціалістів з країн Близького Сходу, Африки та Південної Азії. Протягом 50-х – 70-х років в ХІБІ захистили кандидатські дисертації 16 іноземних громадян. Але 80-ті роки побили всі рекорди – вчений ступінь отримали 65 іноземних аспірантів.

Приблизно такі самі показники спостерігалися і у підготовці студентів-іноземців. На середину 60-х років кількість їх становила п'ять осіб, а вже на початку 1970-х кількість студентів з інших країн перевищила 50 осіб з 30 країн.

Протягом 70-х років чисельність студентів-іноземців нарощувалася високими темпами. Авторитет нашого університету був настільки високим, що за 10 років кількість їх підвищилася в сім разів. В 80-ті роки зростання припинилося і чисельність студентів-іноземців коливалася в межах 350-400 осіб. Доля їх в загальній кількості студентів становила близько 12 відсотків по денному відділенню. Загалом за 50-ті – 80-ті роки ХІБІ випустив із своїх стін близько 1200 спеціалістів для 70-ти країн світу.

Слід відзначити, що праця з іноземними учнями надихнула викладачів на пошуки нових форм роботи. Значні зусилля потребувались від кафедри російської мови – адже іноземці на протязі всього терміну навчання покращували своє знання мови. За технічними дисциплінами навчання спочатку проводилось по індивідуальним планам та програмам. Але згодом всі випускаючі кафедри розробили значну кількість методичної літератури. Для іноземців викладачі ХІБІ розробили декілька нових навчальних курсів, які були необхідні в цих країнах. Це само по собі розширило діапазон викладання і надало творчого поштовху в інших напрямках.

В середині 60-х років почалося суттєве пом'якшення режиму в країні, що призвело до встановлення зв'язків із закордонними освітніми закладами. В межах цієї нової політики ХІБІ вийшов на міжнародний рівень як значний суб'єкт в своїй галузі. Наприкінці 60-х років він підписав договори про співробітництво з Вищою технічною школою в місті Братислава та Політехнічним інститутом в місті Прага (Чехословаччина). На початку 70-х років вступив в дію договір про співробітництво з Інженерно-будівничим інститутом в місті Котбус (Германська Демократична Республіка) [2, справа № 159].

В рамках цих домовленостей почало реалізовуватись співробітництво в учбовій, методичній та сфері виховання. Мали місце обмін досвідом учбової праці, обмін викладачами для проведення лекційних курсів, обмін учбово-методичною документацією. Розпочалось

проведення сумісних наукових досліджень, обговорення актуальних наукових питань, сумісне написання учбових посібників та монографій. З 70-х років стало нормою проведення регулярних наукових конференцій у вузах-співробітниках, обмін науковою літературою, викладачами та групами студентів для практики та студентськими будівничими загонами.

ХІБІ регулярно обмінювався спеціалістами для проведення учбових та наукових робіт з своїми партнерами за кордоном. В Котбусському інженерно-будівельному інституті побували 32 наших спеціалісти, а у Вищій технічній школи Братислави – 15. В ХІБІ за цей же період побувало 72 вчених з Котбусу та 14 – із Братислави.

З вузами Котбусу та Братислави було налагоджено досить щільний контакт і співробітництво провадилося на спільній та регулярній основі. Але міжнародні зв'язки ХІБІ не закінчувалися цими двома вузами. На нерегулярній основі склалася взаємодія з багатьма іншими профільними інститутами в декількох країнах. Так, в 60-ті роки ряд вчених ХІБІ виїжджали до Монголії, де читали курси лекцій в державному університеті та надавали технічну допомогу місцевим будівельним організаціям. За цю працю вони були відзначені почесними грамотами монгольського університету. На протязі 70-х і 80-х років вчені ХІБІ отримували довгострокові командировки до вузів Польщі, Албанії, В'єтнаму, Куби, Тунісу тощо [1, справа 658, арк.2-9].

