

**Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка**

**Економічний факультет
Кафедра економіки підприємства**

Інститут конкурентного суспільства

Теоретичні та прикладні питання економіки

Збірник наукових праць

Випуск 2 (31)

Київ - 2015

УДК 330.101

*Рекомендовано Вченою радою економічного факультету
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(Протокол № 4 від 24 листопада 2015 року)*

**Свідцтво Державного комітету інформаційної політики, телебачення та
радіомовлення України про державну реєстрацію КВ № 6852 від 09.01.03
Науковий збірник «Теоретичні та прикладні питання економіки» включено до
спеціалізованого переліку ВАК України з економіки (№ 1-05/2 від 10.03.2010 р.)**

*Висвітлюються теоретичні та прикладні питання розвитку сучасної
економіки, зокрема, реформування відносин власності, підприємництва,
інвестиційно-інноваційної діяльності, структурних зрушень, промислової
політики, державного регулювання, корпоративного управління,
підвищення якості продукції та конкурентоспроможності вітчизняної
економіки в умовах глобалізації.*

Для наукових працівників, викладачів, аспірантів, студентів, практиків.

Редакційна колегія:

В.Д. Базилевич, д-р екон. наук; **Г.М. Филюк**, д-р екон. наук (відп. редактор.); **А.В. Шегда**, д-р екон. наук; **З.С. Варналій**, д-р екон. наук; **Л.І. Воротіна**, д-р екон. наук; **О.Є. Кузьмін**, д-р екон. наук; **І.О. Александров**, д-р екон. наук; **А.О. Задоя**, д-р екон. наук; **П.С. Єщенко**, д-р екон. наук; **А.А. Садеков**, д-р екон. наук; **В.О. Мандибура**, д-р екон. наук; **І.Й. Малий**, д-р екон. наук; **І.О. Лютий**, д-р екон. наук; **Ю.Є. Петруня**, д-р екон. наук; **Ю.І. Єхануров**, канд. екон. наук; **О.І. Черняк**, д-р екон. наук; **Д.О. Баюра**, д-р екон. наук (відп. секр.); **Т.М. Литвиненко**, канд. екон. наук; **Л.П. Чубук**, канд. екон. наук.

Теоретичні та прикладні питання економіки. Збірник наукових праць. Випуск 2 (31) (за заг. ред. проф. Єханурова Ю.І., Филюк Г.М.) – К.: ТОВ «ЦП «КОМПРИНТ», 2015. – 251 с.

Адреса редакційної колегії: 03022, м. Київ, вул. Васильківська, 90-а, кім. 307, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, економічний факультет, кафедра економіки підприємства, тел. 259 0147

ЗМІСТ

Филіук Г.М. Технологічна модернізація підприємств промисловості в Україні як основа їх економічної безпеки	4
Федулова І.В. Інтелектуальний і соціальний капітали та їх співвідношення	11
Грішнова О.А., Березюк К.М. Інноваційні аспекти розвитку корпоративної екологічної відповідальності	20
Скопенко Н.С., Андреюк Н.В. Організація системи ризик-менеджменту на підприємстві	29
Литвиненко Т.М. Нематеріальні чинники формування вартості підприємства	42
Дьякон В. Система управління інтелектуальним капіталом підприємства	51
Бойко І. А. Сутність та класифікація фінансових ризиків	59
Брінцева О.Г. Ризики при інвестиціях у розвиток персоналу і проблеми фіктивізації людського капіталу	66
Волошенко А.В. Послуги посередників в системі корупційних відносин	72
Москаленко В.О., Євсєєва І.В. Визначення основних ризиків олійножирової галузі	80
Ульянов К.Є. Трансферне ціноутворення як фактор монополізації ринків	88
Чорнодід І.С. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності конкурентоспроможності країни	96
Нетребя І.О. Формування та використання системи управління знаннями на підприємстві	105
Ткачук С.В., Стахурська С.А. Формування лояльних стосунків із клієнтами у сфері нематеріального виробництва	113
О. Pimenova Problems of competitiveness of the modern market of art and hobby materials of Ukraine	122
Кундєєва Г.О., Мартинюк Л.А. Продовольча безпека України: структурні зрушення у діяльності підприємств харчової промисловості	132
Рудковський О.В. Методологічний підхід до корпоративної безпеки	141
Кришталь Г.О. Розрахунок капіталу необхідного для покриття операційних ризиків	150
Кравченко Т.В. Впровадження та оцінювання програмно-цільового управління інвестиційними проектами на промислових підприємствах	158
A. Magomedova Optimization of the key parameters of franchising enterprises performance	167
Говорунов О.Г. Непередбачуваність як характеристика умов функціонування підприємства	175
Гусарова М.Ю. Теоретичні основи створення туристських кластерів	187
Кравець С.В. Сутність та управління ризиками збутової діяльності підприємства	196
Римкіна М.С. Економетричне моделювання залежності між соціально-економічним розвитком підприємств енергетичного сектору та ефективністю їх діяльності	205
Магдич І.П. Аналіз джерел формування та напрямів використання грошових потоків підприємств пивоварної галузі України	215
Маліновська Д.К. Екологічний аудит як елемент системи контролю природоохоронної діяльності підприємства	224
Наумова М.О. Соціальне підприємництво в системі чинників підвищення якості життя	233
Стегнієнко М.О. Сутність поняття «системно важливий банк»: національний та глобальний аспекти	243

УДК 338.23 (477): 330.341.1: 67 (477)
JEL O 31

Филюк Г. М., д.е.н, професор,
заслужений економіст України,
завідувач кафедри економіки підприємства
КНУ імені Тараса Шевченка

ТЕХНОЛОГІЧНА МОДЕРНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ ЯК ОСНОВА ЇХ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Розкрито сутність понять «економічна безпека підприємства» та «технологічна модернізація». Обґрунтована необхідність технологічної модернізації вітчизняних підприємств в сучасних економічних умовах. Сформульовано пропозиції щодо активізації процесів технологічної модернізації вітчизняних підприємств для забезпечення високого рівня їх економічної безпеки.

Ключові слова: промислові підприємства, модернізація, технологічна модернізація, інновації, конкурентоспроможність, економічна безпека.

Постановка проблеми. В умовах турбулентності та непередбачуваності зовнішнього середовища, зумовленого динамічними процесами глобалізації, загостренням високотехнологічної міжнародної конкуренції, появою нових форм господарювання та управління, перед компаніями усього світу дедалі гостріше постає проблема забезпечення економічної безпеки. Економічна безпека підприємств – це комплексна соціально-економічна характеристика стану їх захищеності в зовнішньому середовищі, яка характеризує його спроможність протистояти внутрішнім та зовнішнім загрозам, утримувати позиції на ринку за рахунок реалізації конкурентних переваг та забезпечити стійкий розвиток у перспективі. Економічна безпека значною мірою залежить від своєчасного технологічного переоснащення підприємств та інноваційності відповідно до вимог часу.

Для українських підприємств ця проблема є архіважливою, оскільки вони виявилися не готовими до активного інноваційного розвитку через значну застарілість матеріально-технічної бази та її невідповідність вимогам сьогодення. Тож, на сучасному етапі невідкладним завданням для нашої країни є технологічна модернізація українських підприємств на інноваційній основі, а тому надзвичайно актуальними є дослідження, пов'язані з науковим обґрунтуванням стратегічних напрямів її реалізації.

Аналіз останніх публікацій. Проблеми технологічної модернізації господарюючих суб'єктів та економічної безпеки активно обговорюється в науковій літературі та на державному рівні. Серед сучасних вітчизняних науковців, які досліджували питання модернізації на різних рівнях, можна виділити А. Андрюхіна, К. Бужимську, Н. Валінкевич, В. Геєця, О. Мамалуй, М. Салун, Й. Петровича, Л. Федулову, І. Федулову, Л. Шаблисту та ряд інших.

Концептуальні засади економічної безпеки підприємств розглядаються у наукових працях З. Варналія, Т. Васильціва, А. Вишневської, Т. Величко, В. Глушкова, Д. Ковальова, Г. Козаченко, Є. Олейнікова, С. Покропивного, О. Полтініної, Л. Ширяєвої та багатьох інших.

Невирішені частини проблеми. Не применшуючи значення наукових здобутків зазначених вчених, все ж таки слід зауважити, що в сучасних роботах не знайшли

достатнього відображення питання ролі технологічної модернізації вітчизняних підприємств на інноваційних засадах у формуванні їх конкурентних переваг та забезпеченні високого рівня захищеності власних економічних інтересів від впливу несприятливих умов зовнішнього і внутрішнього середовища.

Метою статті є теоретичне обґрунтування пропозицій щодо технологічної модернізації вітчизняних промислових підприємств з метою забезпечення їх економічної безпеки в умовах глобалізації.

Результати дослідження. Під технологічною модернізацією підприємств будемо розуміти радикальне оновлення їх технічного базису та технологічних процесів на основі впровадження у виробництво новітніх досягнень науково-технічного та технологічного прогресу з метою забезпечення стійкого розвитку, високого рівня конкурентоспроможності та економічної безпеки.

Досвід останніх років показує, що переважна більшість вітчизняних промислових підприємств потребує негайної і системної модернізації, оскільки рівень їх технічного і технологічного розвитку не відповідає сучасним світовим зразкам, що зумовлено рядом факторів.

По-перше, значна кількість підприємств вітчизняної промисловості працює на застарілому обладнанні, яке зношене фізично і застаріле морально. За даними офіційної статистики, рівень зношеності основних засобів в економіці за останні 14 років збільшився майже вдвічі і загалом становить понад 83% (рис. 1), у тому числі, в промисловості – понад 60%, а на транспорті та у складському господарстві – близько 97% [1].

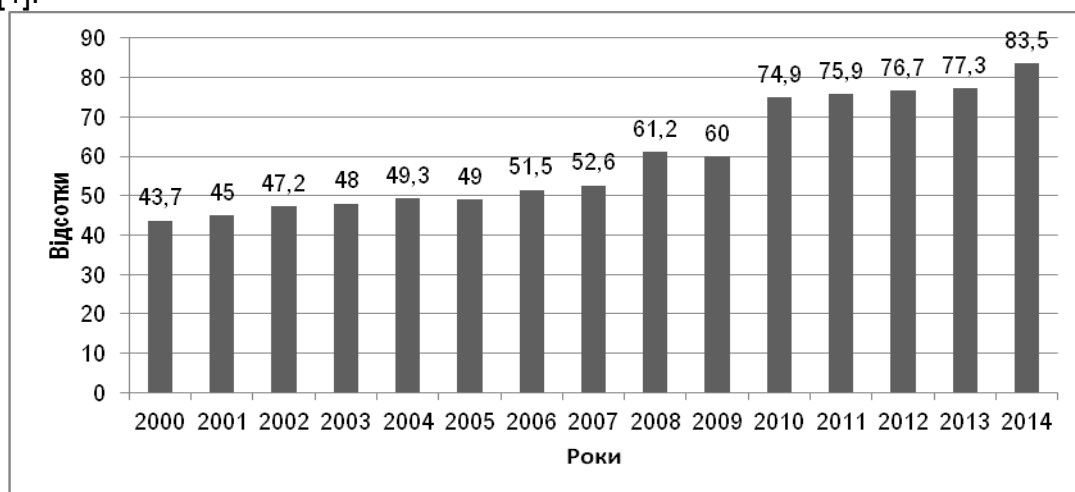


Рис. 1. Динаміка зносу основних засобів в економіці України [2]

Джерело: розроблено автором

По-друге, недостатніми з огляду на ступінь зносу є темпи оновлення основних засобів на вітчизняних підприємствах. Оновлення основних засобів – постійний процес, який передбачає: по-перше, заміну фізично і морально зношеного обладнання, яке не забезпечує вимог технологічного процесу; по-друге, пропорційне збільшення кількості устаткування для нарощування обсягів виробництва. Таким способом оновлюється до 10–15 % обладнання, яке використовується в технологічних процесах виробництва. Як бачимо з табл. 1, динаміка темпів оновлення основних засобів на вітчизняних промислових підприємствах є вкрай низькою і не забезпечує навіть простого відтворення.

Таблиця 1

Динаміка оновлення основних засобів на вітчизняних підприємствах [3]

Роки	Оновлення основних засобів, %	Роки	Оновлення основних засобів, %
2001	3,63	2008	4,75
2002	3,63	2009	2,85
2003	4,3	2010	1,84
2004	5,39	2011	2,0
2005	5,52	2012	2,09
2006	5,25	2013	н/д
2007	6,23	2014	0,92

Джерело: розроблено автором

По-третє, застосовуючи фізично зношене і морально застаріле обладнання, вітчизняні підприємства змушені використовувати морально застарілі технології, тоді як у світі вони постійно оновлюються. Так, протягом 2012-2014 рр. лише 11,3 % вітчизняних підприємств впроваджували нові технологічні процеси, а частка тих, які впроваджували маловідходні і ресурсозберігаючі технології є втричі меншою [4, с. 51]. У 2014 р. 1637 промислових підприємств в Україні використовували передові технології, що становить 0,001 % від загальної кількості внесених до ЄДРПОУ підприємств, і лише 106 промислових підприємств створили нові технології, що становить (0,0008 %) [4, с. 51, 159]. Однак, навіть ті ліцензійні технології, які впроваджуються на вітчизняних підприємствах, переважно не належать до останніх світових досягнень, що закріплює технологічну відсталість промисловості.

По-четверте, неможливість використання новітніх технологій унеможлиблює випуск інноваційної продукції. За оцінками експертів ОЕСР, економічне зростання держав у 50 рр. ХХ ст. на 37 % забезпечувалося саме науково-технічним прогресом, а на початок ХХІ ст. – вже на 65 %. Цей фактор зумовлює близько 75 % приросту продуктивності праці, понад 50 % приросту національного доходу, а також істотно знижує собівартість продукції [5, с. 45].

Натомість у ХХІ ст. вітчизняні підприємства виробляють продукцію, яка на 95 % належить до третього і четвертого технологічних укладів, і лише на 4 % до п'ятого. Виробництво продукції, яка належить до шостого технологічного укладу в Україні (робототехніка, біотехнології, засновані на досягненнях молекулярної біології та генної інженерії, нано- й пікотехнології, системи штучного інтелекту, глобальні інформаційні мережі, інтегровані високошвидкісні транспортні системи), є вкрай мізерним (менше 0,5 %), а продукція сьомого укладу (технології «термоядерного синтезу», псі-технології (базуються на силі думки та свідомості), біоенергетика) відсутня взагалі. Питома вага високотехнологічної продукції у загальній вартості продукції промисловості становить лише 6,7 %, що є втричі меншим за аналогічний показник Японії, США, Швеції, і вдвічі меншим, ніж Німеччини і Франції. Наслідком стало істотне перевищення обсягів імпорту високотехнологічної продукції над обсягами її власного виробництва.

По-п'яте, високий ступінь зношеності основних засобів є причиною зниження їх продуктивності, що тягне за собою зниження продуктивності праці в Україні. У нашій країні цей показник становить лише близько 25% від рівня країн ЄС, і лише 15% від

рівня США. Так, у 2012 р. продуктивність праці на 1 працюючого в Україні становила 16,7 тис. дол. США за ПКС, тоді як у США – 111,9 тис., у Німеччині – 8,3 тис. у Франції – в 85,8 тис., у Великобританії – 80,5 тис., у Польщі – 51,4 тис., у Росії – 36 тис., у Білорусі – 30,1 тис. [6, с. 28]. За індексом продуктивності праці Україна випереджає тільки деякі країни Африки. Це, у свою чергу, призводить до зростання виробничих витрат підприємств, а отже не забезпечує ефективного й інтенсивного виробництва.

По-шосте, через значне зношення основних засобів в рази збільшується ризик техногенних і екологічних катастроф. Велика кількість вітчизняних підприємств, з огляду на сировинний характер української економіки, за технічними і технологічними особливостям виробництва відносяться до потенційно і техногенно небезпечних. У структурі промисловості виділяється 57 підгалузей, які містять потенційно і техногенно небезпечні підприємства і виробництва, на яких зайнято близько 2 млн. осіб (49,6% середньооблікової чисельності працюючих), а обсяг основних засобів становить понад 160 млрд. грн (62% від їх загального обсягу в промисловості).

Все викладене свідчить: до цих пір у нашій країні не створені передумови для розвитку високотехнологічного виробництва навіть у найближчому майбутньому, що тягне за собою дедалі більше технологічне відставання від багатьох країн. Виникає замкнуте коло: промисловість країни продовжує втрачати базу для майбутнього розвитку, що, в свою чергу, є вагомою перешкодою на шляху інноваційного оновлення та технологічної модернізації економіки. Це знижує рівень економічної безпеки вітчизняних підприємств, робить їх вразливими до змін ринкової кон'юнктури і конкуренції.

Таким чином, у нас немає альтернативи технологічній модернізації підприємств. Причому, модернізація, спрямована на просте відтворення основного капіталу, проблеми не вирішить. Цілком підтримуємо думку, що сьогодні «...Україні потрібна нова індустріалізація, нова структура матеріального виробництва і новий індустріальний ландшафт» [7, с. 10]. Це означає, що вітчизняним підприємствам потрібна системна модернізація. Вирішення цього надскладного, але вкрай важливого завдання, можливе за рахунок тісної взаємодії уряду, підприємницького сектору і суспільства.

Передусім, необхідним є створення належних умов для активізації інвестиційної діяльності. Адже деградація основних засобів підприємств відбувається при дефіциті фінансових ресурсів, які направляються на їх відтворення.

Але й тут є свої проблеми. Складність ситуації пов'язана з несприятливістю інвестиційного клімату в Україні, що обмежує надходження інвестиційних ресурсів в економіку як від внутрішніх, так і від зовнішніх інвесторів. Так, аналіз показників інвестиційної діяльності в економіці України у 2004-2014 рр. свідчить про істотне погіршення інвестиційного забезпечення економічного розвитку та різке скорочення обсягу інвестицій в основні засоби. Значне скорочення обсягів капітальних інвестицій в економіку відбулося під впливом світової фінансово-економічної кризи у 2009-2010 рр. (рис. 2). Період посткризового відновлення у 2011-2012 рр. супроводжувався поживанням інвестиційних процесів, проте у 2013-2014 рр. загострення соціально-економічної та політичної ситуації в Україні перешкодило закріпленню позитивної динаміки попередніх років – обсяги капітальних інвестицій знову різко скоротилися.