Чимало викладачів ХІБІ приймали участь міжнародних профільних конференціях. Так, доктор технічних наук, професор М.С.Болотських виступав на конференціях в КНР, НДР, Індії, Словаччини, Польщі та Франції. А його технологічні установки демонструвались на декількох міжнародних ярмарках. Професор О.П.Мчедлов-Петросян був віце-президентом наукового комітету сьомого Міжнародного конгресу, присвяченого хімії цементу у Франції в 1980 році та членом організаційного комітету восьмого Міжнародного конгресу з хімії цементу, що пройшов у Бразилії. Матеріали наукових досліджень інших вчених ХІБІ викладались в доповідях на конгресах, що проходили в більш ніж десяти країнах світу.

Становлення викладача і науковця розпочинається зі студентської парти. Учбовий процес сам по собі – досить традиційне заняття, а інтерес студента до науки прокидається тільки при самостійній праці над матеріалом. Тому в ХІБІ значне місце приділялося науково-дослідницькій роботі студентів.

В 1955-1975 роках студентські дослідження виконувались як рядове завдання викладача студенту, який виявляє добрі здібності. Тобто це торкалося тільки обмеженої кількості учнів. Але з 1975 року науково-дослідницька робота студентів була включена до учбового плану інституту як самостійний підрозділ. Керівництвом нашого ВНЗ була поставлена задача: залучити всіх студентів старших курсів до дослідницької діяльності для того, щоб вони навчилися:

1. Ставити самостійно науково-дослідницькі завдання під керівництвом викладача.
2. Оволодівати методикою лабораторних досліджень.
3. Обробляти отримані експериментальні данні, а також їх аналізувати та систематизувати.
4. Використовувати математичний апарат на всіх етапах наукового експерименту.
5. Працювати з науково-технічною літературою.

Вченою радою ХІБІ було затверджено комплексний план залучення студентів до наукових досліджень, що створював умови для того, щоб кожен студент пройшов необхідну школу наукової та технічної творчості. Студентська наука включала в себе такі елементи: інформаційний пошук по конкретним питанням; експериментальні праці з деякими елементами наукових досліджень; написання теоретичних рефератів та оглядів наукової літератури; виконання індивідуальних завдань у період виробничої практики; розробку підрозділів науково-дослідницького характеру як частину дипломної роботи.

Науково-дослідна робота студентів ХІБІ була організована та проходила у таких формах:

1. Ще на початку 70-х років було створене студентське проектно-конструкторське бюро. Тематика його робіт повністю корелювала з науковими напрямками профільних кафедр. В завдання бюро входило привчати молодь до науково-дослідницьких та проектних праць, головним чином, прикладного характеру. В його рамках студенти надавали допомогу

колективам кафедр у виконанні дослідних робіт, а також виконували реальне дипломне проектування. Під керівництвом викладачів студенти приймали участь у виконанні господарчо-договірних тем в кількості не менш, як 30 на рік. Крім того, студентське проектно-конструкторське бюро спроектувало кілька монументів, що увічнювали пам'ять про загиблих у Другу світову війну. Засновником бюро був Є.І.Дундіч. він же керував їм протягом 25 років, забезпечуючи передавання напрацьованого досвіду та знань. Під його керівництвом багато сотень студентів навчилися виконувати весь проектний цикл від початкових накидів до перетворення проекту в матеріал [3, с.131].

2. Студенти старших курсів працювали на випускаючих кафедрах, допомагаючи викладачам у виконанні як господарчо-договірних, так і робіт з держбюджетної тематики. Це крім робіт в СКПБ.

3. На випускаючих кафедрах до 40 відсотків студентів старших курсів працювали над курсовими роботами та виконували свої дипломні проекти на реальній основі.

4. Найресповсюдженою формою науково-дослідницької праці студентів всіх курсів була участь у кружках загальнонаукових та технічних кафедр. Цим видом дослідних робіт було охоплено більша частину студентів.

5. Найкращі студенти ХІБІ висувались на участь у наукових конференціях, олімпіадах та конкурсах. На республіканських конкурсах студентських праць колектив ХІБІ неодноразово займав призові місця.