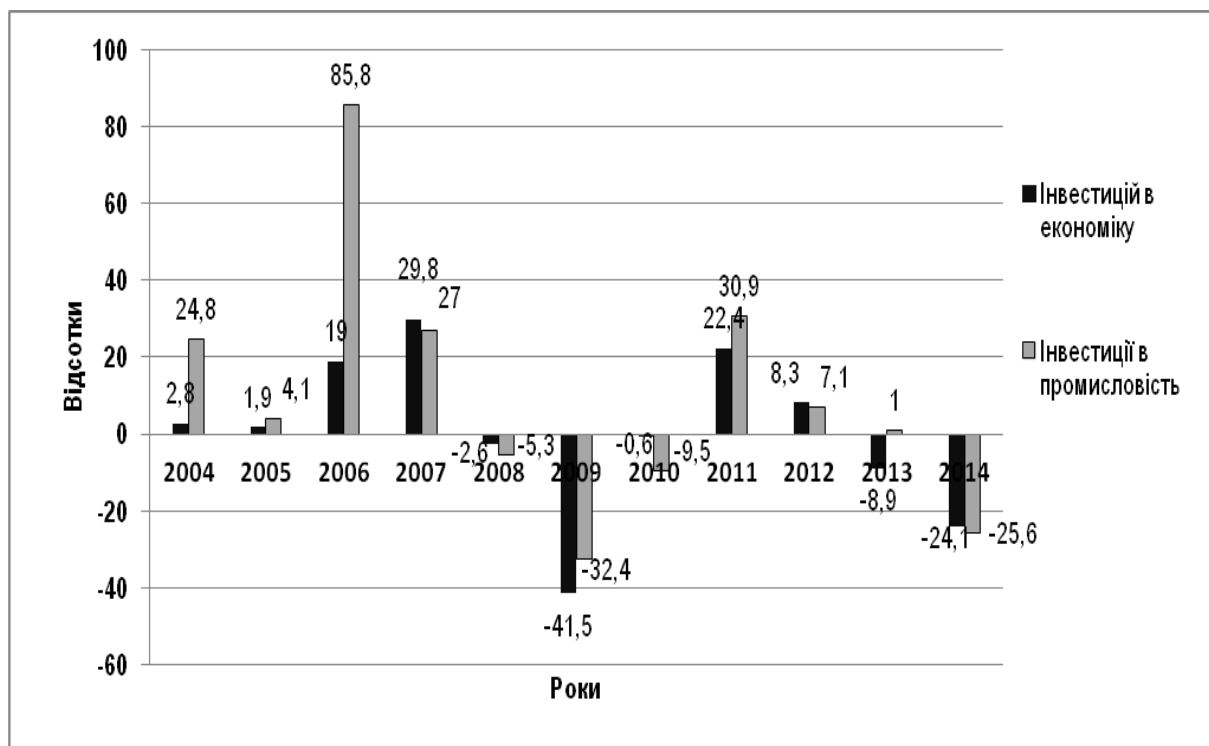


Рис. 2. Динаміка капітальних інвестицій в основні засоби в Україні у 2004-2014 рр. [2]

Джерело: розроблено автором

На сьогодні обсяги інвестицій, спрямовані на оновлення основних засобів підприємств, знаходяться на рівні менше, ніж 5 %, а в окремих галузях не перевищують 1 %. Нерідко у підприємств відсутні кошти навіть для простого відтворення. Адже на практиці вітчизняні підприємства не резервують кошти амортизаційного фонду (фонду, що формується за рахунок амортизаційних відрахувань, які відносяться на собівартість продукції), а використовують їх у поточній діяльності. За таких умов повне відновлення виробничих потужностей стане можливим тільки через 50 років, тоді як у країнах Європи на це потрібно до 5 років. Тож в Україні необхідно забезпечити збільшення обсягу інвестицій у оновлення основного капіталу не менше, ніж у 5, а то й більше разів [8].

З метою вирішення питання інвестиційного забезпечення процесів модернізації необхідно: поліпшення інвестиційного клімату в державі, що сприятиме притоку іноземних інвестицій; поетапне зниження податкового навантаження на підприємства, які модернізуються; забезпечення гарантій захисту інвестицій для стимулювання довготермінового фінансування інвестиційних проектів; створення надійної законодавчої системи страхування та перестрахування інвестиційних ризиків, тощо.

На сучасному етапі технологічна модернізація має здійснюватися лише на інноваційній основі. Для цього необхідно задіяти як зовнішні (подолання розриву між наукою, освітою та виробництвом, налагодження ефективних механізмів взаємодії промислових підприємств, науково-дослідних, освітніх організацій; створення інноваційної інфраструктури на загальнодержавному та регіональному рівні; формування державних інноваційних програм та державного замовлення на інноваційну продукцію; активізація міжнародного наукового та науково-технічного співробітництва, забезпечення державою гарантованого попиту на внутрішньому ринку на технологічні інновації), так і внутрішні важелі (чітке формулювання цілей та розробка стратегії інноваційного розвитку; удосконалення системи внутрішнього корпоративного

управління; модернізація організаційно-управлінських, фінансових, збутових та інших процесів; формування інноваційної культури серед працівників підприємства тощо).

Для проведення ефективної модернізації підприємствам необхідно особливу увагу приділяти підбору і підготовці кадрів, які реалізуватимуть проекти модернізації. У цьому контексті дуже важливо забезпечити ефективний набір працівників, прийнятний рівень заробітної плати, оптимальну структуру матеріальних і моральних стимулів з урахуванням мотивації ініціативності кожного працівника, оновлення рівня їх знань та компетенції.

Однак, на нашу думку, найважливішим стимулом для вітчизняних підприємств до технологічної модернізації є розвиток конкурентного середовища на внутрішньому ринку. Лише перебуваючи під сильним конкурентним тиском, вітчизняні підприємства реального сектору економіки отримають потужний поштовх до формування конкурентних переваг через системну глибоку модернізацію на інноваційній основі.

Висновки. Таким чином, технологічна модернізація є одним з найважливіших заходів на шляху забезпечення економічної безпеки вітчизняних підприємств в умовах загострення конкуренції внаслідок лібералізації економічних кордонів між державами, яка посилює невизначеність і непередбачуваність зовнішнього середовища їх функціонування. Для її ефективного здійснення необхідні переорієнтація інвестиційної політики підприємств на максимальне технічне переоснащення, висока мотивація керівництва до здійснення інноваційної діяльності, здійснення державного стимулювання процесів модернізації, тощо.

Насамкінець, зауважимо, що сама по собі технологічна модернізація не забезпечить очікуваних результатів. Для досягнення відчутних ефектів вона повинна супроводжуватися впровадженням сучасних принципів і підходів в організації та управлінні виробництвом. Однак, це уже проблематика подальших наукових досліджень.

Література.

1. Наявність і стан основних засобів за видами економічної діяльності (КВЕД-2010) за 2013 рік// [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Капітальні інвестиції за видами активів за 2010-2014 роки// [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2005/ibd/ibd_rik/ibd_u/ki_u.html.
3. Статистичний бюлетень «Основні засоби України за 2014 рік»// [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publosn_zas_u.htm
4. Україна в цифрах у 2014 році: статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України. –2015. – с. 51. // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ukrstat.org>
5. Макогон Ю. Стратегія інноваційного розвитку України в контексті інтеграції до Європейського Союзу / Ю. Макогон, Т. Медведкіна // Журнал європейської економіки. – 2008. – Т.7 (№1). – с. 43–57.
6. Єщенко П.С. Як подолати системні витрати неоліберального реформування економіки / П.С. Єщенко // Економіка України. – 2015. – №1. – С. 26-41.
7. Власюк В. Нова модель економіки через реконструкцію інфраструктури / В. Власюк // Дзеркало тижня. – 2015. – 25 квітня. – с. 10.
8. Данилишин Б. Не перетворить Україну в ЗОНУ / Б. Данилишин// [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/inozmi/svoboda/2012/04/27/6963651/>

References.

1. Nayavnist' i stan osnovny'x zasobiv za vy'damy' ekonomichnoyi diyal'nosti (KVED-2010) za 2013 rik // <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Kapital'ni investy'ciyi za vy'damy' akty'viv za 2010-2014 roky' // http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2005/ibd/ibd_rik/ibd_u/ki_u.html.
3. Staty'sty'chny'j byuleten' «Osnovni zasoby' Ukrayiny' za 2014 rik» // http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publosn_zas_u.htm
4. Ukrayina v cy'frax u 2014 roci: staty'sty'chny'j zbirny'k. – K.: Derzhavna sluzhba staty'sty'ky' Ukrayiny'. –2015. – s. 51. // <http://ukrstat.org>
5. Makogon Yu. Strategiya innovacijnogo rozvy'tku Ukrayiny' v konteksti integraciyi do Yevropejs'kogo Soyuzu / Yu. Makogon, T. Medvedkina // Zhurnal yevropejs'koyi ekonomiky'. – 2008. – T.7 (#1). – s. 43–57.
6. Yeshhenko P.S. Yak podolaty' sy'stemni vy'traty' neoliberal'nogo reformuvannya ekonomiky' / P.S. Yeshhenko // Ekonomika Ukrayiny'. – 2015. – #1. – S. 26-41.
7. Vlasyuk V. Nova model' ekonomiky' cherez rekonstrukciyu infrastruktury' / V. Vlasyuk // Dzerkalo ty'zhnya. – 2015. – 25 kvitnya. – s. 10.
8. Dany'ly'shy'n B. Ne peretvorit' Ukrainu v ZONU / B. Dany'ly'shy'n // <http://www.pravda.com.ua/inozmi/svoboda/2012/04/27/6963651/>

Филук Г. М., д.э.н, проф.,
заслуженный экономист Украины
заведующая кафедры экономики предприятия
КНУ имени Тараса Шевченко

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УКРАИНЕ КАК ОСНОВА ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Раскрыта сущность понятий «экономическая безопасность предприятия» и «технологическая модернизация». Обоснована необходимость модернизации отечественных предприятий в современных экономических условиях. Сформулированы предложения по активизации процессов модернизации отечественных предприятий для обеспечения высокого уровня их экономической безопасности.

Ключевые слова: промышленные предприятия, модернизация, технологическая модернизация, инновации, конкурентоспособность, экономическая безопасность.

G. Filuk, Doctor of Economics, Professor,
Honored economist of Ukraine
Taras Shevchenko Kiev National University

TECHNOLOGICAL MODERNIZATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN UKRAINE AS A BASIS FOR THEIR ECONOMIC SECURITY

The paper exposes key aspects of terms "economic security of a company" and "technological modernization". A necessity of technological modernization of Ukrainian companies under current economic situation is proved. Suggestions towards activation of these processes with the aim to ensure high level of economic security of Ukrainian companies are made.

Key words: industrial enterprises, modernization, technological modernization, innovation, competitiveness, economic security.

УДК 130.1
JEL D 24

Федулова І.В., д.е.н., професор
Національний університет харчових технологій

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ І СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛИ ТА ЇХ СПІВВІДНОШЕННЯ

При визначенні інтелектуального і соціального капіталів відбувається дублювання окремих складових. Це вносить деяку плутаницю у зміст і структурне наповнення визначених видів капіталів. Інтелектуальний капітал розглядається як сукупність знань, досвіду і ключових компетенцій персоналу і результат втілення цих знань в уречевлених і неуречевлених активах, що є результатом інтелектуальної діяльності людини і виступає об'єктом інтелектуальної власності. Це сукупність людського капіталу і інтелектуальної власності як капіталу. Соціальний капітал підприємства розглядається як нематеріальний актив, що створюється організацією через систему соціальних взаємовідносин на внутрішньоорганізаційному, міжорганізаційному й організаційно-інституціональному рівні за рахунок створення унікальних конкурентних переваг, які виступають ключовими факторами успіху на ринку в отриманні доданої вартості. Він складається із організаційного (структурного, інфраструктурного) капіталу і споживчого (ринкового, клієнтського, маркетингового, марочного) капіталу.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, соціальний капітал, людський капітал, споживчий капітал, організаційний капітал, структурний капітал

Постановка проблеми. Характерною рисою сучасної економіки розвинених країн є збільшення частки нематеріальних компонентів в процесі створення продукції. Цей процес залежить від інтелектуальних ресурсів, якими володіє організація: імідж, репутація, бренд, компетенції співробітників, організаційна культура тощо. В якості одного з підходів, що дозволяють конкретизувати економічний зміст інтелектуальних ресурсів є концепція інтелектуального капіталу. Концепція виникла у зв'язку з посиленням інтересу до нематеріальних ресурсів організації та посиленням їх ролі в розвитку. Її ідея виходить з передумови про існування сукупності переважно нематеріальних факторів, які впливають на розвиток підприємства, але при аналізі або не розглядаються, або розглядаються частково і не системно. Значний вплив на розвиток підприємства здійснюють професійні компетенції, знання, нові технології управління, рівень розвитку ринкової інфраструктури, тощо. Ці елементи нової економіки є складовими інтелектуального капіталу та істотно впливають на ринкову вартість компанії.

Аналіз останніх публікацій. Проблемам визначення сутності інтелектуального капіталу присвячено значна кількість досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, окрема це Дж. К. Гелбрейт, Т.Стюарт, Л. Едвінссон і М. Мелоун, В. Зінов, Н. Казакова, В. Л. Іноземцев, Б. Б.Леонтьев, Є.Н.Селєзньов, Е. Брукінг, О. Кендюхов [1-10]. Проблема формування соціального капіталу займалось багато вчених, серед яких окремо виділимо П.Бурдье і Коулман Дж. [11-12]. Основними питаннями, які розглядаються, є: сутність капіталу, його складові, питання оцінки та управління та інші.

Інтелектуальний і соціальний капітали - це поняття, яке не має чітко визначених меж ідентифікації, вони схильні як до об'єктивної, так і суб'єктивної оцінки, їх структура дуже тісно пов'язана із іншими різними видами капіталу підприємства, нечітко простежується взаємозв'язок окремих структурних елементів. Думки авторів в цих питаннях не мають

чіткого визначення. Дана обставина, безумовно, потребує конкретизації змісту і структури інтелектуального і соціального капіталів, подальше дослідження підходів і методів його оцінки, формування та управління.

Невирішені частини проблеми. Беручи до уваги неоднорідність інтелектуального і соціального капіталів, складність його ідентифікації, оцінки, структурування і можливості здійснювати ефективне управління, виникають питання розуміння змісту, структури і процесу управління.

Результати дослідження. Введення в економічний оборот поняття «інтелектуальний капітал» у 60–70 роках ХХ ст. було пов'язано з необхідністю пояснення різниці між балансовою та ринковою вартістю підприємств. Цей аспект спричинив інтерес до неуреченого активу, який став основою для визначення інтелектуального капіталу. Передові розвинуті країни світу поступово перебудовують економіку своїх країн на формування та використання інтелектуального капіталу.

Вперше у 1969 р. поняття «інтелектуальний капітал» запропонував Дж. К. Гелбрейт, яке включало інтелект людини та пояснювало його вплив на діяльність [1].

Т.Стюарт в роботі «Інтелектуальний капітал» визначив його як суму знань всіх працівників компанії, яка забезпечує її конкурентоздатність [2, с. 7]. Однак Т.Стюарт не ототожнює знання працівників із інтелектуальним капіталом і цілком вірно вважає, що тільки знань недостатньо для забезпечення розвитку підприємства, потрібні відповідна організація праці, інфраструктурне забезпечення (системи передачі, зберігання і відбору інформації), наявність попиту на наявні знання. Таким чином, Т.Стюарт виокремив два погляди на існування інтелектуального капіталу: «насамперед, це напівпостійна сукупність знань, що виростає навколо деякої задачі, людини або організації і інструменти, за допомогою яких можна збільшити сукупність знань» [2, с. 119-120].

Т. Стюарт розглядає три складові інтелектуального капіталу: людський капітал, структурний капітал і споживчий капітал. Людський капітал – це «властивість пропонувати клієнтам рішення» [2, с. 126], а саме не тільки наявність знань але й можливість їх застосовувати і використовувати з метою задоволення потреб споживачів.

Структурний капітал – це форми, методи і структури, які забезпечують збір, тестування, організацію, фільтрацію, зберігання і розподіл наявного знання. Він пропонує під структурним капіталом розуміти «організаційні здібності організації відповідати потребам ринку» [2, с.127]. На відміну від людського капіталу – знань, які належать кожному співробітнику, – структурний капітал належить організації в цілому. Склад всіх елементів структурного капіталу Т.Стюарт поділяє на дві групи: електронні і соціальні. Під електронними він розуміє технології, винаходи, бази даних, публікації, процеси тощо, які можуть бути документально оформлені і юридично захищені. Під соціальними розуміє ті, що виростають із особистого спілкування людей – норми відносин, життєвий досвід. Споживчий капітал - це відносини організації зі споживачами. Це та частина інтелектуального капіталу, де він перетворюється в гроші і приносить прибутковчу вартість.

У 1993 році з'явився звіт шведської страхової і фінансової компанії Scandia AFS, який був складений Л. Едвінссоном і М. Мелоуном, із спеціально розробленим додатком, в якому вперше була зроблена спроба поряд із матеріальними активами здійснити

оцінку інтелектуального капіталу [3]. Звіт про інтелектуальний капітал компанія "Scandia AFS" пов'язує з процесом стратегічного планування, а тому до складу інтелектуальних ресурсів були включені ті, що, на думку менеджерів, мають найбільший вплив на досягнення стратегічних цілей.

Вони запропонували розглядати інтелектуальний капітал за такими складовими: людський і структурний капітал (технічне і програмне забезпечення, організаційна структура, патенти, торгові марки і все те, що дозволяє працівникам компанії реалізувати свій виробничий потенціал, а також відношення, які склалися між компанією і її крупними клієнтами). Структурний капітал в свою чергу поділяється на організаційний капітал та капітал взаємовідносин із клієнтами. А організаційний капітал і свою чергу поділяється на інноваційний капітал і процесний капітал [3].

Однак, між клієнтським та людським капіталом існує декілька спільних рис: по-перше, клієнтський капітал також не є власністю підприємства, але кошти та зусилля менеджменту, що вкладаються в нього, дають не меншу віддачу; по-друге, він не має будь-якого матеріального відображення, при цьому є запорукою розуміння споживачів і постачальників. Стабільні відносини з постачальниками та споживачами, їх прихильність до товарів певного підприємства чи торгової марки, тісне співробітництво між ними є джерелом додаткового доходу.

Розглянута модель була розроблена у 1991-1996 роках, коли концепція інтелектуального капіталу тільки набувала розвитку у науковому середовищі розвинених держав, тому вона не позбавлена деяких методологічних неточностей та суперечностей. Вони стосуються таких положень:

1. Організаційний капітал розглядається в тому числі як компетентність співробітників, але це більше стосується людського капіталу;
2. Людський капітал визначається кількістю інвестицій у навчання, але це звужує уявлення про природу людського капіталу;
3. Організаційний капітал розглядається як здатність компанії здійснювати інвестиції, до створення капіталу, що згідно сучасних підходів логічно розглядати у складі людського капіталу;
4. Визначення організаційного капіталу як суми інноваційного і процесного капіталів не розкриває його сутності і не показує відмінностей між цими складовими організаційного капіталу;
5. Процесний капітал визначається за змістом як частина матеріальних активів, які не можуть виступати частиною інтелектуального капіталу.

Підходи Л. Едвінсона, М. Мелоуна і Т. Стюарта близькі і в окремих положеннях співпадають. Структурування інтелектуального капіталу згідно з підходом Т. Стюарта вважається більш детальним і адаптованим до умов ринкової економіки. По-перше, він виділяє відносини зі споживачами як окрему і важливу частину інтелектуального капіталу, оскільки саме в цих відносинах інтелектуальний капітал приносить реальний дохід. Відносини зі споживачами виконують дві ролі у забезпеченні конкурентоздатності підприємства: з боку організації і з боку споживачів. Вони залежать не лише від організації і тому Л. Едвінсон і М. Мелоун в своєму баченні структурного капіталу об'єднують дві різні частини його частини. З однієї сторони вони виділяють внутрішні елементи: організаційну структуру, торгові марки, патенти, а з іншої зовнішні елементи: відношення з клієнтами.

На думку В. Зінова і Н. Казакової було б більш доцільно віднести культуру праці і моральні цінності компанії до структурного капіталу, ніж до людського, оскільки основа цих елементів – підвищення продуктивності і ефективності індивідуальної праці співробітників за рахунок створення синергетичного ефекту, а задача людського капіталу – безпосереднє створення цінностей [4; 5]. В. Л. Іноземцев розглядає інтелектуальний капітал як «колективний мозок», що акумулює наукові та буденні знання працівників, інтелектуальну власність і накопичений досвід, спілкування й інформаційну структуру, інформаційні мережі й імідж підприємства [6]. Б. Б. Леонтьєв [7] під інтелектуальним капіталом підприємства розглядає вартість сукупності інтелектуальних активів, що є у нього, включаючи інтелектуальну власність, інтелектуальні здібності та навички персоналу, а також накопичені бази знань і корисні стосунки з іншими суб'єктами. У зв'язку з цим автор відзначає, що одна з основних функцій інтелектуального капіталу полягає у прискоренні приросту прибутку за рахунок формування й реалізації необхідних підприємству систем знань, речей і стосунків, які, у свою чергу, забезпечують його високоефективну господарську діяльність.

Є. Н. Сєлезньов [8] поділяє інтелектуальний капітал на кадровий капітал і інтелектуальну власність. В якості кадрового капіталу тут розуміються людські активи (знання, досвід, особистий потенціал) і структурні активи (корпоративна культура, управлінська система). Інтелектуальна власність поділяється на виробничі активи (ноу-хау, патент, авторське право) і маркетингові активи (постійні клієнти, торгова марка, репутація).

Він не виділяє споживчий капітал, хоча його складові відносяться до маркетингових активів, які є частиною інтелектуальної власності. Це цілком справедливо для торгової марки і репутації, але важко розуміти у цій частині складову «постійні клієнти».

Е. Брукінг виділяє в інтелектуальному капіталі чотири складові: ринкові активи, людські активи, інтелектуальна власність як актив, інфраструктурні активи [9, с. 131].

Ринкові активи – це той потенціал, який забезпечується нематеріальними активами, які пов'язані з ринковими операціями (марки товарів, споживча прихильність, корпоративне ім'я, портфель замовлень тощо). Інтелектуальна власність являє собою інструмент для захисту різних корпоративних активів і включає ноу-хау, патенти, авторські права, виробничі і торгові секрети тощо. Людські активи – це сукупність колективних знань співробітників підприємства, їх творчих здібностей, управлінських і підприємницьких якостей, поведінки в різних ситуаціях. Інфраструктурні активи – це технології, методи і процеси, які роблять роботу підприємства можливою, а саме: корпоративна культура, методи оцінки ризику, фінансова структура, бази даних тощо.

Класифікація інтелектуального капіталу по Е. Брукінгу найбільше детальна і обґрунтована, ніж описані вище. Вона чітко розрізняє активи, які мають ринкову орієнтацію – марки товарів, канали розподілу і інші, й активи, які виступають результатом висококваліфікованої інтелектуальної праці.

О. Кендюхов за типами інтелектуальний капітал поділяє на: персоніфікований (пов'язані з роботою знання й уміння, творчі здібності, освіта, професійна кваліфікація, лояльність, ціннісні та психометричні настанови персоналу); інфраструктурний (інформаційні технології, організаційна структура, філософія управління, корпоративна культура і ділове співробітництво); клієнтський (відносини з покупцями, контракти, портфель замовлень, франшизи та ліцензійні замовлення); марочний (торгові марки,

товарні знаки, корпоративна марка і марки обслуговування); формалізована інтелектуальна власність (патенти, авторське право, виробничі секрети, оригінальне програмне забезпечення, ноу-хау, права на дизайн і бази даних) [10, с. 130].

Інтелектуальні ресурси підприємства включають інтелектуальний капітал, інтелектуальну працю та інтелектуальні продукти, які у свою чергу також можуть бути використані як засоби виробництва. Таким чином, інтелектуальні ресурси трансформуються у інтелектуальний капітал, який, в свою чергу, виступає інтелектуальним ресурсом для нового обороту капіталу. Інтелектуальні ресурси виступають основою для визначення інтелектуального потенціалу.

Соціальний капітал і визначення його ролі в економічному розвитку суспільства використовуються в науковій літературі не так давно. Вперше поняття соціального капіталу як наукової категорії ввів П.Бурдьє [11]. Він зазначає, що соціальний капітал є одним із капіталів, постає як сукупність потенційних або реальних ресурсів, що накопичуються у індивідуума або групи завдяки наявності стійкої мережі більш-менш інституціоналізованих зв'язків або відносин визнання. Під «визнанням» тут розуміється довіра.

Для аналізу соціального капіталу дозволяє П.Бурдьє виділити такі найважливіші структурні компоненти, завдяки яким агенти мають доступ до інших агентів в спілкуванні; обсяг і якість досягнутих ресурсів агентів в спілкуванні; відносини взаємності обміну. Аналіз праць П.Бурдьє дозволяє зробити висновок про те, що соціальний капітал найбільш тісно пов'язаний з іншими формами капіталу, а саме його існування передбачає обов'язкову присутність інших капіталів.

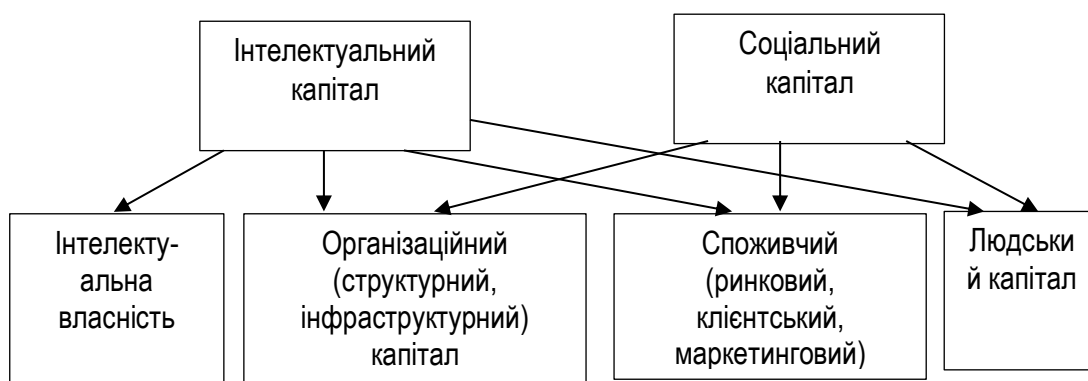


Рис. 1. Структурні компоненти інтелектуального і соціального капіталів

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

На рис. 1 показано як співвідносяться соціальний і інтелектуальний капітал підприємства. Як можна побачити, вони тісно взаємопов'язані і виникає потреба виокремити їх складові окремо.

Таблиця 1

Наявність (+) або відсутність (-) відповідної складової у капіталі

Складові капіталу	Інтелектуальна власність	Організаційний капітал	Споживчий капітал	Людський капітал
ТМ, Бренди, Фірмові назви	+			
Інформаційні ресурси	+			
Методики роботи, інструкції, організаційна структура, тип управління		+		
Систематизовані знання, в тому числі ноу-хау	+			+
Патенти, винаходи, ліцензії, корисні моделі, промислові зразки	+			
Знання, навички і досвід працівників, інтелектуальна гнучкість, поведінкові особливості, соціальний інтелект, вимогливість				+
Корпоративна соціальна відповідальність, зв'язки з громадськістю		+		
Ділова репутація, відносини із клієнтами (постачальниками, партнерами, споживачами), суспільством, регулюючими органами, групами впливу засобами масової інформації, тощо			+	
Корпоративні відносини, корпоративна культура		+		

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Дж. Коулман зазначає, що соціальний капітал визначається своїми функціями. Він включає в себе безліч різних складових, які характеризуються двома основними властивостями. По-перше, вони складаються з кількох соціальних структур, по-друге, полегшують визначення дії агентів всередині самої структури.

Отже, основу соціального капіталу складає приналежність до групи і внутрігрупову довіру. Так, якщо всередині групи існують повна надійність і довіра її членів один до одного, то така структура володіє великими потенційними можливостями і може досягти більшої результативності, ніж група, в якій немає таких якостей [12]. Причому, чим сильніше розвинена соціальна мережа особистих відносин, тим вище досягнення певних цілей і тим вище відтворення не тільки соціального, а й інших форм капіталу.

В табл.1 показані складові капіталу, які зустрічаються в дослідженнях в різних його видах. Як можна побачити, в деяких видах капіталу відбувається дублювання окремих складових. Це вносить деяку плутаницю у зміст і структурне наповнення визначених видів капіталів, які сьогодні здійснюють вагомий внесок у створення доданої вартості підприємства.

Висновки. Інтелектуальний капітал потрібно розглядати не окремо, а в контексті формування загального капіталу підприємства. Сьогодні з'явилася нова концепція соціального капіталу, елементи і складові якої можуть дублювати складові інтелектуального капіталу. А соціальний і інтелектуальний капітали разом із фізичним і фінансовим в поєднанні становлять загальний капітал підприємства.

Інтелектуальний капітал формують матеріальні та нематеріальні складові. В нього включають не тільки здібності, знання, навички та досвід співробітників, що залежить від мотивації людини до самонавчання, але й результат цієї діяльності оформлений у вигляді об'єктів інтелектуальної власності, що дозволяє реалізувати можливості компанії до освоєння інвестицій.

Під інтелектуальним капіталом потрібно розуміти сукупність знань, досвіду і ключових компетенцій персоналу і результат втілення цих знань в уречевлених і неуречевлених активах, що є результатом інтелектуальної діяльності людини і виступає об'єктом інтелектуальної власності. Інтелектуальна власність може бути відображена на балансі підприємства як нематеріальний актив у відповідності із «Положенням про організацію бухгалтерського обліку та звітності в Україні», затверджене постановою Кабінету Міністрів України і реалізованому у Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» та Законі України «Про оподаткування прибутку підприємств». Цими документами регламентується порядок операцій із нематеріальними активами на підприємстві.

Структурно інтелектуальний капітал потрібно розглядати як сукупність людського капіталу і інтелектуальної власності як капіталу. Людський капітал – це знання, навички і досвід працівників, інтелектуальна гнучкість, поведінкові особливості, включаючи соціальний інтелект, вимогливість.

Соціальний капітал підприємства можна визначити як нематеріальний актив, що створюється організацією через систему соціальних взаємовідносин на внутрішньоорганізаційному, міжорганізаційному й організаційно-інституціональному рівні за рахунок створення унікальних конкурентних переваг, які виступають ключовими факторами успіху на ринку в отриманні доданої вартості. Підприємство є носієм певного соціального капіталу, який неможна відокремити і передати. Соціальний капітал підприємства проявляється у двох видах взаємодій, а саме між співробітниками у системі внутрішнього середовища організації та зовнішньої взаємодії організації з суб'єктами зовнішнього середовища. Соціальний капітал складається із двох типів капіталів в означеннях, які зустрічаються в літературних джерелах, із організаційного (структурного, інфраструктурного) капіталу і споживчого (ринкового, клієнтського, маркетингового, марочного) капіталу.

Структурний капітал включає інформаційні ресурси, методики роботи, інструкції і організаційну систему. До нього відносяться систематизовані знання, в тому числі ноу-хау, які можна відокремити від працівників і від підприємства. Таким чином, ноу-хау виступає як частина людського і структурного капіталу. Споживчий капітал включає бренди, фірмові найменування, ділову репутацію, відносини із клієнтами (постачальниками, партнерами, споживачами), суспільством, регулюючими органами, групами впливу, засобами масової інформації, тощо, він визначає зв'язки з клієнтами, споживчу прихильність, інформацію про клієнтів, історію взаємовідносин з ними, пов'язані з ринковими операціями відносини з покупцями, контракти, портфель замовлень, франшизи та ліцензійні замовлення.

Його важливість разом із інтелектуальним капіталом важко оцінити, але його існування сьогодні задовольняє всім вимогам існування капіталу і основній з них – це створення доданої вартості підприємства.

Література.

1. Гелбрейт Д. К. Экономические теории и цели общества [Текст] / Д. К. Гелбрейт. – М. : Прогресс, 1979. – 406 с. – (рос. мовою).
2. Stewart T.A. The Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. N.-Y.-L., 1997. – 270 p.
3. Эдвинсон Л. Интеллектуальный капитал: определение истинной стоимости компаний / Л. Эдвинсон, М. Мэлоун // Новая постиндустриальная волна на Западе; под ред. В. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 640 с.
4. Зинов В. Г. Менеджмент инноваций: кадровое обеспечение : [учеб. пособие] / В. Г. Зинов. – М. : Дело, 2005. – 496 с.;
5. Казакова Н. В. Некоторые подходы к управлению знаниями и интеллектуальным капиталом в современной экономике / Н. В. Казакова // Инновации. – 2003. – № 1. – С. 54-60.
6. Иноземцев В. Л. К теории постэкономической общественной формации / В. Л. Иноземцев. – М. : Academia, 1995. – 452 с.
7. Леонтьев Б. Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе / Б. Б. Леонтьев. – М. : Акционер, 2002. – 225 с.
8. Селезнев Е.Н. Интеллектуальный капитал как объект управления / Е.Н.селезнев. // Справочник экономиста 2007. - №2 / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.profiz.ru/se/2_2007/intelkapital/
9. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с.
10. Кендюхов А. В. Интеллектуальный капитал как новая экономическая категория / О.Кендюхов // Экономика промышленности. – 2002. – № 3. – С. 129 – 133.
11. Bourdieu P. The forms of capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. – N.Y.: Greenwood, 1985. – P. 241–258.; Bourdieu P. Social Critique of the Judgement of Taste / P. Bourdieu, A. Distinction. – London :Routledge and Kegan Paul. – 1984. – P. 234.
12. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. – 2001. – №3. – С. 121–139.

References.

1. Gelbreyt D. K. Ekonomicheskie teorii i tseli obschestva [Tekst] / D. K. Gelbreyt. – M. : Progress, 1979. – 406 s.
2. Stewart T.A. The Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. N.-Y.-L., 1997. – 270 p.
3. Edvinson L. Intellektualnyiy kapital: opredelenie istinnoy stoimosti kompaniy / L. Edvinson, M. Meloun // Novaya postindustrialnaya volna na Zapade; pod red. V. Inozemtseva. – M.:Academia, 1999. – 640 s.
4. Zinov V. G. Menedzhment innovatsiy: kadrovoe obespechenie : [ucheb. posobie] / V. G. Zinov. – M. : Delo, 2005. – 496 s.;
5. Kazakova N. V. Nekotoryie podhodyi k upravleniyu znaniyami i intellektualnyim kapitalom v sovremennoy ekonomike / N. V. Kazakova // Innovatsii. – 2003. – # 1. – S. 54-60.
6. Inozemtsev V. L. K teorii postekonomicheskoy obschestvennoy formatsii / V. L. Inozemtsev. – M. : Academia, 1995. – 452 s.
7. Leontev B. B. Tsena intellekta. Intellektualnyiy kapital v rossiyskom biznese / B. B. Leontev. – M. : Aktsioner, 2002. – 225 s.
8. Seleznev E.N. Intellektualnyiy kapital kak ob'ekt upravleniya / E.N.seleznev. // Spravochnik ekonomista 2007. - #2 / http://www.profiz.ru/se/2_2007/intelkapital/
9. Bruking E. Intellektualnyiy kapital / E. Bruking; per. s angl. – SPb. : Piter, 2001. – 288 s.
10. Kendyuhov A. V. Intellektualnyiy kapital kak novaya ekonomicheskaya kategoriya / O.Kendyuhov // Ekonomika promislovosti. – 2002. – # 3. – S. 129 – 133.
11. Bourdieu P. The forms of capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. – N.Y.: Greenwood, 1985. – P. 241–258.; Bourdieu P. Social Critique of the Judgement of Taste / P. Bourdieu, A. Distinction. – London :Routledge and Kegan Paul. – 1984. – P. 234.
12. Koulman Dzh. Kapital sotsialnyiy i chelovecheskiy // Obschestvennyie nauki i sovremennost. – 2001. – #3. – S. 121–139.