Таким чином, в ХІБІ була створена атмосфера наукового пошуку, в яку одразу поринав майбутній спеціаліст. Різноманітні форми науково-дослідної праці дозволяли з усіх сторін підходити до навчання молоді підвалинам самостійної праці та наукового пошуку. Той студент, хто хотів стати справжнім спеціалістом, мав всі можливості реалізувати свої таланти. Саме завдяки такій розвиненій системі підготовки кадрів ХІБІ і заслужив собі ім'я кузні науковців як в середині країни, так і далеко за її кордонами.

В університеті значна увага весь час приділялась спортивному вихованню. Кафедра фізичного виховання та спорту в 60-х – 80-х роках активно працювала над збереженням та укріпленням здоров'я студентів. Всі студенти залучались до регулярних занять фізичною культурою та спортом, а талановиті в цьому плані студенти залучалися до спортивних секцій, де з них готували майстрів спорту.

На березі річки Сіверський Донець було побудовано спортивний табір «Зелений бор», в якому все літо проходили учбові збори команд інституту з греблі, легкої атлетики, художньої гімнастики. Взагалі використання різноманітних форм фізичного виховання забезпечило науково обґрунтований для нормального функціонування організму студентів обсяг активної фізичної діяльності – тобто до 8 годин на тиждень.

Ще не початку 60-х років в ХІБІ став одним з перших вузів України, де почався розвиток художньої гімнастики. А з 80-х років тут впровадили ритмічну жіночу гімнастику – аеробіку. Вже в 1960 році команда гімнасток ХІБІ зайняла третє призове місце на спартакіаді вузів країни. Крім того, вона ж стала неодноразовим чемпіоном серед вузів Харкова. За 30 років в команда було підготовлено чотири майстра спорту.

Незмінним успіхом користувалась команда ХІБІ по волейболу. Багато років в у ній виступали Є.П. Шапошников (пізніше став кандидатом технічних наук, проректором інституту), В.А.Івахнюк (став професором, ректором Білгородської академії будівельних матеріалів), В.П.Головка (став директором інституту «Сантехпроект»).

Збірна команда ХІБІ з баскетболу більше 10 років була чемпіоном серед вузів Харкова. Вона завжди приймала участь у першості України серед вузів і два рази отримувала місце чемпіону Мінвуза України. Команду заснував та виховав відомий баскетболіст повоєнного часу, заслужений тренер УРСР, майстер спорту В.А.Лелюк.

Спортивний табір, побудований на березі Донця, відіграв значну роль в становленні збірної ХІБІ з греблі на байдарках та каное. Наша команда по цьому виду спорту стала багаторазовим чемпіоном першості серед вузів України. Ця команда підготувала сім майстрів спорту.

Дуже добрі результати показали збірна ХІБІ з боксу, що за всі роки підготувала сім майстрів та кандидатів в майстри спорту, збірна з легкої атлетики, що виростила чемпіона СРСР з бігу на малі дистанції, збірна із настільного тенісу, що мала в своєму складі чимало майстрів спорту.

В ХІБІ на регулярній основі функціонували секції з футболу, акробатики, шахів, спортивної гімнастики, вільної боротьби, дзюдо тощо. Команди, що спеціалізувались на цих видах спорту, нерідко брали призові місця в змаганнях серед вузів міста [3, с.142].

В ХІБІ був організований постійний медичний контроль за здоров'ям та фізичним станом студентів. Кабінет медичного контролю завжди був добре укомплектований медичною апаратурою та професійними спеціалістами. Крім загального нагляду за фізичним станом, медичний персонал вів роботу з удосконалення методики контролю за фізіологічними змінами у спортсменів для своєчасної корекції фізичних навантажень.

У 1957 – 1965 роках обов'язковим був зв'язок освіти та виробництва. Студенти були повинні два тижня в місяць відпрацювати на будівництві в якості простих робітників. А з 1963 року до цього додали ще й студентський трудовий семестр. Справа в тому, що грандіозне будівництво за відсутності механізації потребувало силу простої праці, за яку платили небагато. Тому й з'явилися студентські будівельні загони.

В 1963 році в Харкові було сформовано перші студентські будівельні загони, призначені для засвоєння цілини. В якості майстрів в цих загонах були студенти ХІБІ старших курсів, що мали потрібну кваліфікацію. А більша частина студентів працювала в загонах, розкиданих по Харківській області.