Ирина Федулова, д.э.н., профессор
Национальный университет пищевых технологий

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛЫ И ИХ СООТНОШЕНИЕ

При определении интеллектуального и социального капиталов происходит дублирование отдельных составляющих. Это вносит некоторую путаницу в содержание и структурное наполнение определенных видов капиталов. Интеллектуальный капитал рассматривается как совокупность знаний, опыта и ключевых компетенций персонала и результат воплощения этих знаний в овеществленных и неовещественных активах, являющихся результатом интеллектуальной деятельности человека и выступает объектом интеллектуальной собственности. Это совокупность человеческого капитала и интеллектуальной собственности как капитала. Социальный капитал предприятия рассматривается как нематериальный актив, создается организацией через систему социальных взаимоотношений на внутриорганизационном, межорганизационном и организационно-институциональном уровне за счет создания уникальных конкурентных преимуществ, которые выступают ключевыми факторами успеха на рынке в получении добавленной стоимости. Он состоит из организационного (структурного, инфраструктурного) капитала и потребительского (рыночного, клиентского, маркетингового, марочного) капитала.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, социальный капитал, человеческий капитал, потребительский капитал, организационный капитал, структурный капитал

Iryna Fedulova, Ph. D, professor
National University of Food Technology

INTELLECTUAL AND SOCIAL CAPITAL AND THEIR CHARACTERISTICS

The article deals with the definition of the content and structure of intellectual and social capital, their characteristics and core elements.

There is duplication of some components in the definitions of intellectual and social capitals. It causes some confusion in the essence and structure of considered types of capitals. Intellectual capital is defined as set of knowledge, experience and key personnel competence and result of their embodiment in fixed assets and invisible assets that are the result of human intellectual activity and can be considered as an object of intellectual property. It is set of human capital and intellectual property as capital. Social capital of the company is considered as an invisible asset, created by the organization through a system of social relations at the corporate, inter-organizational and organizational-institutional level due to creation of unique competitive advantages that are the key success factors at the market to obtain added value. It consists of institutional (structural, infrastructural) capital and consumer (market, client, marketing, branded) capital.

Keywords: intellectual capital, social capital, human capital, consumer capital, organizational capital, structural capital.

УДК 331.101.26
JEL M 140

Гришнова О.А., д.е.н., професор,
Березюк К.М., економіст
КНУ імені Тараса Шевченка

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

У статті обґрунтовано значення екологічної відповідальності бізнесу як фактора конкурентоспроможності, висвітлено основні тенденції розвитку інноваційних аспектів корпоративної екологічної відповідальності. Проаналізовано проблеми впровадження принципів сталого розвитку в практику менеджменту вітчизняних підприємств. Досліджено особливості природоохоронної діяльності на ПАТ «Світоч», виявлено резерви вдосконалення екологічної політики на підприємстві.

Ключові слова: корпоративна екологічна відповідальність, екологічні інновації, природоохоронні проекти, когенераційна установка.

Постановка проблеми. Загострення екологічної ситуації вимагає від підприємств формування якісно нових підходів до управління виробничими процесами, які б узгоджували протиріччя між економічним зростанням і збереженням навколишнього середовища. Особливо актуальним є питання екологічної безпеки для нашої держави. Сировинна орієнтованість економіки, недосконала державна політика, слабка мотивація підприємств до впровадження корпоративної екологічної відповідальності спричиняють погіршення якості довкілля та зростання незворотних втрат природних ресурсів. При цьому розвиток української економіки, поглиблення процесів євроінтеграції вимагають від вітчизняних підприємств перерозподілу пріоритетів в бік дотримання принципів екологічної відповідальності. Одним із прогресивних шляхів вирішення існуючих проблем є розвиток інноваційної складової екологічної політики підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання корпоративної екологічної відповідальності досліджували такі вчені, як Брінцева О.Г., Думанська В.П., Белякова О.В., Barbara Mróz-Gorgoń та інші. Незважаючи на численні дослідження в даній сфері, окремі питання залишаються не вирішеними.

Невирішені частини проблеми. Зокрема недостатньо проаналізовані інноваційні аспекти екологічної відповідальності, потребує подальшого дослідження проблема впровадження екологічних інновацій на вітчизняних підприємствах.

Метою роботи є аналіз розвитку інноваційних аспектів корпоративної екологічної відповідальності бізнесу, обґрунтування шляхів втілення прогресивного досвіду в практику вітчизняних підприємств.

Результати дослідження. Під екологічною відповідальністю бізнесу розуміють раціональне природокористування, впровадження «зелених» технологій, реалізацію заходів, які приносять користь навколишньому середовищу (або зменшують негативний вплив бізнесу на навколишнє середовище), і виходять за рамки того, що компанії зобов'язані робити відповідно до чинного законодавства.

Загалом у світі зростає кількість екологічно відповідальних підприємств. Активна екологічна політика відкриває перед компанією великі перспективи, такі як: підвищення лояльності споживачів, завоювання нових сегментів ринку; зростання репутації, що в свою чергу призводить до збільшення вартості гудвілу та росту капіталізації підприємства; можливість зменшення собівартості продукції за рахунок впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій, вторинної переробки сировини. Як показує практика, екологічно відповідальні підприємства мають можливість здійснювати господарську діяльність на міжнародному рівні, викликають довіру кредиторів та ділових партнерів.

Існує тісний взаємозв'язок між узгодженням комерційних та екологічних інтересів, завоюванням компанією стійкого лідерства на ринку та довгостроковою конкурентоспроможністю. Індекс стійкості Dow Jones демонструє пряму залежність між активною екологічною політикою корпорацій та вартістю їх акцій. Яскравим прикладом слугує скандал з німецькою компанією Volkswagen. Після того, як корпорація зізналась у неодноразових маніпуляціях з тестами на екологічність автомобілів, акції Volkswagen втратили в ціні 19,56%. За оцінками агентства Reuters, це найбільший спад котирувань акцій компанії за останні шість років [16]. У жовтні 2015 року акції Volkswagen виключили з індексів сталого розвитку Dow Jones, а компанії загрожує штраф 18 млн. дол. США.

Загалом екологічний вектор розвитку став невід'ємною складовою загальної стратегії успішних підприємств. Провідні компанії світу визначають довгострокові цілі своєї екологічної політики та розробляють шляхи їх реалізації. Так, відома компанія L'oreal розробила стратегію розвитку, в якій зазначено такі цілі до 2020 року порівняно з базовими показниками 2005 року: знизити вплив на навколишнє середовище на 60%; скоротити викиди вуглекислого газу на 60% в абсолютному вимірі; скоротити споживання води та відходи на 60% з розрахунку на одиницю готової продукції [6].

Все більшого розвитку набуває процес розробки екологічних інновацій, які відкривають нові можливості ефективного вирішення проблем, пов'язаних із захистом навколишнього середовища. Розрізняють кілька видів екологічних інновацій (табл.1).

Яскравим прикладом технологічних екологічних інновацій є винахід ColorDry. Дана технологія розроблена нідерландською компанією Systems BV і передбачає використання стисненого вуглекислого газу замість води при фарбуванні текстилю, так звана технологія безводного забарвлення текстилю. Традиційний процес фарбування використовує близько 100-150 літрів води, щоб обробити 1 кг текстилю або близько 30 літрів води, щоб пофарбувати одну футболку. Галузеві аналітики прогнозують, що більше 39 мільйонів тонн текстилю буде пофарбовано в 2015 році. Інноваційний підхід до нанесення фарби на тканину дозволяє не тільки економити воду, але також істотно знизити витрати електроенергії і хімічних речовин. На сьогоднішній день технологію ColorDry активно використовують такі світові спортивні бренди як Nike, Adidas [15]. Adidas вже встиг випустити на ринок 50 000 футболок, пофарбованих «всуху». За підрахунками компанії, їй вдалося при цьому заощадити 1200000 літрів води.

Досить поширеною є тенденція впровадження технічних інновацій. Так у 2014 році компанія Apple заявила про 100% перехід виробництва у США на поновлювані джерела енергії. У 2016 році закінчиться будівництво об'єкту в Каліфорнії, який буде генерувати 130 мегават енергії з сонячного тепла. У Китаї компанія співпрацює з фірмою SunPower, щоб побудувати подібний об'єкт в сонячній провінції Сичуань. Він буде генерувати до

80 мільйонів кіловат-годин на рік екологічно чистої енергії - набагато більше, ніж необхідно усім офісам і роздрібним магазинам в Китаї разом узятим[13].

Таблиця 1

Види екологічних інновацій

Види екологічних інновацій	Характеристика
Технологічні інновації	створення та впровадження нових технологій виробництва, які зменшують негативний вплив на довкілля
Технічні інновації	розроблення і використання ресурсозберігаючого, багатофункціонального устаткування
Продуктові інновації	виготовлення екологічно чистих, не шкідливих товарів та послуг
Маркетингові інновації	налагодження взаємозв'язків з екологічно відповідальними постачальниками та посередниками
Організаційні інновації	елементи організації виробничого процесу, принципи управління підприємством, методи мотивації персоналу, спрямовані на забезпечення екологічної безпеки
Інформаційні інновації	формування проактивного мислення у всіх учасників природоохоронної діяльності шляхом ефективного управління інформаційними потоками

Джерело: систематизовано авторами на основі [1;10].4

Все більшого значення набуває розвиток продуктових екологічних інновацій. Зростає кількість компаній, які виробляють товари та послуги, дбаючи про збереження навколишнього середовища, здоров'я населення, поширення тенденцій екологічної відповідальності серед інших підприємств. У 2015 році відома компанія ІКЕА, крім традиційної продукції, почала продавати сонячні батареї для приватних будинків у Великобританії. Компанія поставила за мету до 2020 року зробити все можливе для популяризації еко-продукції серед населення, і тепер британські покупці можуть придбати сонячні панелі за доступною ціною. Сонячні системи не тільки сприятливі для екології, а й дозволяють власнику будинку економити гроші. Люди, які встановлюють сонячні батареї, отримують субсидії. Згідно з дослідженням ІКЕА, власник будинку з сонячними батареями на даху з південного боку зможе заощадити £ 770 на рік [14].

Ще одним прикладом продуктових екологічних інновацій є двигуни компанії Toyota. Команда професіоналів постійно створює більш екологічно чисті двигуни, досліджуючи кожен альтернативний підхід. Такими є двигуни автомобіля Toyota Prius. Використання «гібридного» автомобіля Toyota Prius дозволяє зменшити викиди вуглекислого газу більш як на 1 тону в розрахунку на 25 тис. км пробігу. Враховуючи, що одне дерево поглинає близько 14 кг вуглекислого газу на рік, щорічний внесок кожного такого автомобіля у справу захисту навколишнього середовища буде рівноцінний внеску 71 дорослого дерева. Завод, де виготовляють такі автомобілі, знизив у 2014 році викиди вуглекислого газу на 50% порівняно з показниками 1990 року [9].

Екологічна відповідальність формується не лише на рівні конкретних підприємств, але й на рівні всієї національної економіки. У світі склалася стійка репутація Німеччини як одного з лідерів на світовому ринку зелених технологій. 23% всіх патентованих в світі технологій у сфері екології та понад 30% у сфері сонячної та вітроенергетики припадає на німецькі компанії. Промисловість Японії є світовим лідером з виробництва екологічної продукції та обладнання. Значного успіху у сфері екологічних інновацій досягли країни Скандинавії. Швеція планує повністю перейти на альтернативну

енергетику, для будівництва сонячних батарей та вітряків створено бюджет в розмірі 1 млрд дол. США [8]. Ефективне регулювання з боку держави, екологічна відповідальність підприємств, громадський контроль підвищують національну екологічну безпеку.

В Україні питання екологічної безпеки стають все більш актуальними. Національний інститут стратегічних досліджень наводить вражаючі факти екологічної кризи. Зокрема, екологічно чистою в Україні вважається лише 6% її території, середня щільність викидів в атмосферу становить біля 11 т на 1 кв. км, в окремих регіонах значення цього показника у десятки разів перевищує його середнє значення по країні. Витрати свіжої води в Україні на одиницю виробленої продукції значно вищі, ніж у розвинутих країнах Європи, зокрема порівняно з Францією – у 2,5 рази, Німеччиною – у 4,3 рази, Великобританією та Швецією – у 4,2 рази. Щорічні обсяги утворення відходів перевищують 400 млн т (біля 10 т з розрахунку на 1 особу населення), 99 % з них надходять від економічної діяльності підприємств та організацій. Із загального обсягу утворених відходів щороку утилізується лише біля 34% [5].

Критичну ситуацію в сфері природозбереження підтверджують і міжнародні рейтинги. Так, фахівці Єльського університету щорічно визначають індекс якості довкілля (Environmental Performance Index), що характеризує ефективність збереження екосистем. Цей показник розраховується з використанням 22 індикаторів, розподілених за десятьма категоріями, що характеризують як якість навколишнього середовища, так і життєздатність екосистем. Треба відзначити, що за рівнем цього показника у 2014 р. Україна посіла 95 позицію (49, 01 балів зі 100 можливих) серед 178 країн світу. Для порівняння Угорщина – 28 місце (70, 28 балів), Польща – 30 місце (69,53 балів), Білорусь – 36 місце (66,61 балів) [11].

Атмосферне повітря переважно забруднюється діоксидом вуглецю – близько 95 млн. тонн якого за перше півріччя 2013 року було викинуто стаціонарними джерелами забруднення, тобто промисловими виробничими об'єктами. Прослідковується чітка залежність між кількістю промислових підприємств та масштабами забруднення навколишнього середовища в регіонах нашої країни (рис.1).

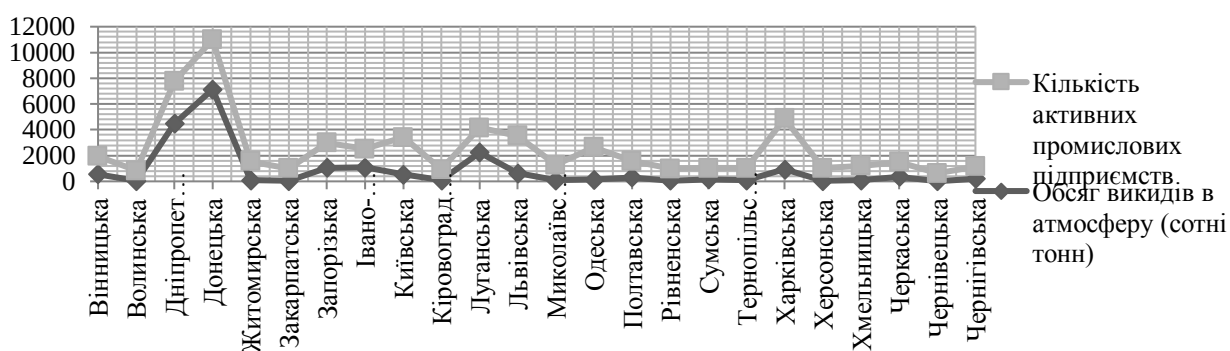


Рис. 1. Обсяг викидів в атмосферу за перше півріччя 2013 року та кількість активних промислових підприємств за регіонами України

Джерело: розроблено автором на основі даних [4;12]

Як бачимо, у 2013 р. на промислові регіони припадало понад 93% викидів, а на трійку лідерів, серед яких Донецька, Дніпропетровська та Луганська області – 66% загального обсягу.

Причин низького рівня екологічної відповідальності вітчизняних підприємств чимало: недосконалість державної політики в сфері забезпечення екологічної безпеки, недостатня фінансова стійкість підприємств для запровадження новітніх ресурсозберігаючих технологій та обладнання, реалізації інноваційних проектів, недоліки системи менеджменту, почасти низький рівень кваліфікації й відповідальності персоналу, монополізація окремих галузей виробництва, а відтак, слабка мотивація до підвищення якості продукції, зменшення витрат, підвищення репутації тощо.

Незважаючи на численні проблеми впровадження корпоративної екологічної відповідальності на вітчизняних підприємствах, можна виділити й ряд позитивних прикладів. Одним із підприємств, які включають принципи екологічної відповідальності в загальну стратегію розвитку, є ПАТ «Світоч».

Львівська кондитерська фабрика «Світоч» - одне з найстаріших підприємств в кондитерській галузі України, провідний вітчизняний виробник. Щороку на підприємстві реалізується комплекс заходів, спрямованих на зменшення навантаження на навколишнє середовище. Провідні фахівці ПАТ «Світоч» постійно працюють над удосконаленням виробничого процесу, зменшенням споживання води, електроенергії, газу, тепла, сировини, впровадженням інноваційних розробок. Щороку значні інвестиції спрямовуються на заміну застарілого обладнання, вторинну переробку сировини, науково-дослідну діяльність тощо. Протягом 2010-2014 рр. в придбання основних засобів було вкладено понад 246 млн. грн. Більша частина цих інвестицій була спрямована на купівлю нового, ресурсозберігаючого обладнання [7].

Також на ПАТ «Світоч» створено лабораторії для перевірки якості сировини та готової продукції. Якщо партія товару не відповідає вимогам, вона знімається з випуску.

За період 2013-2014 рр. в екологічні проекти фабрики «Світоч» інвестовано 13 млн. грн. Вже замінено 80% ртутовмісних ламп денного освітлення на сучасні екологічні енергозберігаючі світлодіодні лампи у виробничих приміщеннях, складено план їхньої повної заміни.

Позитивною є тенденція зменшення витрат природного газу, води, електроенергії на одиницю виробленої продукції. За період 2011-2014 рр. економія газу склала 10,2% (з 72,08 до 64,78 м³ на 1 тону виробленої продукції). Це є наслідком успішно реалізованих проектів раціонального використання ресурсів. Для прикладу, у 2013 році був реалізований енергозберігаючий проект по ізоляції продуктопроводу на лінії «Лайн», що дозволив економити 10291,043 м³ газу на рік (відповідно 64274,77 грн. на рік). Вартість проекту склала 98373 грн., термін окупності – 1,53 роки. У III кварталі 2014 року був реалізований проект зменшення витоку повітря у компресорній станції. Вартість проекту склала 120 тис. грн., річна економія – 280,6 тис. грн., термін окупності – 0,42 роки. В результаті вдалося зменшити споживання газу на 1,01%, зменшити викиди CO₂ на 0,985%.

Велика увага на ПАТ «Світоч» приділяється збереженню водних ресурсів. Ключовими принципами використання води є: зменшення, очищення, рециркуляція. Кожного року на ПАТ «Світоч» розробляється план зменшення використання води на 3%. За період 2011-2014рр. відбулося зменшення використання водних ресурсів на 32% в розрахунку на 1 тону продукції (з 2,86 до 1,94 м³). Такий результат забезпечується за рахунок впроваджених заходів як на рівні побуту (сенсорні мийки), так і в стратегічному масштабі. У 2014 році була розроблена сукупність заходів щодо

оптимізації роботи насосів для охолодження води. Зокрема в одному із відділів було замінено два насоси на один із більшою потужністю. Це дозволило економити 0,2% води щорічно, 0,17% електроенергії, зменшити викиди CO₂ на 0,16%. Вартість проекту склала 60 тис. грн., річна економія – 48 тис. грн., термін окупності проекту – 1,48 роки.

Актуальною для підприємства «Світоч» є проблема відходів на виробництві та зменшення навантаження на навколишнє середовище. Всі відходи передаються партнерам для вторинного використання, утилізації, переробки тощо. За 2011-2014 рр. завдяки успішно реалізованим проектам вдалося зменшити обсяги відходів окремих груп. Зокрема зменшились відходи очищення вод (на 2,8%), плівки поліетиленової (17,1%), побутового сміття (17,4%), брухту чорних металів (32,8%), відходи мастил (43,8%)(рис.2).

На ПАТ «Світоч» реалізуються проекти як на тактичному рівні, так і в стратегічному масштабі. Проекти на тактичному рівні (ремонтні роботи, ізоляція газопроводів, оптимізація роботи обладнання тощо) реалізуються постійно, розробляються, як правило, працівниками інженерного відділу, не потребують значних капіталовкладень, дозволяють зменшувати витрати підприємства та знижувати тиск на навколишнє середовище. Проекти, що реалізуються в стратегічному масштабі, є, як правило, інноваційними розробками, потребують значних капіталовкладень, мають значний термін окупності, але й приносять великий ефект. Для розробки таких проектів залучаються працівники інженерного відділу, відділу вдосконалення виробництва, відділу охорони праці та навколишнього середовища, а також зовнішні фахівці.

Так, у I кварталі 2014 року на ПАТ «Світоч» був проведений Міжнародний енергоаудит ETS (Energy Target Setting), в якому взяли участь успішні європейські компанії в галузі енергозбереження. Метою аудиту була не лише перевірка стану енергозбереження на підприємстві, а й розробка проектів, рекомендованих для впровадження. Загалом було реалізовано 43 проекти в сфері енергозбереження, розроблених міжнародними спеціалістами та фахівцями ПАТ «Світоч». З урахуванням усіх фінансових аспектів термін окупності проектів склав від 0,3 до 2,5 років. Результатом впровадження проектів стали: щорічна економія 1,3 млн. грн., скорочення витрат на оплату електроенергії – 41,6%, зменшення викидів CO₂ на 38.4% (4208 т), зменшення споживання води на 20,4% (16866 м³).

Іншим інноваційним проектом стала купівля лінії «Мазетті» - найсучаснішого італійського обладнання, якого не має жодне з українських кондитерських підприємств. Нова повністю автоматизована лінія поєднує процес виготовлення продукції у комплексі: переробку какао-бобів, приготування шоколадних мас та формування виробів. Дане обладнання дозволяє зменшити витрати електроенергії та води, знизити відсоток браку.

Попри досить ефективну природоохоронну політику ПАТ «Світоч», нами виявлено резерви зростання екологічної відповідальності підприємства:

1. Подальше впровадження заходів підвищення ефективності використання водних ресурсів. Зокрема, не лише за рахунок зменшення об'ємів споживання, а й за рахунок повторного використання. Позитивний ефект очікується після введення в експлуатацію очисних споруд. Фахівцями підприємства вже розроблені проекти технічного установлення даного обладнання, ведуться переговори з партнерами.

2. Зменшення використання паперу. На ПАТ «Світоч» невиправдано великі витрати паперу, які мають тенденцію до зростання з кожним роком. Доцільним в цьому плані є використання електронних носіїв інформації, баз даних, а також електронного підпису.

3. Зв'язки з громадськістю. Попри високий рівень екологічної відповідальності зв'язкам з громадськістю приділяється недостатньо уваги. Тому підприємству варто бути більш відкритим, зокрема публікувати звіти сталого розвитку, активніше брати участь в реалізації регіональних екологічних проектів.

4. Заходи енергозбереження. Враховуючи енергетичну кризу в Україні, актуальним є перехід підприємства на альтернативні джерела електроенергії, впровадження когенераційних установок.

Когенерація - це комбінований процес одночасного виробництва теплової та електричної енергії всередині одного пристрою, який називається когенераційною установкою. Головна перевага когенерації перед традиційними теплоелектростанціями полягає в тому, що перетворення енергії тут відбувається з більшою ефективністю. Система когенерації дозволяє використовувати те тепло, яке зазвичай просто втрачається.

За нашими розрахунками, за рахунок когенераційної установки на ПАТ «Світоч» може покриватись від 46% до 98% потреби теплової енергії залежно від пори року і 65 – 100% - потреби електроенергії.

Для реалізації даного проекту необхідні інвестиції у розмірі 1,04 млн. євро. Економія складатиме 222469,41 євро на рік, період окупності – 4,67 років, показник індексу рентабельності – 1,21, показник економічної ефективності – 2,14. Крім економічного ефекту, дана установка дасть можливість зменшити до 50% викиди CO₂, а також CO, NOx.

Висновки. У світовій практиці господарювання якісно нового значення набуває екологічна складова бізнесу. Прослідковується пряма залежність між ефективною екологічною політикою та стійкими конкурентними перевагами підприємства на ринку. Сучасні реалії ведення бізнесу спонукають компанії впроваджувати екологічні інновації в практику господарювання.

За рівнем корпоративної екологічної відповідальності та екологічної інноваційності вітчизняні підприємства значно поступають іноземним. Як наслідок, екологічну ситуацію в Україні можна класифікувати як критичну.

Результати проведеного дослідження свідчать, що на провідних вітчизняних підприємствах теж є чималий прогресивний досвід в сфері природоохоронної діяльності. Показовим прикладом є екологічна політика ПАТ «Світоч», спрямована на підвищення ефективності ведення бізнесу з урахуванням принципів стійкого розвитку. Пріоритетними напрямками екологічної політики підприємства є збереження природних ресурсів, зменшення відходів виробництва, підвищення якості продукції. При цьому процес екологізації виробництва враховує виклики науково-технічного прогресу, інноваційні розробки, досвід іноземних підприємств. Резервами вдосконалення екологічної політики є впровадження заходів енергозбереження, зокрема введення в експлуатацію когенераційної установки, зменшення використання паперу, налагодження зв'язків з громадськістю, продовження стратегії раціонального використання водних ресурсів тощо.

Література.

1. Белякова О.В. Екологічні інновації – шлях розвитку ринку екологічно чистих товарів / О.В. Белякова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – № 4. – 2011. – С. 268-273.
2. Грішнова О.А., Брінцева О.Г. Впровадження екологічної відповідальності в практику менеджменту вітчизняних підприємств / О.А. Грішнова, О.Г. Брінцева // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. - № 10 (151). - 2013. - С. 12-17.
3. Грішнова О.А., Думанська В.П. Екологічний вектор соціальної відповідальності / О.А. Грішнова, В.П. Думанська // Економіка и управление. - №3. – 2011. – С. 32-41.
4. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/gdn/Zarp_ek_m/zpm2013_u.htm
5. Національний інститут стратегічних досліджень. Екологічна складова національної безпеки: основні показники і шляхи їх досягнення. //Аналітична доповідь - 2014- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/Ecology-1b42b.pdf>
6. Офіційний сайт L'Oréal. Стійкі інновації - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.loreal.ua/ru/socialnaya-otvetstvennost/delitsya-krasotoy-so-vsemi.htm>
7. Офіційний сайт «Nestle». [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.nestle.ua/>
8. Офіційний сайт «Recyclemag». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://recyclemag.ru/news/shveciya-pervoy-v-mire-polnostyu-otkazhetsya-ot-nefti-i-gaza>
9. Офіційний сайт Toyota. Вклад Toyota в дело защиты окружающей среды в мире. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://grand-motor.toyota.ua/inside_toyota/environment/toyota-worldwide/index.aspx.html
10. Barbara Mróz-Gorgoń. Ecological innovations in the concept of corporate social responsibility //Management knowledge learning/- 2013, ст.703-709.
11. Environmental Performance Index 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epi.yale.edu/epi/country-rankings>
12. Info Light- «Аналіз викидів забруднюючих речовин у I півріччі 2013 року». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://infolight.org.ua/content/analiz-vikidiv-zabrudnyuyuchih-rechovin-u-i-pivrichchi-2013-roku>
13. The official site of Apple «Innovation means working with what's here to create something new». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apple.com/environment/renewable-resources/>
14. The official site of Ikea (2015) «Solar panels at Ikea», [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ikea.com/gb/en/campaigns/solar-panels.html>
15. The official site of Nike (2015), “Sustainable innovations”, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nikeresponsibility.com/innovations/nike-colordry>
16. The official site of Reuters «Financials:Volkswagen AG»[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.reuters.com/finance/stocks/financialHighlights?symbol=VOWG_p.DE

References.

1. Byelyakova O.V. Ekolohichni innovatsiyi – shlyakh rozvytku rynku ekolohichno chystykh tovariv / O.V. Byelyakova // Marketynh i menedzhment innovatsiy. – # 4. – 2011. – С. 268-273.
2. Grishnova O.A., Brintseva O.H. Vprovadzhennya ekolohichnoyi vidpovidal'nosti v praktyku menedzhmentu vitchyznyanykh pidpryyemstv / O.A. Grishnova, O.H. Brintseva // Visnyk Kyiv's'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. - # 10 (151). - 2013. - S. 12-17.
3. Grishnova O.A., Dumans'ka V.P. Ekolohichnyy vektor sotsial'noyi vidpovidal'nosti / O.A. Grishnova, V.P. Dumans'ka // Ekonomyka y upravlenye. - #3. – 2011. – S. 32-41.
4. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/gdn/Zarp_ek_m/zpm2013_u.htm
5. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen. Ekolohichna skladova natsionalnoi bezpeky: osnovni pokaznyky i shliakhy yikh dosiahnennia. //Analitychna dopovid - 2014- [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/Ecology-1b42b.pdf>
6. Ofitsiyniy sait LOréal. Stiiki innovatsii - [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.loreal.ua/ru/socialnaya-otvetstvennost/delitsya-krasotoy-so-vsemi.htm>

7. Ofitsiyni sait «Nestle». [Elektronnyi resurs]. - Rezhyh dostupu: <http://www.nestle.ua/>
8. Ofitsiyni sait «Recyclemag». [Elektronnyi resurs]. - Rezhyh dostupu: <http://recyclemag.ru/news/shveciya-pervoy-v-mire-polnostyu-otkazhetsya-ot-nefti-i-gaza>
9. Ofitsiyni sait Toyota. Vklad Toyota v delo zashchyty okruzhaiushchei sredy v myre. [Elektronnyi resurs]. - Rezhyh dostupu: http://grand-motor.toyota.ua/inside_toyota/environment/toyota-worldwide/index.aspx.html
10. Barbara Mróz-Gorgoń. Ecological innovations in the concept of corporate social responsibility // Management knowledge learning/- 2013, st.703-709.
11. Environmental Performance Index 2014 [Elektronnyi resurs]. - Rezhyh dostupu: <http://epi.yale.edu/epi/country-rankings>
12. Info Light- «Analiz vykydiv zabrudniuiuchykh rehovyn u I pivrichchi 2013 roku». [Elektronnyi resurs]. - Rezhyh dostupu: <http://infoflight.org.ua/content/analiz-vikidiv-zabrudnyuyuchih-rehovin-u-i-pivrichchi-2013-roku>
13. The official site of Apple «Innovation means working with what's here to create something new». [Elektronnyi resurs]. - Rezhyh dostupu: <http://www.apple.com/environment/renewable-resources/>
14. The official site of Ikea (2015) «Solar panels at Ikea», [Elektronnyi resurs]. - Rezhyh dostupu: <http://www.ikea.com/gb/en/campaigns/solar-panels.html>
15. The official site of Nike (2015), «Sustainable innovations», [Elektronnyi resurs]. - Rezhyh dostupu: <http://www.nikeresponsibility.com/innovations/nike-colordry>
16. The official site of Reuters «Financials:Volkswagen AG»[Elektronnyi resurs]. - Rezhyh dostupu: http://www.reuters.com/finance/stocks/financialHighlights?symbol=VOWG_p.DE

Гришнова Е.А, д.э.н., профессор

Березюк К.М., экономист

КНУ имени Тараса Шевченко

ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В статье обосновано значение экологической ответственности бизнеса как фактора конкурентоспособности, освещены основные тенденции развития инновационных аспектов корпоративной экологической ответственности. Проанализированы проблемы внедрения принципов устойчивого развития в практику менеджмента отечественных предприятий. Исследованы особенности природоохранной деятельности ОАО «Свиточ», выявлены резервы усовершенствования экологической политики на предприятии.

Ключевые слова: корпоративная экологическая ответственность, экологические инновации, природоохранные проекты, когенерационная установка.

O. Grishnova, Doctor of Economics, professor

K. Bereziuk, economist

Taras Shevchenko National University of Kyiv

INNOVATIVE ASPECTS OF CORPORATE ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY AT THE ENTERPRISE

The article explains the importance of the business environmental responsibility as a factor of competitiveness, highlights the main development trends of innovative aspects of corporate environmental responsibility. The problems of implementing the sustainable development principles into management of the domestic enterprises are analyzed. The features of the environmental activities at PJSC "Svitoch" are investigated and reserves of improving environmental policy at the enterprise are also provided.

Keywords: corporate environmental responsibility, environmental innovation, environmental projects, cogeneration installation.

УДК 65.8
JEL M 11

Скопенко Н.С., д.е.н., професор,
НУХТ,
Андреюк Н.В., к.е.н., доцент,
КНУ імені Тараса Шевченка

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розкрито теоретичні і методичні питання організації ризик-менеджменту на підприємстві. Запропоновано визначення суті та структури ризик-менеджменту. Проаналізовано етапи процесу управління ризиком та опис процедур на кожному з них. Викладено методики оцінки ризику. Визначено основні чинники різновидів господарського ризику, які виникають на мікрорівні. Обґрунтовано вибір інструментів управління видами господарського ризику. Запропоновано методи регулювання видів господарського ризику підприємств та джерела фінансування заходів з управління ризиками залежно від обраного методу регулювання.

Ключові слова: ризик-менеджмент, система ризик-менеджменту, етапи управління ризиком, методи оцінки ризику, види господарського ризику, фінансування заходів з управління ризиками.

Постановка проблеми. Ризик є невід'ємним атрибутом господарської діяльності, складовою економічного життя будь-якого підприємства. Відповідні знання про ризик, чинники, що впливають на його ступінь, способи зниження його негативного впливу, є тим необхідним інструментом, що визначає ефективність господарської діяльності. Тому сучасна концепція управління підприємствами неможлива без створення та впровадження в практичну діяльність комплексної методики прийняття рішень щодо зменшення впливу ризику, який супроводжує виробничо-господарську і управлінську діяльність.

Значну користь, зокрема, при визначенні імовірності виникнення, оцінці ступеня ризику та управління ним відіграє ризик-менеджмент. Методика ризик-менеджменту ґрунтується на принципі оптимального співвідношення «ефект-витрати-ризик» з урахуванням численних і суперечливих цілей й критеріїв, чинників ризику, мінливості зовнішнього та внутрішнього середовища. Системний підхід в управлінні ризиком дозволяє розглядати проблеми ризикованості діяльності через їх системні характеристики, ідентифікувати компоненти, які найбільшою мірою впливають на механізм управління ризиками господарської діяльності.

Використання системного підходу до управління ризиком дає можливість оцінити ризик, ухвалити рішення щодо вибору певного напрямку розвитку діяльності, а також послабити вплив ризику на результати господарської діяльності за допомогою відповідних прийомів управління ризиком.

Аналіз публікацій. Науковий доробок з проблем управління ризиком значний та включає наукові праці відомих українських та зарубіжних вчених [1-14], що присвячені дослідженню сутності ризику підприємницької діяльності, визначенню факторів і причин його виникнення, характеристиці методів оцінки та регулювання ступеня ризику.

Невирішені частини проблеми. Проте, існує різноманітність думок щодо сутності ризик-менеджменту, що пояснюється існуванням різних методичних підходів до його визначення та використання в управлінській діяльності підприємства. Крім того, практично відсутнє врахування впливу ризику в існуючому законодавчому полі країни обмежує застосування ризик-менеджменту в реальних умовах економічної та управлінської діяльності підприємства.

Метою статті є розгляд теоретико-методичних аспектів та процедурних підходів побудови системи ризик-менеджменту на підприємстві, що дозволить коригувати оперативні дії під час виникнення ризикових ситуацій та розробляти ефективні рішення з урахуванням ризику.

Результати дослідження. Ризик-менеджмент, з нашої точки зору, – це безперервний процес впливу на об'єкт господарювання, при якому забезпечується охоплення максимально широкого діапазону можливих ризиків і використання всіх методів впливу на них в процесі прийняття управлінських рішень та зведення ступеню впливу виявлених ризиків до мінімальних чи допустимих меж. Результатом цих дій є розробка стратегії поведінки об'єкта управління у разі настання конкретних подій, які викликають дію різних видів ризику.

Вирішальними факторами успішності створення та функціонування системи ризик-менеджменту на підприємствах є: постановка конкретних цілей управління господарським ризиком; чітке визначення етапів процесу управління ризиком та детальний опис процедур на кожному з них; детально розроблені та викладені в доступній формі методики оцінки рівня ризику; обґрунтований вибір інструментів управління видами господарського ризику; підтримання оптимального балансу “персонал-цілі-ресурси” при здійсненні ризик-менеджменту; якісне інформаційне забезпечення процесів; створення дієвих мотиваційних механізмів, які б забезпечували взаємозв'язок винагороди та результатів зниження ризику у свідомості працівників підприємства; достатнє фінансування процесу ризик-менеджменту; врахування при прийнятті управлінських рішень витрат, пов'язаних з ризик-менеджментом; організаційна незалежність управління господарським ризиком.

Визначення етапів процесу управління ризиком та детальний опис процедур на кожному з них представлені у табл.1.

Таблиця 1

Складові процесу ризик-менеджменту на підприємствах

Основні етапи	Рекомендовані управлінські дії
1	2
Визначення мети ризикованих подій	Загальна оцінка господарської ситуації. Визначення результату, який необхідно отримати (прибуток, дохід, виграш).
Діагностика проблеми	Визначення стратегічних і тактичних цілей підприємства. Вибір об'єкту аналізу (окрема господарська операція, напрям діяльності, робота підприємства в цілому тощо). Аналіз стану та перспектив розвитку зовнішнього середовища.
Аналіз ризику (якісна та кількісна оцінка)	Виявлення зовнішніх факторів ризику на основі аналізу зовнішнього середовища, ринків збуту та сировини. Ідентифікація видів ризику. Виявлення внутрішніх факторів ризику на основі аналізу діяльності підприємства. Ідентифікація внутрішніх видів ризику. Вибір та застосування найбільш прийнятного методу оцінки видів ризику. Інтегральна оцінка ризику.