В 1965 році в будівельних загонах працювало загалом 1359 студентів, які виконували роботи на різних об'єктах народного господарства. З них 612 працювали в 26 радгоспах та колгоспах головним чином на збиранні врожаю. За період з 4 вересня по 10 жовтня вони збирали кукурудзу, соняшник, заготовляли корми та інші види сільськогосподарської продукції. За цю працю їм нарахували 24 тисячі «трудодіб», близько 20 тисяч карбованців та 65 тонн пшениці [1, справа 504].

Всі студентські загони ХІБІ проявили високу дисципліну, тому керівництво сільськогосподарських організацій надало їм відмінну характеристику. Особливу відзнаку дістали 48 студентів, що виконали по три норми та заробили в середньому по 100 карбованців, тоді як заробіток інших становив близько 30 карбованців.

Невелика частина студентів ХІБІ того ж року виїхала на цілину. Треба відзначити, що відбір до цих загонів був досить прискіпливим. Було сформовано лише два загони по 50 осіб. Вони виїхали в Кустанайську область Казахстану, де працювали 60 повних робочих днів.

Якщо господарства Харківської області використовували студентів як некваліфіковану робочу силу, то на цілині все було зовсім інакше: студенти працювали саме будівельниками. Ці два загону за два місяця побудували шість корівників, баню, кузню, відремонтували два корівника, добудували два корівника, та ввели в дію склад готової продукції. За все їм було нараховане більше 60 тисяч карбованців, що склало в середньому 600 карбованців на особу. Слід зазначити, що на той час середня заробітна плата по країні була близько 80 карбованців на місяць.

Крім грошей, студентські загони отримали почесні грамоти за відмінну працю, а чотири особи отримали медалі «За освоєння цілини».

На початку 70-х років студентські будівельні загони ХІБІ значно міцніють. В них приймають лише 600-700 осіб замість 1500, поділяють на 20-30 загонів, тобто в середньому по 25-30 осіб. Від цього вони ставали більш керованими. Більша частина загонів працювала в межах Харківської області, а частина від'їхала до Сибіру та за кордони країни. Щорічно декілька загонів привозили в ХІБІ знаки пошани з тих районів, де вони працювали.

На протязі 70-80-х років студентські будівельні загони ХІБІ працювали головним чином по районах Харківської області. Значна частина з них приймала участь в збиранні врожаю. Справа в тому, що механізація сільськогосподарських робіт закрила тільки виробництво зернових культур. Тому збирання овочів, фруктів, цукрових буряків було здебільшого ручним і

вимагало значної кількості робочої сили. Тому студенти перших курсів ХІБІ в ці роки всю осінь до «білих мух» проводили в цих «будівельних загонах».

Але частина студентів і справді продовжувала працювати за фахом. Вони будували в колгоспах Харківської, Кустанайської, Смоленської, Тюменської області водопроводи, житлові приміщення, будівлі громадського користування. Декілька сотень студентів працювали робітниками в трестах міста Харкова: «Житлобуд-1», «Житлобуд-2», «Сантехмонтаж-60», «Промтехмонтаж», а також на майданчиках Домобудівельних комбінатів 1 та 2. Крім того, щорічно формувались елітні будівельні загони, що виїжджали до Чехословаччини та Німеччини. В той час активними організаторами будівельних загонів були такі особи: В.І.Торкатюк, Д.Ф.Гончаренко, М.Є.Колодяжна, К.Є.Джан-Теміров, А.І.Савченко, В.В.Ляпін, В.П.Бабанін, О.С.Кравченко, В.О.Задриборода, С.О.Грімблат, В.Н.Усик, В.П.Гладкоскок, А.Д.Федорець, А.І.Горовий, А.В.Доля [3, с.149].

Слід згадати внесок будівельних загонів ХІБІ в справу ліквідації наслідків Чорнобильської аварії. Наприкінці 80-х років співробітники ХІБІ виїжджали на північ Київської області як керівники студентських загонів для розбудови нових містечок за межами 30-ти кілометрової зони відчуження. Тут вони будували і житловий фонд, і приміщення комунального призначення. Керівниками будівельних загонів, що працювали в дуже небезпечних умовах, були: Н.Д.Балера, Н.О.Пасічник, С.О.Грімблат, В.Н.Усик, В.П.Гладкоскок, Ф.І.Кирпикін, А.С.Кравченко.