Продовження табл. 1	
1	2
Визначення ризик-позиції підприємства на основі результатів оцінки ризиків	Вирішення питання про доцільність здійснення певної операції (напрямку діяльності, функціонування підприємства в цілому тощо) за наявності інформації про ідентифіковані види ризику й їх ступінь. Прийняття рішення щодо впливу підприємства на ризик та можливі способи його регулювання з урахуванням можливостей підприємства. Ранжирування потенційних видів ризику за ступенем пріоритетності управління.
Розробка та впровадження програми дій щодо коригування ступеня ризику	Пошук шляхів регулювання внутрішніх видів господарського ризику. Аналіз можливостей підприємства щодо впливу на окремі види господарського ризику. Оцінка ефективності методів і засобів впливу на ризик, розробка управлінського рішення, прийняття рішення про застосування конкретного набору заходів. Оптимізація розподілу фінансових ресурсів між різними напрямками регулювання рівня ризику. Розробка та безпосереднє здійснення заходів з регулювання видів господарського ризику.
Моніторинг, контроль та коректування процесу управління господарським ризиком	Контроль результатів регулювання ризику (оцінка узгодженості фактичних результатів з тими, що очікувалися). Моніторинг видів ризику. Коригування програми дій щодо оптимізації ступеня ризику. Аналіз процесу управління ризиком та наукових доробок щодо ризик-менеджменту. Врахування отриманого досвіду у господарській діяльності.

Джерело: узагальнено авторами з урахуванням [1-14].

З позицій системного підходу, виходячи з свого призначення, ризик-менеджмент має охоплювати управління ризиком у всіх сферах виробничої, фінансової та комерційної діяльності підприємства. З метою оптимального управління господарським ризиком на підприємствах необхідно ідентифікувати основні напрями господарської діяльності та визначити об'єкти аналізу щодо виникнення ризику при їх здійсненні (табл. 2).

На нашу думку, оцінку та регулювання господарського ризику доцільно здійснювати з двох позицій: 1) з позиції ризиків, що супроводжують окремі господарські операції та напрямки розвитку підприємства; 2) з точки зору всієї сукупності різних видів ризику, характерних для господарської діяльності в цілому.

Ефективність ризик-менеджменту посилиться за умови функціонування адекватної системи прогнозування, яка дозволила б сформувати механізм попереджувального управління діяльністю підприємства й обмежити негативний вплив господарського ризику. У цілому, формування системи ризик-менеджменту покликано забезпечити високу ефективність прийняття управлінських рішень для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємств будь-якої галузі.

Пріоритетність управління ризиком може бути визначена за окремими видами ризику та за господарськими операціями, здійснення яких супроводжуються появою можливих збитків. Види ризику, що супроводжують діяльність підприємств, мають різну ймовірність появи та силу впливу. Однією із умов дієвості системи управління господарським ризиком на підприємствах є застосування детально розроблених, обґрунтованих й найбільш прийнятних підходів до оцінки різних видів ризику та впливу на їх ступінь. Відповідно до цього, пріоритетність управління за видами ризиків доцільно визначати за двома напрямками: ймовірність появи ризикової ситуації в процесі здійснення підприємством господарської діяльності; ступінь (сила) негативного впливу

ризиків на діяльність підприємства.

Таблиця 2

Об'єкти аналізу щодо виникнення ризику при здійсненні основних напрямів господарської діяльності підприємства

Основні напрями господарської діяльності підприємств				
Аналіз ринку	Планування випуску асортименту продукції	Аналіз ресурсної бази	Виробнича діяльність і контроль якості	Збут продукції
Об'єкти аналізу ризику				
Конкуренція на ринку. Зміни торговельно-політичного режиму. Зміни митної політики.	Наявність обігових коштів на підприємстві. Джерела та можливості отримання сировини. Прихильність споживачів. Виробничі потужності та ступінь їх завантаженості. Попит на нову продукцію.	Тенденції на ринку сировини (внутрішньому та зовнішньому). Природно-кліматичні умови (з точки зору їх впливу на ефективність виготовлення та зберігання сировини). Якість сировини. Наявність зв'язків з постачальниками сировини, умови та реалізації контрактів. Виконання власних фінансових зобов'язань	Стан основних засобів. Ефективність технологічних процесів. Якість продукції.	Маркетингова політика. Ситуація на ринку збуту продукції. Експортні операції. Цінова ситуація на ринку. Дисципліна оплати за реалізовану продукцію.

Джерело: розроблено авторами на основі власних досліджень

Пропонуємо наступну методику визначення пріоритетності управління окремими видами господарського ризику:

1. Якісний аналіз ризику, який передбачає визначення видів ризику, які супроводжують діяльність підприємства (реалізацію окремої господарської події).
2. Встановлення оціночних показників ризику, а саме: імовірності появи ризикової ситуації в процесі здійснення підприємством господарської діяльності та сили негативного впливу ризику на рівень втрат в процесі діяльності підприємства.
3. Розрахунок сумарної оцінки за визначеними показниками за окремими видами ризику.
4. Визначення узагальнених показників на різних рівнях управління шляхом підсумовування по кожному виду ризику сумарних оцінок значущості за визначеними показниками.
5. Ранжування видів господарського ризику за сумарним показником пріоритетності управління ними та визначення видів ризику, які потребують першочергового регулювання.
6. Формування рекомендацій щодо пріоритетності управління певними видами господарського ризику.

Головна задача ризик-менеджменту полягає у визначенні ризику та впровадженні оптимального набору методів впливу на нього, завдяки яким буде зменшено сукупні витрати господарюючого суб'єкта, або отримано максимально можливу в визначеній ситуації вигоду.

Для визначення ефективного способу регулювання ступеня ризику необхідно проектування матриці “імовірність виникнення втрат/рівень збитків” [6-9; 13-14] за обраною підприємцем градацією імовірності та величиною збитків на підставі власних досліджень та експертних оцінок. Використовуючи такий методичний підхід, побудуємо матрицю для вибору оптимального напрямку впливу на ризик підприємств (табл. 3).

Таблиця 3

Матриця вибору раціонального напрямку впливу на ризик

		Імовірність виникнення втрат					
		Близька до нуля	Низька	Невелика	Середня	Велика	Близька до одиниці
		[0-0,05]	[0,06-0,2]	[0,21-0,4]	[0,41-0,6]	[0,61-0,95]	[0,96-1]
		Ступінь впливу ризику					
Рівень збитків		Незначний рівень	Слабкий рівень	Помірний рівень	Середній рівень	Високий рівень	Надмірний рівень
Незначні втрати	0-0,2	Прийняття ризику				Прийняття чи вирівнювання (розподіл) ризику, зниження ризику	
Малі втрати	0,21-0,3	Вирівнювання (розподіл) і зниження ризику					
Помірні втрати	0,31-0,4	Вирівнювання (розподіл) ризику чи (і) зниження ризику		Передача ризику чи (і) вирівнювання (розподіл) ризику та зниження ризику			Уникнення ризику
Середні втрати	0,41-0,6	Передача ризику чи (і) вирівнювання (розподіл) ризику та зниження ризику				Уникнення ризику	
Великі втрати	0,61-0,9	Передача ризику чи (і) вирівнювання (розподіл) ризику та зниження ризику			Уникнення ризику		
Катастрофічні втрати	0,91-1	Передача ризику чи (і) вирівнювання (розподіл) ризику та зниження ризику		Уникнення ризику			

Джерело: розроблено авторами на основі [6-9; 13-14]

Таким чином, найкращим варіантом вибору напрямку зниження ступеня ризику, на нашу думку, є обґрунтована комбінація декількох методів, а основним критерієм вибору виступає наявність оптимального співвідношення між досягнутим ступенем зниження ризику та необхідними для цього витратами.

За умов проведення аналітичної роботи, здійснення спеціальних розрахунків є можливість знайти рішення, що забезпечить прийнятний рівень ризиків для підприємства, який відповідає певному балансу між очікуваною вигодою та загрозою втрат. Вибір конкретного методу регулювання ступеня ризику діяльності підприємств залежить від досвіду та можливостей суб'єкта господарювання, специфіки діяльності підприємства, стратегії досягнення поставлених цілей, від кожної конкретної ситуації.

Найбільш ефективними методами регулювання ступеня ризику, на нашу думку, є методи його вирівнювання (розподіл) та зниження (особливо метод диверсифікації виробництва, ринків збуту та закупівлі сировини і матеріалів). Резервування коштів (самострахування) є доцільним за незначних втрат, незалежно від ймовірності їх

виникнення та за допустимих втрат у випадку низької ймовірності їх виникнення. При незначних втратах, незалежно від ймовірності їх виникнення, рекомендується також прийняти ризики. При зростанні сум прогнозованих втрат ефективним є страхування ризиків. Уникати ризику доцільно за умови, що ймовірність виникнення втрат близька до одиниці, а величина втрат характеризується як середня або вище середньої.

Низьку ефективність засобів передачі ризику в умовах України можна пояснити певною недовірою підприємств до страхових організацій, які повинні будуть виплатити страхове відшкодування при настанні ризикової ситуації, а також з тим, що в нашій країні не достатньо розвинутий механізм хеджування.

Для підприємств сутність зазначених методів впливу на ризик полягає в наступному: *уникнення ризику*: відмова від ненадійних партнерів, постачальників; відмова від прийняття ризикованих проектів, рішень; *зниження ризику*: стратегічне планування діяльності; прогнозування зовнішньої економічної ситуації; моніторинг соціально-економічного та правового середовища (для визначення основних тенденцій у зовнішньому середовищі, коригування господарських рішень); активний цілеспрямований маркетинг (використання різноманітних маркетингових методів та прийомів); *збереження ризику*: створення спеціальних резервних фондів у натуральній або грошовій формі (фондів самострахування або фондів ризику); залучення зовнішніх джерел (отримання кредитів та позик, державних дотацій для компенсації збитків та відновлення виробництва); *передача ризику*: страхування господарських операцій, конкретних видів ризику; передача ризиків через укладання договорів факторингу, поручительства; передача ризику через укладання біржових угод (хеджування); *вирівнювання (розподіл) ризику*: диверсифікація діяльності (розширення асортименту продукції), ринків збуту (діяльність одночасно на декількох ринках збуту або ринкових сегментах), постачань сировини та матеріалів (взаємодія зі значною кількістю постачальників); здобуття додаткової інформації (наприклад, її купівля), лімітування (встановлення граничних сум витрат, обсягів продажу, кредитів).

Дослідженням визначено й обґрунтовано основні проблеми, з якими пов'язана діяльність підприємств в сучасних умовах: гостра конкуренція, яка зумовлена процесами інтеграції та глобалізації; неоднакові конкурентні умови на ринку; складність виходу на світовий ринок вітчизняної продукції; нестабільність законодавчої бази; висока залежність підприємств від ситуації на ринку сировини; низький рівень завантаженості виробничих потужностей; недостатність коштів на реалізацію інноваційних проектів; недостатність кваліфікованого персоналу тощо. В той же час, діяльність підприємств України характеризується перспективністю, динамічністю, постійними змінами умов внутрішнього та зовнішнього середовища, що ускладнює можливість прогнозування розвитку подій на ринку готових виробів, породжує невизначеність результатів господарських операцій на ньому та зумовлює наявність господарських ризиків на підприємствах і необхідність управління ними.

В результаті дослідження були визначені основні чинники різновидів господарського ризику, які виникають на мікрорівні. На нашу думку, групування визначених чинників ризику доцільно здійснити наступним чином: *чинники ризику, які пов'язані з зовнішнім середовищем* (непрогнозовані різкі зміни законодавчої бази та політичної ситуації в країні; зміна очікуваних темпів інфляції; непрозорість ціноутворення на ринку сировини та готової продукції; різка зміна цін на сировину та матеріали; непрогнозовані дії

конкурентів тощо); *чинники ризику, які пов'язані з виробництвом* (незадовільний технічний та технологічний стан; незабезпеченість сировиною та матеріалами; неправильне формування системи товароруху; інші виробничі проблеми); *чинники ризику, які пов'язані з персоналом* (недостатня кваліфікація та/або досвід експертів й працівників; неузгодженість у роботі між працівниками різних підрозділів; низька виконавча дисципліна тощо); *чинники ризику, які пов'язані з інформацією* (недостатня або неякісна інформація про стан внутрішнього та зовнішнього середовища; невірний метод збору й аналізу інформації; необ'єктивність аналізу; необ'єктивна оцінка можливостей власного виробництва та конкурентів; помилки в оцінці системи руху ресурсів та товарів; порушення методики оцінки і вибору цільових сегментів; невірно визначений обсяг ринку та/або сегменти ринку тощо); *чинники ризику, які пов'язані з товаром* (неякісна конструкторська і технологічна документація; коливання якості товару; несвоєчасність виводу нового товару на ринок; невідповідність обраної маркетингової стратегії конкурентним характеристикам товару; неправильне позиціонування товару; помилкова політика або недостатні зусилля по просуванню товару; незацікавленість каналів розповсюдження у співпраці; нестача підприємств роздрібної торгівлі; негативний імідж нового товару; неефективна реклама; невідповідність ціни товару конкурентним цінам; поява нових товарів-аналогів; збільшення обсягів виробництва товарів-аналогів конкурентами); *чинники ризику, які пов'язані зі споживачами* (ігнорування місцевих умов і традицій у регіонах споживання; невідповідність обраної маркетингової стратегії очікуванням споживачів; недостатня інформованість потенційних споживачів; негативна оцінка товару; невідповідність ціни товару очікуванням споживача тощо).

Якісний аналіз ризикованості діяльності підприємств дозволив встановити, що основними ризиковими ситуаціями (наслідками впливу визначених факторів ризику) є: зниження кількості продукції, що випускається; збільшення витрат на виробництво; невідповідність термінів випуску продукції запланованим; невідповідність прогнозової та реальної структури споживчого ринку; незадоволений попит; зниження обсягів реалізації; неадекватна маркетингова стратегія; порушення сприятливих термінів виходу на ринок; втрата потенційних споживачів; втрата ринкових позицій; невідповідність характеристик товару потребам споживачів; невідповідність товару основним конкурентним характеристикам; перевищення ліміту готової продукції на складі; погіршення якості продукції; збільшення кількості виробничого та експедиційного браку; збільшення витрат на розробку товару та уточнюючі дослідження; збільшення витрат на збут; збільшення цін на готову продукцію в результаті зростання витрат на виробництво; необґрунтоване збільшення цін на готову продукцію; недоотримання очікуваного прибутку; банкрутство підприємства.

Визначені негативні наслідки, які можуть виникнути на мікрорівні, можна об'єднати в наступні види господарського ризику: організаційний ризик; маркетинговий ризик; виробничий ризик; фінансовий ризик. Розглянемо конкретні методи регулювання визначених видів господарського ризику, які виникають на мікрорівні, в процесі діяльності підприємств в сучасних умовах в табл. 4.

**МЕТОДИ РЕГУЛЮВАННЯ НАЙВАЖЛИВІШИХ ВИДІВ ГОСПОДАРСЬКОГО РИЗИКУ
ПІДПРИЄМСТВ**

Вид ризику	Методи регулювання
1	2
Фінансовий ризик	Попередня оплата продукції; створення регіональної системи страхування фінансово-господарських угод і відповідної системи перестраховування; залучення незалежних організацій (банків, страхових товариств, фондів) як гарантів угод; розвиток заставних угод.
Виробничий ризик	Диверсифікація виробництва через розширення кількості готових до використання технологій і видів продукції; диверсифікація поставок; постійний збір і актуалізація інформації про можливих постачальників, їх наміри, освоювані технології та соціально-економічну ситуацію навколо них; розширення складу постачальників; придбання підприємством акцій фірм-постачальників; залучення традиційних постачальників у діяльність підприємств шляхом укладання договорів участі в прибутках чи придбанні акцій; створення страхового резерву основної та допоміжної сировини; створення фінансових резервів на випадок непередбачуваних витрат; прогнозування динаміки цін; завчасна розробка системи функціонування підприємства в умовах пошуку альтернативних постачальників; розвиток технологічної бази; проведення НДДКР у сфері технології та виробництва; розробка стратегії технологічного розвитку та технологічної безпеки в складі комплексної техніко-економічної та соціальної стратегій підприємства; ув'язування соціальної стратегії з цілями і можливостями підприємства, регіональними умовами; створення системи техніко-економічного резервування ресурсів.
Маркетинговий ризик	Диверсифікація виробництва та структури збуту; створення й актуалізація бази даних про можливих споживачів продукції, їх діяльність, наміри, тенденції, соціально-економічний статус, оточення; активне використання усіх форм маркетингу; вертикальна інтеграція «вперед», обмін акціями з традиційними споживачами та придбання їх акцій; пошук технологій і методів покращення якості продукції, розробка довгострокової стратегії виробництва та інформування про неї потенційних споживачів; освоєння гнучких технологій виробництва, що допускають переключення на інші види продукції; освоєння гнучких технологій маркетингу, що дозволяють легко підключатися до нових секторів ринку; творення бар'єрів на шляху переключення споживачів на інші види продукції, що задовольняють той же вид потреби, і особливо — на інших постачальників (окремі види горизонтальної інтеграції, тобто договори з конкурентами про своєрідний поділ сфер впливу).
Організаційний ризик	Підвищення уваги до стратегічного та перспективного планування; створення наскрізної системи збору й аналізу вихідної інформації, прогнозування та прийняття стратегічних рішень; виділення коштів на ці цілі в складі статей розподілу прибутку чи кредитних коштів; запрошення професійних консультантів з маркетингу й управління; підвищення кваліфікації адміністративно-управлінського персоналу підприємства.

Джерело: розроблено авторами на основі власних досліджень.

При обранні напряму і методу регулювання ризиків необхідним кроком є вирішення питання щодо фінансування цих заходів, яке передбачає пошук та мобілізацію грошових коштів для здійснення превентивних заходів і запобігання збитків при настанні несприятливих подій. Можливе використання таких джерел [1-14]: кошти, що входять до складу собівартості продукції в межах, встановлених законодавством; поточний бюджет, в який закладено витрати на заходи щодо підвищення безпеки, майбутні

витрати на компенсацію збитків, витрати на сплату страхової премії тощо; власні кошти підприємств, у т.ч., статутний фонд і резерви, сформовані з прибутку; фонди самострахування, сформовані за рахунок власних коштів підприємства; страхові фонди, з яких може бути отримано відповідне відшкодування у випадку настання збитків, профінансовано попереджувальні заходи, що знижують імовірність настання страхових випадків; зовнішні джерела (кредитні й інвестиційні ресурси банків, інших фінансових інститутів; державна підтримка зі спеціальних бюджетних і позабюджетних фондів, сформованих на випадок настання надзвичайних ситуацій).

Джерела фінансування заходів різняться залежно від обраного напрямку впливу на ступінь ризику (табл. 5). Витрати зі збереження ризику та самострахування для підприємства є найбільшими серед розглянутих напрямів регулювання ризику.

Таблиця 5

Фінансування управління ризиком на підприємствах

Напрямок впливу на ступінь ризику	Особливості фінансування
1	2
Уникнення ризику	В разі уникнення ризику не потребують додаткового фінансування такі заходи: відмова від реалізації певної операції (напрямку діяльності); зміна (коригування) мети; забезпечення можливості зміни (коригування та уточнення) мети в процесі її виконання (використання додаткової інформації); усунення причин (джерел) ризику (відмова від послуг сумнівних організацій та підприємств-контрагентів); звільнення недобросовісних (некваліфікованих) працівників. З використанням власних коштів, за рахунок збільшення собівартості продукції може відбуватися підвищення кваліфікації персоналу, навчання персоналу; заміна ненадійних техніки і технологій; отримання вичерпної (повної) інформації.
Вирівнювання (розподіл) ризику	Здійснення заходів, що компенсують ризик, відбувається за рахунок власних коштів (прибутку підприємства).
Прийняття ризику	Прийняття ризику передбачає формування спеціальних фондів самострахування підприємства (в основному з прибутку). В окремих, передбачених законодавством випадках, витрати на створення таких фондів можуть бути віднесені на собівартість, що, безумовно, вигідніше. При настанні несприятливих ситуацій компенсація збитків здійснюється з накопичених фондів самострахування. Розмір фондів визначається з розрахунку на оптимальний рівень ризику, що у більшості випадків не буде перевищений. Якщо ж збитки перевищать запланований рівень, то підприємству необхідні додаткові кошти для їх компенсації. При самострахуванні необхідно ретельно проводити первинну роботу з виявлення й оцінки ризику, розподілу фінансування між альтернативними варіантами збереження, зниження та передачі ризику, що, безумовно, збільшує адміністративні витрати на роботу ризиків-менеджерів, експертизу тощо.

Продовження табл.5	
1	2
Зниження ризику	Фінансування зниження ризику може відбуватися за рахунок власних коштів, собівартості продукції підприємства, коштів з резервів попереджувальних заходів страхових компаній (якщо це буде ув'язано з висновком договору страхування). Фінансування заходів щодо зниження ризику зменшує ймовірність настання несприятливих ситуацій чи обмежує збиток у випадку їх появи, але у разі їх виникнення, усі збитки підприємство знову змушене компенсувати, виходячи з власних коштів. Рівень адміністративних витрат на проведення досліджень з аналізу ризику та підтримка роботи відділу ризик-менеджменту є середнім.
Передача ризику	Передача ризику відбувається у вигляді страхування, що вимагає сплати визначених внесків у страхову компанію. Розмір внесків, як правило, не перевищує декількох відсотків від вартості майна, що страхується. По добровільному страхуванню страхові внески сплачуються, як правило, із власних коштів підприємства, а по обов'язковому — відносяться на собівартість. Виняток складають деякі види добровільного страхування, за якими дозволено частину суми страхових премій відносити на собівартість у розмірі, що не перевищує 1% обсягу реалізації продукції. Збитки за ризиками, переданими у страхування, відшкодовуються з фондів страхової компанії. При цьому розмір збитків може бути як меншим, так і більшим за сплачену страхову премію, але в межах обговореної суми. Всі збитки понад обговорені межі, а також збережені ризики, покриваються з власних коштів підприємства чи за рахунок спеціальних позик. Адміністративні витрати при передачі ризику за допомогою страхування мінімальні, тому що основна робота з оцінки переходить до страховика. Функції спеціалістів з ризик-менеджменту полягають у підтримці та періодичній ревізії договорів страхування.

Джерело: розроблено авторами на основі власних досліджень та з урахуванням [1-14].

Рішення щодо регулювання ризику зумовлюють необхідність перерозподілу грошових потоків підприємства. При виборі методу впливу на ступінь ризику необхідно враховувати напрями фінансування [1-6; 11-14]. На підприємствах можливими є три напрями фінансування ризиків: фінансування, яке передуює виникненню непередбаченої (негативної) події; поточне фінансування; фінансування після виникнення непередбаченої події (табл. 6).

Таблиця 6

Напрями фінансування заходів ризик-менеджменту

Напрямок	Характеристика напрямку
1	2
Фінансування, яке передуює виникненню непередбаченої події	Відволікає частину коштів підприємства на організацію резервних фондів чи сплату страхових внесків до того, як відбудуться непередбачені події. Фінансування, яке передуює виникненню непередбаченої події, повинно мати найбільшу питому вагу в загальній структурі витрат ризик-менеджменту. У цьому випадку відбувається відрахування частини коштів підприємства на заходи зі зниження ризику, сплату страхових премій і формування фонду ризику.

Продовження табл.6

1	2
Поточне фінансування	Відбувається за рахунок адміністративних витрат на забезпечення роботи ризик-менеджерів і передбачає організацію моніторингу несприятливих ситуацій; поточних витрат на компенсацію збитків; впровадження та підтримку комп'ютерних баз даних; оплату роботи експертів, спеціалізованих організацій, що виконують визначені види робіт - оцінку, консалтинг тощо. Поточне фінансування доцільно рівномірно розподілити за фінансовими періодами з урахуванням розподілу платежів у часі (з врахуванням коефіцієнтів дисконтування).
Фінансування після виникнення непередбаченої події	Виникає як необхідність підприємства оплатити збитки, що виникли внаслідок здійснення непередбаченої події (компенсація збитків). При страхуванні передбачає оплату тільки незастрахованих ризиків. Збитки за ризиками, що не захищені страхуванням або перевищують запланований розмір при самострахуванні, повинні компенсуватися з резервних фондів підприємства або з додаткових джерел (наприклад, отримання підприємством кредитів (позик)).

Джерело: розроблено авторами на основі власних досліджень та з урахуванням [1-6; 11-14].

Оптимальна система ризик-менеджменту спрямована на врахування ризику в діяльності підприємств та зменшення його негативного впливу. Ми пропонуємо на підприємствах формувати фінансові грошові потоки щодо управління ризиком за трьома напрямками фінансування, що подані в табл. 6. Джерелом фінансування можуть виступати власні кошти підприємства, кошти резервних фондів, кошти страхових компаній та залучені кошти.

Висновки. Використання у господарській практиці підприємств запропонованих методичних та процедурних підходів, які є елементами системи ризик-менеджменту, дасть можливість коригувати оперативні дії та стратегічні рішення з урахуванням ступеня ризику для забезпечення підвищення ефективності діяльності підприємств.

Література

1. Бартон Томас Л. Риск-менеджмент. Практика ведущих компаний [Текст]: пер с англ. / Томас Л. Бартон, Уильям Г. Шенкир, Пол Л. Уокер. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2008. – 208 с.
2. Бартон Томас Л. Комплексный подход к риск-менеджменту: стоит ли этим заниматься [Текст] / Томас Л. Бартон, Уильям Г. Шенкир, Пол Л. Уокер.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 208 с. ил. – Парал. тит. англ.
3. Бланк И.А. Управление финансовыми рисками [Текст] / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2005. – 600 с. – (Серия "Библиотека финансового менеджера"; Вып. 12).
4. Вітлінський В.В. Ризикологія в зовнішньоекономічній діяльності [Текст] / В.В. Вітлінський, Л.Л. Маханець. – К. : КНЕУ, 2008. – 432 с.
5. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві [Текст]: Монографія / В.В. Вітлінський, П.І. Великоіваненко. – К.: КНЕУ, 2004. – 480 с.30
6. Вітлінський В.В. Ризик у менеджменті [Текст] / В.В. Вітлінський, С.І. Наконечний. – К.: ТОВ «Борисфен-М», 1996. – 336 с.
7. Гранатуров В.М. Аналіз підприємницьких ризиків: проблеми визначення, класифікації та кількісної оцінки [Текст]: Монографія / В.М.Гранатуров, І.В. Литовченко, С.К. Харічков. За наук. ред. В.М. Гранатурова. – Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2003. – 164 с.
8. Гранатуров В.М., Ризики підприємницької діяльності: проблеми аналізу [Текст] / В.М.Гранатуров, О.Б. Шевчук. – К.: Державне вид.-інформ. агенство Зв'язок, 2000. – 150 с.

9. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения [Текст]: / В.М. Гранатуров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2002. – 160 с.
10. Кутергина Г.В. Анализ эффективности систем управления финансовыми рисками коммерческой организации [Текст] / Г.В. Кутергина, А.В. Модорский // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – № 3. – С. 149-162.
11. Серебрякова Т.Ю. Риски организации и внутренний экономический контроль [Текст]: Монография / Т.Ю.Серебрякова. — М: ИНФРА-М, 2010. — 111 с. — (Научная мысль).
12. Управление рисками организаций. Интегрированная модель. Комитет спонсорских организаций Комиссии Тредвея (COSO). [Электронное джерело]. - Режим доступа: http://www.coso.org/documents/COSO_ERM_ExecutiveSummary_Russian.pdf
13. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций [Текст] / А.С. Шапкин. – 2-е изд. – М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2004. – 544 с: ил.
14. Энциклопедия финансового риск-менеджмента [Текст] / Под ред. А.А.Лобанова и А.В. Чугунова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 878 с.

References

1. Barton Tomas L. Risk-menedzhment. Praktika vedushhih kompanij [Текст]: per s angl. / Tomas L. Barton, Uil'jam G. Shenkir, Pol L. Uoker. – М.: Izdatel'skij dom «Vil'jams», 2008. – 208 s.
2. Barton Tomas L. Kompleksnyj pohod k risk-menedzhmentu: stoit li jetim zanimat'sja [Текст] / Tomas L. Barton, Uil'jam G. Shenkir, Pol L. Uoker.: Per. s angl. – М.: Izdatel'skij dom «Vil'jams», 2003. – 208 s. il. – Paral. tit. angl.
3. Blank I.A. Upravlenie finansovymi riskami [Текст] / I.A. Blank. – К.: Nika-Centr, 2005. – 600 s. – (Serija "Biblioteka finansovogo menedzhera"; Vyp. 12).
4. Vitlinskij V.V. Ryzikolohiia v zovnishnoekonomichnij diialnosti [Текст] / V.V. Vitlinskij, L.L. Makhanets. – К.: KNEU, 2008. – 432 s.
5. Vitlinskij V.V. Ryzikolohiia v ekonomitsi ta pidpriemnyts'tvi [Текст]: Monohrafiia / V.V. Vitlinskij, P.I. Velykoivanenko. – К.: KNEU, 2004. – 480 s.30
6. Vitlinskij V.V. Ryzik u menedzhmenti [Текст] / V.V. Vitlinskij, S.I. Nakonechnij. – К.: TOV «Borysfen-M», 1996. – 336 s.
7. Hranaturov V.M. Analiz pidpriemnyts'kykh ryzkyv: problemy vyznachennia, klasyfikatsii ta kilkisni otsinky [Текст]: Monohrafiia / V.M.Hranaturov, I.V. Lytovchenko, S.K. Kharichkov. Za nauk. red. V.M. Hranaturova. – Odessa: Instytut problem rynku ta ekonomiko-ekolohichnykh doslidzhen NAN Ukrainy, 2003. – 164 s.
8. Hranaturov V.M., Ryziky pidpriemnyts'koi diialnosti: problemy analizu [Текст] / V.M.Hranaturov, O.B. Shevchuk. – К.: Derzhavne vyd.-inform. ahentstvo Zviazok, 2000. – 150 s.
9. Hranaturov V.M. Ekonomicheskij rysk: sushchnost, metody yzmerenya, puty snyzhenya [Текст]: / V.M. Hranaturov. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2002. – 160 с.
10. Кутергина Г.В. Анализ эффективности систем управления финансовыми рисками коммерческой организации [Текст] / Г.В. Кутергина, А.В. Модорский // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – № 3. – С. 149-162.
11. Серебрякова Т.Ю. Риски организации и внутренний экономический контроль [Текст]: Монография / Т.Ю.Серебрякова. — М: ИНФРА-М, 2010. — 111 с. — (Научная мысль).
12. Управление рисками организаций. Интегрированная модель. Комитет спонсорских организаций Комиссии Тредвея (COSO). [Электронное джерело]. - Режим доступа: http://www.coso.org/documents/COSO_ERM_ExecutiveSummary_Russian.pdf
13. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций [Текст] / А.С. Шапкин. – 2-е изд. – М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2004. – 544 с: ил.
14. Энциклопедия финансового риск-менеджмента [Текст] / Под ред. А.А.Лобанова и А.В. Чугунова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 878 с.

Скопенко Н.С., д.э.н., профессор,
НУПТ

Андреюк Н.В., к.э.н., доцент,
КНУ имени Тараса Шевченко

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

В статье раскрыты теоретические и методические вопросы организации риск-менеджмента на предприятии. Определены сущность и структура риск-менеджмента. Проанализированы этапы процесса управления риском и описаны процедуры на каждом из них. Изложены методики оценки риска. Определены основные факторы разновидностей хозяйственного риска, которые возникают на микроуровне. Обоснован выбор инструментов управления видами хозяйственного риска. Предложены методы регулирования видов хозяйственного риска предприятий и источники финансирования мероприятий по управлению рисками в зависимости от выбранного метода регулирования.

Ключевые слова: *риск-менеджмент, система риск-менеджмента, этапы управления риском, методы оценки риска, виды хозяйственного риска, финансирование мероприятий по управлению рисками.*

Skopenko N.S., PhD of Economics, Professor,
National university of food technologies
Andreiuk N.V., PhD of Economics, Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv.

ORGANIZATION OF RISK MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE

The article reveals theoretical and methodological issues of construction of risk management system in the enterprise, enabling correcting prompt actions at the time of risky situations and develop effective solutions, taking risk into account. Determination of the nature and structure of risk management was proposed. Stages of risk management process (determining the goal of risk events, diagnostics of the problem, risk analysis (qualitative and quantitative), determination of risk positions of the enterprise on the basis of risk assessment, development and implementation of action programs to adjust the degree of risk monitoring, control and adjustment process economic risk management) were analyzed and procedures for each of them were implemented. The technique of risk assessment was proposed. The types of economic risk (organizational, marketing, manufacturing, financial) were defined and specific methods of their regulation were offered. Features of funding depending on the direction of the impact on risk and funding risk management measures depending on the method of regulation were defined.

Keywords: *risk management, risk management system, stages of risk management, risk assessment methods, types of economic risk, funding risk management.*

УДК 336.66
JEL G 39

Литвиненко Т.М., к.е.н., доцент,
КНУ імені Тараса Шевченка

НЕМАТЕРІАЛЬНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Доведено, що в сучасній економіці зростає значення нематеріальних факторів генерування вартості підприємства. Наведена характеристика цих чинників. Запропоновані підходи до управління впливом нематеріальних чинників.

Ключові слова. *Вартість підприємства, нематеріальні активи, організаційний капітал, клієнтський капітал.*

Постановка проблеми. В наукових колах та серед практиків останнім часом сформувався значний інтерес до питань, пов'язаних з визначенням вартості підприємств, до вартісно-орієнтованого управління. В цьому контексті важливого значення набуває вивчення окремих чинників та складових, що визначають вартість підприємства, адже процес управління вартістю має на меті підвищення її, для чого потрібно знати, яке значення має кожен окремий чинник в обґрунтуванні управлінських рішень в той чи інший період розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам вартості підприємства присвячена значна кількість наукових праць як вітчизняних та зарубіжних науковців. Серед праць, на які спирається автор в даному дослідженні, слід виділити працю Т. Говорушко, Н. Обушної, Я. Ровного, в якій вдосконалені підходи до класифікації факторів, що формують вартість підприємства [1], О. Мендрула [2], у роботах якого зроблено акцент лише на фінансові аспекти вартості підприємства. С. Гринкевич стверджує, що на ринкову вартість підприємства впливають дещо інші чинники: величина грошових потоків; ризики й альтернативна вартість капіталу; прогнозований темп зростання бізнесу (зростання грошових потоків) в післяпрогнозному періоді; величина інвестованого в підприємство капіталу [3]. П. Круш та С. Поліщук пропонують враховувати фактори як мікро-, так і макросередовища, при цьому поділяючи їх на такі групи: попит; дохід, який може отримати власник; час отримання доходів; ступінь контролю, що одержує новий власник; ступінь ліквідності майна; бмеження, що має бізнес [4].

В інших працях, зокрема [5] наголошується на необхідності запровадження процесу управління вартістю підприємства, для чого потрібно враховувати фактори впливу, поділяючи їх на зовнішні, що виникають незалежно від волевиявлення менеджменту підприємства, та внутрішні фактори, пов'язані з діями менеджменту, галузевою специфікою самого підприємства. До зовнішніх факторів відносять рівень конкуренції в галузі, надійність постачальників, нормативні акти, що видаються державою, загальноекономічну ситуацію в країні. Внутрішні фактори включають зокрема цінову політику підприємства, стан виробничих потужностей та ін.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових праць, присвячених проблемам вартісно-орієнтованого управління, багато проблем потребують дослідження, серед яких виявлення нематеріальних чинників вартості та визначення механізму їх впливу на динаміку вартості.

Мета статті – ідентифікація нематеріальних чинників вартості, формулювання концептуальних підходів до визначення їх впливу на вартість підприємства для інформаційно-методичного забезпечення управління вартістю підприємства.