Протягом 1955-1990 років в ХІБІ значно розширюється матеріально-технічна та інформаційна база. З 1952 року інститут мав один гуртожиток, що розташувався на вулиці Артема, 48Б. Гуртожиток був переповнений – в кімнатах жили по 4-5 осіб, але треба мати на увазі вкрай бідне існування населення того часу.

В 60-х роках силами студентських будівельних загонів до гуртожитку було добудовано п'ятиповерховий корпус, де було розташоване приміщення для самостійної роботи студентів архітектурного факультету. Тут були кімнати, пристосовані для виконання дипломних та курсових робіт, малюнку, креслення, занять художньою самодіяльністю тощо.

Значне зростання контингенту абітурієнтів примусило будувати ще один гуртожиток. В 1976 році було введено в дію багатоповерхова будівля на вулиці Ключовській. Цей гуртожиток був розрахований на 576 місць і значно знизив напругу з проблемою розселення студентів. Але саму проблему було не знято, тому в 80-х роках побудували ще один гуртожиток на Салтівці, що був розрахований на 809 місць. Таким чином, наприкінці 80-х років питання з житлом для студентів ХІБІ було повністю закрито [2, справа № 95].

Послідовно вирішувалася проблема з кількістю учбових та лабораторних приміщень. Головний учбовий корпус на вулиці Сумській ще в 50-ті роки повністю задовольняв потребу в аудиторіях та приміщеннях для кафедр, лабораторій, адміністративного апарату. Однак вже в середині 60-х років у зв'язку зі зростанням кількості студентів виникла нагальна потреба в нових учбових та лабораторних приміщеннях. Тому у 1972 році введено в дію шестиповерховий учбово-лабораторний корпус, зв'язаний переходом з головним корпусом. Ще один корпус був побудований у 1989 році як прибудова до головного корпусу по вулиці Сумській. Таким чином, наприкінці 80-х років ХІБІ був повністю забезпечений як гуртожитками для студентів, так і учбово-лабораторними приміщеннями.

В середині 50-х років в ХІБІ майже не було ніяких технічних засобів навчання – що цілком виправдане на фоні вкрай бідного існування населення і відсутності механізації праці. Економічне зростання призвело до появи у держави коштів для технічного обладнання закладів вищої школи. В 60-ті роки ХІБІ отримує значну кількість плакатів, епідоскопи, науково-популярні фільми. А з серйозних пристроїв – електронно-обчислювальні машини. Значний час в університеті працювала тільки одна така машина під назвою «Промінь». Її потужностей не вистачало, і тому вчені та дослідники ХІБІ користувались ЕОМ, що були в великих науково-дослідних інститутах міста.

Зусилля керівництва нашого інституту привели до того, що в середині 70-х років було отримано два великих (на той час) комп'ютера СС-1022 та «Наїрі» [3, с.102]. На їх базі було

створено інститутський обчислювальний центр. Ця нова високотехнологічна структура зайнялася обслуговуванням науково-дослідних лабораторій ХІБІ, які виконували проекти за господарчими договорами та держбюджетною тематикою. Трохи згодом, із розробкою спеціальних програм, обчислювальний центр було підключено до дипломного проектування та виконання курсових праць студентів. За один рік кожна ЕОМ працювала більше, ніж 3000 годин, протягом яких обчислювалося кілька тисяч курсових проектів та кілька сотень дипломних праць. У 80-х роках обчислювальний центр став надавати послуги для окремих адміністративних структур інституту, тобто його функції розширювалися.

Протягом 70-80-х років зростала і мала механізація учбового процесу. Інститут отримав кілька десятків кінопроекторів, діапроекторів, епідоскопів, звукову апаратуру, пульти дистанційного керування. Ними наповнювалися учбові кабінети кафедр та лабораторії. У 80-ті роки для потреб учбового процесу було придбано кілька сотень малих обчислювальних машин – щось на зразок калькуляторів, але розмірами приблизно з невеликий чемодан.

Чимале місце в інформаційному забезпеченні учбового процесу займає організація бібліотечної справи. Наприкінці 50-х років бібліотечний фонд ХІБІ становив близько 180 тисяч найменувань літератури всіх напрямків – від художньої до наукової. Вже в 60-ті роки почалося розширення бібліотеки, бо фінансування вищої школи покращувалося, і частину грошей витрачали на купівлю літератури. В 70-ті роки бібліотека отримала нове сховище та новий зал на 200 місць, а 20 кваліфікованих робітників обслуговували читачів 12 годин на добу. Трохи згодом були відкриті філії бібліотеки у гуртожитках. Таким чином, можна сказати, що інформаційне забезпечення учбового процесу вже у 80-ті роки було повним.

Восени 1990 року колектив ХІБІ відзначав 60-ти річний ювілей свого існування. Разом з цим закінчився і визначний етап в його житті. За 50-80-ті роки наш інститут пройшов період бурхливого розвитку у всіх відношеннях. Кількість абітурієнтів збільшилась у кілька разів, з'явилися нові факультети, кафедри, чисельність викладачів майже потроїлась. Значно розширилась матеріально-технічна база – були побудовані нові учбові корпуси та гуртожитки для студентів. ХІБІ випускав кваліфікованих спеціалістів у всіх галузях будівництва і його випускники в багатьох випадках зайняли керівні посади в міністерствах, інститутах. В цей час створилися до десятка наукових шкіл, які стали візитною карткою ХІБІ. Кілька десятків викладачів стали відомими вченими, випускаючи монографії та молодих вчених, які продовжували їх справу. Таким чином, за цей період ХІБІ з малого провінційного інституту став одним з провідних учбових закладів в галузі будівництва та архітектури.

Враховуючи історичний досвід підготовки фахівців будівельної галузі в нашому університеті, слід відзначити, що розвиток освіти та економічне зростання країни нерозривно поєднані один з одним. З одного боку, підготовка спеціалістів у нашому університеті повинна відповідати вимогам та потребам української економіки. Для того, щоб університет був конкурентоспроможним на ринку освітніх послуг, слід уважно слідкувати за тенденціями розвитку ринку праці та прогнозувати його потреби у спеціалістах того чи іншого напрямку. З іншого боку, необхідно розуміти та аналізувати розвиток економіки країн ЄС та світу, бо ці глобальні тенденції значною мірою впливають на економічне становище нашої країни.

Список використаних джерел

1. Державний архів Харківської області (ДАХО): Ф№Р-136, оп.№1.
2. Поточний архів ХНУБА.
3. Сторінки історії: ХІБІ – ХДТУБА – 70 років: Нарис/ Болотських М.С., Борисов А.В., Гончаренко Д.Ф. та ін. Х., 2000. 288 с.: іл.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
Калініченко Л. Л. Креативний потенціал як основний структурний елемент економічного потенціалу сучасного підприємства.....	4
Posternak I. M., Posternak S. A. Formation streams of critical way of the complex town-planning power reconstruction.....	10
Білецька І. М., Клапків Ю. М., Свірський В. С. Ринок страхових послуг: чинники запровадження і розвитку новітніх технологій страхування.....	20
Благой В. В., Блага В. В. Аналіз існуючих заходів щодо впливу гендерної дискримінації на ринок праці.....	30
Бредіхін В. М., Прокопенко М. В. ІТ-індустрія та розвиток культури і креативу в Україні.....	37
Брежнєва-Єрмоленко О. В., Галаганов В. О. Нова система міжбюджетних відносин в Україні: вибір оптимальної європейської моделі.....	42
Галанець В. В., Дзюрах Ю. М. Державна аграрна політика у контексті євроінтеграції.....	52
Гелеверя Є. М. Креативна модель модернізації та відновлення житлового фонду: економічний вектор в контексті регіонального розвитку.....	62
Громова О. В. Використання методів психологічної активізації мислення у створенні креативної реклами.....	67
Демкура Т. В. Мережева організація глобального економічного простору.....	77
Євсєєва О. О. Стале функціонування регіональної соціально-економічної системи в умовах євроінтеграції України.....	95
Каличева Н. Є., Єлагін Ю. В. Напрями забезпечення ефективного розвитку залізничного транспорту за рахунок застосування інструментів маркетингу.....	106
Касатонова І. А. Автоматизовані програми і процеси переведення господарювання підприємств у електронну форму.....	115
Кірдіна О. Г. Обґрунтування необхідності інноваційного розвитку підприємств в умовах глобалізації.....	128
Колмакова О. М., Халіна В. Ю., Смачило В. В. Концептуальні засади сталого розвитку рееміграційного соціального підприємництва в Україні.....	137
Компанієць В. В., Польова В. В. Сталий розвиток маркетингової конкурентоспроможності Харківського регіону в умовах модернізації економіки.....	149
Маковоз О.С., Передерій Т.С. Зелена економіка як запорука сталого розвитку.....	159
Можайкіна Н. В., Островський І. А. Сучасна регіональна політика в контексті структурної модернізації економіки.....	169
Пакуліна А. А., Пакуліна Г. С. Креативна економіка в модернізації національного господарства України та протистоянні глобальній кризі.....	181
Смачило В. В., Божидай І. І. Агропромисловий комплекс України: стан, реформування та перспективи розвитку.....	195
Солодовник Г. В. Моделювання прийняття багатоетапних рішень.....	207
Толстова А. В., Янченко Н. В. Кластерний підхід відтворення та активізації потенціалу промислового комплексу України.....	221
Устіловська А. С. Теоретико-методичний базис системи управління персоналом.....	227

Уткіна Ю. М. Теоретичні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємств.....	236
Фесенко Т. Г., Шахов А. В., Фесенко Г. Г. Гендерно-орієнтоване управління будівельними проектами: від теорії до практики.....	245
Фролова Н. Л. Організаційно-економічний інструментарій державної регуляторної політики у сфері малого та середнього підприємництва в Україні.....	258
Шептуха О. М., Лаптева А. Ю., Мірошніченко Я. М. Розробка ефективної політики поводження з твердими побутовими відходами.....	269
Якименко-Терещенко Н. В., Іванішина Д. В. Управління прибутком підприємств в контексті забезпечення ефективності функціонування та розвитку економіки України.....	279
Пакуліна А. А. Перетворення процесу управління з використанням публічних технологій.....	287
Панченко Н. Г. Розвиток системи соціальної відповідальності на залізничному транспорті України.....	295
Багмут Л. С., Іващенко М. В. Формування кадрового потенціалу будівельної галузі в умовах сталого розвитку України: історичний досвід	304

Наукове видання

Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток

Монографія

за заг. ред. д-ра екон. наук, професора *Л. Л. Калініченко*

Редактор: канд. екон. наук, доцент кафедри
економіки ХНУБА *Пакуліна А. А.*

Макетування: канд. екон. наук, викладач
кафедри економіки ХНУБА *Польова В. В.*

Матеріали опубліковані в авторській редакції

Підписано до друку 3.05.2018. Формат 60x90/16.
Папір офсетний. Друк цифровий.
Ум. друк. арк. 16,5 Облік.-вид. арк. 19,5
Тираж 40 прим. Зам. № 16/5/18.

Видавець: ФОП Панов А. М.,
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 4847 від 06.02.2015 р.
м. Харків, вул. Жон Мироносиць (Раднаркомівська), 10, оф. 6
тел. +38(057) 714-06-74; +38(057) 976-32-87
copy@vlavke.com, <http://vlavke.com.ua>



**ХАРКІВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ**

**спеціальність: 051 - Економіка,
076 - Підприємництво, торгівля та біржова діяльність**

**Освітній ступінь:
бакалавр, магістр, доктор філософії**

денна та заочна форми навчання

Адреса: м. Харків, вул. Сумська, 40,
кафедра економіки:
4-й поверх, каб. № 408.

Контактні телефони: – (057) 706-19-46,
(050) 632-05-80, (050) 605-37-57

E-mail:

kafekonomika@ukr.net

Сайт кафедри:
econ2016.krasalex.com