Результати дослідження. Концепція управління підприємством, що базується на контролі за вартістю ((Value-Based Management, VBM), спрямована на якісне вдосконалення стратегічних та оперативних рішень на всіх рівнях організації за рахунок концентрації та узгодження зусиль всіх осіб, що розробляють рішення, на ключових факторах вартості. Головною метою такого управління є максимізація вартості компанії, яка визначається її дисконтованими майбутніми грошовими потоками, що можливе лише тоді, коли компанії отримують таку віддачу від інвестованого капіталу, котора перевищує затрати на залучення капіталу[6]. Одним з основних елементів побудови системи VBM є виявлення ключових чинників вартості. Ідентифікація таких факторів дуже важлива, тому що менеджмент підприємства не може впливати безпосередньо на вартість, а повинен зосередити свою увагу на стратегічній та оперативній діяльності, що буде визначати вартість. Не можна не погодитись з думкою С. А. Казанцевої: «визначення факторів вартості може виявитися для підприємства важким процесом, оскільки це потребує індивідуального розгляду кожного виробничого рівня. А системи звітності підприємств не пристосовані для того, щоб забезпечувати потрібну для виявлення факторів вартості інформацію. За допомогою аналітичних даних, заснованих лише на інформації звітностей усіх рівнів підприємства, не можна визначати достатню кількість ключових факторів вартості»[7]. До того ж слід враховувати, що сучасні тенденції енергоефективності та зниження матеріаломісткості виробництва зумовлюють зменшення впливу матеріально-технічних складових вартості на її загальну величину. Зростання вартості підприємств в сучасних умовах спостерігається при зменшенні величини матеріальних активів. На вартість підприємства впливає не лише величина та склад активів, а й багато інших чинників, або факторів.

В публікаціях, присвячених проблемам вартісноорієнтованого управління, немає чіткого розмежування понять «складові елементи вартості» та «чинники» вартості, хоча вони не співпадають. Врахування значення філософських категорій причинно-наслідкового зв'язку, дозволяє точніше виокремити ці поняття, оскільки виникнення будь-якого явища зумовлено чимось іншим, фактором чи факторами, які породжують його. Явище, дія якого приводить до виникнення нового явища, називається причиною. Те саме явище, що виникає під впливом причини, називається наслідком [8]. В даному випадку вартість, її складові є наслідком, а фактори вартості – причиною. Велика увага в сучасній науковій літературі приділяється інтелектуальному капіталу, який називають і чинником і складовою вартості підприємства. Складність розмежування зумовлена тим, що немає критеріїв їх розмежування. Якщо виходити з того, що капітал – це вартість, що зростає, тоді інтелектуальний капітал – це грошове вираження результатів інтелектуальної праці (товарні знаки, патенти, ліцензії і т.ін.) інвестиції в які забезпечують зростання вартості. Факторами формування інтелектуального капіталу можемо назвати рівень кваліфікації робочої сили, рівень освіти в країні, розвиток науково-технічної творчості працівників, стимулювання процесу підвищення кваліфікації і т.ін.

Між причиною і наслідком існує такий діалектичний взаємозв'язок: 1) причина у часі випереджає наслідок. Наслідок не виникає раніше за дію причини. Але це не означає, що будь-яке явище, яке передує наступному, перебуває з ним у причинному зв'язку (ніч передує ранку, але вона не є причиною ранку); 2) причина, за певних умов, обов'язково породжує наслідок або декілька наслідків. Причина і наслідок пов'язані так, що якщо з'являється причина і достатні умови, неминуче виникає і наслідок; 3) причина і наслідок взаємодіють між собою. У цій взаємодії активна не тільки причина, але і наслідок. Він здійснює зворотний вплив на причину. Наприклад, зростання вартості підприємства відкриває можливості для збільшення інвестицій у вдосконалення виробничої діяльності, що спричинює зміну активів як складових вартості; 4) одне й те саме явище, з одного боку, виступає як причина, а з другого - як наслідок. Наприклад, продовжуючи приклад з інвестиціями, динаміка інвестицій та вартості створює причинно-наслідковий ланцюг явищ; 5) на взаємодію причини і наслідку впливають відповідні умови. Умови - це такі явища, які необхідні для виникнення певної події, але самі по собі її не зумовлюють. Серед умов можуть бути такі, які сприяють виникненню наслідку, а можуть бути й такі, що запобігають діям причини. Серед таких умов можна назвати інвестиційний клімат в країні; 6) причину не слід ототожнювати з приводом. Привід - це подія, яка безпосередньо передує іншій події, робить можливим її виникнення, але не породжує і не визначає її. Привід швидше провокує дію, ніж створює її.

Поняття причинно-наслідкового зв'язку виконує важливу методологічну функцію. Знаючи причини і умови, за яких виникає певний наслідок, людина не тільки передбачає виникнення його, але й здатна породжувати той наслідок, що для неї більш необхідний. Це дозволяє людині пізнати минуле і передбачити майбутнє[8]. В нашому випадку ці філософські поняття причини й наслідку важливі для того, щоб зрозуміти важливість виявлення факторів (причин) зростання чи зменшення вартості підприємств для того, щоб можна було побудувати таку систему управління підприємством, яка забезпечуватиме зростання вартості.

Спостереження за вартістю підприємств в кінці XX сторіччя та початку XXI свідчить про суттєвий розрив між вартістю підприємств, зафіксованою в фінансовій звітності, й оцінкою цієї вартості з боку інвесторів. В американських корпораціях за період з 1973 р. по 1993 р. середнє співвідношення між ринковою та бухгалтерською вартістю зросло з 0,82 до 1,692. Відповідно до цих даних за 1992 р., в балансі середньостатистичної американської компанії не знаходило відображення близько 40% її ринкової вартості [9].

Подібна ситуація з часом набуває все більшого поширення. В компанії Нетскейп, власні активи якої складають 17 млн. дол., а працює в компанії трохи більше 50 співробітників, ринкова ціна на початку 1997 р. складала майже 3 млрд. дол. Ці факти свідчать, що фактичною основою ринкової ціни компаній стають не лише матеріальні активи, а й інші, нематеріальні, серед яких науковці виділяють інтелектуальний капітал, який включає людський капітал (human capital) и структурний капітал (structural capital). Кожен з цих елементів породжений людськими знаннями, й саме їх сукупність визначає приховані джерела цінностей, які надають компанії нетрадиційно високої ринкової вартості [10].

Сучасніші дослідження також засвідчують, що ринкова вартість найбільших світових компаній впродовж кількох десятиліть суттєво перевищує їх балансову вартість, зокрема протягом 2011–2012 рр. ріст ринкової вартості фірм, відомих під брендами

«Apple» сягнув майже 90 % (282,4 млрд. дол.), «IBM» – більше 50 % (81,1 млрд. дол.), «Intel» – майже 20 % (22,9 млрд. дол.), «Coca-Cola» – більше 15 % (22,9 млрд. дол.), «Microsoft» – 8 % (20,3 млрд. дол.). Водночас, для низки деяких інших компаній протягом аналізованого періоду помітним було зниження їх ринкової вартості, зокрема найбільшим значення даного показника фіксувалось для «Hewlett-Packard» – 60 % (73,2 млрд. дол.), «General Electric» – більше 35 % (117,2 млрд. дол.), «Google» – 147,66 млрд. дол., «McDonalds» – 62,32 млрд. дол., «Walt Disney» – 61,03 млрд. дол.[11, с.9-10].

Розрив між ринковою та балансовою вартістю важливо враховувати для того, щоб можна було прогнозувати та якомога точніше визначати зміни вартості підприємства. Визначення вартості сучасного підприємства потребує врахування не лише традиційних, матеріальних, ще їх можна назвати балансових складових, а й нематеріальних. До перших відносяться необоротні та оборотні активи, методика врахування їх впливу базується на використанні фінансової звітності підприємства. До нематеріальних складових відносяться позабалансові, склад яких потребує ідентифікації, адже саме вони в сучасній економіці генерують найбільшу частку вартості підприємства. Термін «нематеріальні активи» («Intangible Assets») став використовуватись в науковій літературі в 80-тих роках [11, с.13].

Про зростання значення нематеріальних показників діяльності підприємства порівняно з фінансовими зазначалось і в інших працях (Роберт Каплан і Томас Джонсон). В сучасних умовах існує велика кількість публікацій, які досліджують різноманітні аспекти впливу нематеріальних чинників на діяльність підприємства. Проте різноманітність та багатоаспектність цих чинників ускладнюють їх дослідження, про що свідчить наявність різних підходів до визначення структури нематеріальних чинників впливу на діяльність підприємства і на його вартість.

Складність їх виявлення зумовлена тим, що ще потрібно всі їх виявити, а ще більш важливо те, що вони мають обмежені можливості формалізації оцінювання їх впливу на динаміку вартості підприємств. Нематеріальні активи невидимі, проте вони становлять значну цінність для підприємства. Їх складно оцінити, найточніше їх вартість виявляється в процесі продажу підприємства, хоча їх можна відображати в балансі та піддавати кількісній оцінці. Оцінка й відображення в балансі нематеріальних активів здійснюється, якщо придбані або отримані нематеріальні активи мають імовірність одержання майбутніх економічних вигод, пов'язаних з їх використанням, а також їх вартість може бути достовірно визначена. Стандартами бухгалтерського обліку встановлюються критерії визнання нематеріальних активів, способи їх оцінки, які визначаються обставинами їх появи: створення, придбання, отримання, склад витрат, які включені до їх вартості. Нематеріальні активи є об'єктами власності, прикладами об'єктів, які включають у ці широкі поняття, є комп'ютерне програмне забезпечення, патенти, авторські права, кінофільми, переліки клієнтів, права на іпотечне обслуговування, ліцензії [12]. Частка нематеріальних активів у балансі промислових підприємств і в цілому по економіці України незначна – менше 1% [13, с.205]. Ці дані свідчать не стільки про те, вітчизняні підприємства не повністю відображають в балансі нематеріальні активи, скільки про їх справжню незначну частку і неналежну до них увагу, нерозуміння їх значення для генерування вартості підприємства.

Для вивчення їх впливу на вартість підприємства слід вести мову не лише про нематеріальні активи як складові його вартості, а й про нематеріальні чинники вартості,

які спричиняють зростання перших та вартості підприємства в цілому. В суспільстві знань провідним чинником зростання добробуту людей та зміцнення конкурентного становища підприємств стають саме знання, а не природні чи матеріальні ресурси. Всесвітньовідомий класик сучасного менеджменту П. Друкер з цього приводу зазначав, що знання стало ключовим економічним ресурсом і домінантою і, можливо, навіть єдиним джерелом конкурентної переваги[14]. Виходить, що джерелом успіху власників підприємства стає ресурс, яким вони не можуть володіти.

Аналізуючи дослідження нематеріальних чинників та нематеріальних активів в сучасній літературі, слід зазначити, що вони не розмежовуються. Невидимими, нематеріальними факторами вартості підприємства дослідники називають[15]: відносини зі споживачами; організацію бізнес-процесів; знання та досвід персоналу підприємства, імідж підприємства; споживчий капітал (система довгострокових довірчих та взаємовигідних відносин підприємства зі своїми клієнтами), організаційний капітал, репутаційний капітал. Також до складу нематеріальних чинників відносять ще й організаційну культуру, лояльність споживачів, інноваційну діяльність підприємства[16]. Елементами нематеріальних чинників вартості вважають і рівень корпоративного управління, прозорість та відкритість інформації, вплив на довкілля[17, с.212].

Критично аналізуючи підходи, визначимо, що нематеріальними складовими вартості підприємства є інтелектуальний капітал, організаційний капітал, споживчий капітал, суспільний капітал. Формують інтелектуальний капітал нематеріальні чинники, які характеризують персонал підприємства: стаж роботи на підприємстві; кваліфікація персоналу (рівень освіти, розряду); середній вік працівників; плинність персоналу; кількість раціоналізаторських пропозицій; кількість інновацій, запроваджених на підприємстві; кількість патентів та ін. Інтелектуальний капітал підприємства визначають знання професійно-виробничого та управлінського характеру.

Організаційний капітал формується під впливом таких нематеріальних чинників, як: темпи зменшення часу на виконання однієї технологічної операції; середня тривалість часу на прийняття управлінського рішення; стабільність постачання ресурсів; ритмічність виробництва; комп'ютеризація виробництва і т.ін.

Відносини зі споживачами як клієнтський капітал може бути описаний чинниками та вимірними показниками, які визначають цінність продуктів для споживача. До них відносяться частка ринку, індекс задоволення споживачів, рівень лояльності споживачів, частка приросту нових споживачів, темпи розвитку ринку, кількість втрачених споживачів тощо.

Суспільний репутаційний капітал формується брендом, рейтингом підприємства, оприлюдненням нефінансової звітності та іншими заходами, що розкривають соціально відповідальне ведення бізнесу.

Нематеріальні чинники, як і нематеріальні активи самі по собі не можуть створювати вартість підприємства. Визначення нематеріальних складових капіталу підприємства та чинників, що їх визначають, необхідно для інформаційного забезпечення процесу управління нематеріальними чинниками вартості, адже величина вартості підприємства цікавить багатьох і внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів.

Управління нематеріальними чинниками вартості являю собою процес розроблення рішень з виявлення, планування, формування та використання

нематеріальних чинників та їх впливу на нематеріальні активи процесі діяльності підприємства з метою збільшення вартості підприємства. Управління зростанням вартості підприємства на основі використання нематеріальних чинників може відбуватися в такій послідовності:

1) формування цілей зростання вартості підприємства та узгодження завдання зростання вартості підприємства з загальнокорпоративними цілями розвитку підприємства;

2) виявлення спектру нематеріальних чинників та визначення рівня їх розвитку, що сприятиме виявленню можливостей їх внеску в зростання ринкової вартості. При виявленні чинників впливу на підприємство важливо враховувати їх вплив не лише на підприємство, яке формує свою систему управління, а й виявляти вплив цих чинників на конкурентів, як це справедливо наголошується науковцями [18]. Доцільно згрупувати їх за змістом та проранжувати за ступенем доступності для використання;

3) узгодження взаємодії матеріальних (балансових) та нематеріальних чинників вартості та розроблення стратегії узгодженого застосування всіх чинників;

4) розроблення комплексу заходів щодо забезпечення розвитку нематеріальних чинників в потрібному руслі, що передбачає створення необхідного матеріального, фінансового, кадрового та інформаційного забезпечення використання можливостей всіх задіяних груп нематеріальних чинників;

5) впровадження розроблених заходів, які забезпечуватимуть зростання вартості компанії;

6) контролювання та корегування процесу розвитку нематеріальних чинників – найвідповідальніший етап, який передбачає нагляд за реалізацією стратегії, і у разі «збоїв», коригування попередніх етапів.

Управління впливом нематеріальних чинників з метою зростання вартості підприємства означає розвиток цих чинників в потрібному для підприємства напрямі і має циклічний характер, оскільки досягнення поставлених цілей потребує розроблення нових пріоритетних орієнтирів, до яких прямуватиме підприємство.

Для забезпечення розвитку інтелектуального капіталу, слід враховувати, що, такі його елементи, як патенти, ліцензії, авторське право тощо підприємства можуть придбати або створити власними силами за рахунок вкладення коштів за доволі короткий термін. Проте таким його елементам, як людські ресурси, потрібно приділяти значно більше уваги та часу, вкладати значні кошти, застосовувати успішний менеджмент, хоча не завжди витрачені зусилля дають бажаний результат. Їх розвиток передбачатиме впровадження системи матеріального та морального стимулювання, зниження небажаної плинності кадрів, оновлення кадрів, організацію процесів навчання та стимулювання самонавчання тощо. Як результат: зросте інтелектуальний актив організації у вигляді інтелектуальних здібностей, досвіду та компетенції працівників, володіння знаннями, та здатність генерувати ідеї.

Клієнтські та репутаційні елементи нематеріальних чинників передбачають впровадження системи маркетингової підтримки у вигляді реклами, участі у конференціях та ярмарках, вдосконалення процесу ціноутворення, створення сприятливого іміджу підприємства, налагодження взаємовідносин із споживачами, постачальниками, державними органами влади, контактними аудиторіями. Результат цих зусиль - відома торгова марка, бренд, імідж та репутація, надійний

контингент споживачів, взаємовідносини з контрагентами ринку, інтеграція з постачальниками, створення дочірніх підприємств тощо.

Висновок. Нематеріальні чинники вартості підприємства сприяють підвищенню результативності управління підприємством в сучасних умовах, адже зміни, які відбуваються в сучасному постіндустріальному суспільстві, здійснюють чи не найбільший вплив на вартість підприємства. Виокремлення цих чинників стимулює створення методики оцінювання їх впливу на вартість підприємства. Також важливо наголосити на важливості виокремлення нематеріальних чинників як особливого об'єкту управління.

Орієнтація на показник вартості підприємства з врахуванням впливу нематеріальних чинників потребує розвитку нового економічного мислення у керівників підприємства різного рівня управління, тому що, виконуючи свої посадові виробничі, маркетингові, збутові, постачальницькі обов'язки кожен керівник змушений визначати результати своєї діяльності, орієнтуючись на зростання вартості підприємства. При цьому важливо усвідомлювати, що зміна типу мислення керівників потребує часу для адаптування до нових інструментів планування.

Водночас уваги дослідників заслуговує також і проблема взаємовпливу матеріальних та нематеріальних чинників, які генерують вартість підприємства.

Література.

1. Торівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. Вип. 36 / Голов. ред. О.О. Шубін. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2013. – с. 32-41.
2. Мендрул О. Управління вартістю підприємств: [Текст] : [монографія] / О. Мендрул. –К.: КНЕУ, 2002. – 272 с.
3. Гринкевич С. Управління ринковою вартістю підприємства / С. Гринкевич, І. Ониськів // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.1. – С. 187-190.
4. Круш П.В. Оцінка бізнесу: навч. посібн. / П.В. Круш, С.В. Поліщук. – К.: Центр навч. літ-ри, 2004. – 264 с.
5. Маренков В. Концепция управления стоимостью. [Электронный ресурс] / В. Маренков, В. Демшин // Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/valman_concept.shtml.
6. Степанов Д.В. Интеллектуальный капитал, сбалансированная система показателей и экономическая добавленная стоимость в системе управления, нацеленной на создание стоимости. [Электронный ресурс]. / Д.В.Степанов.// Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_20/article_1428/
7. Казанцева С. А. Проблемы определения факторов, влияющих на формирование стоимости предприятия / С. А. Казанцева // Актуальные вопросы экономики и управления: междунар. заоч. науч. конф., 2011 апр., г. Москва. Т. 1: [материалы]. – М.: РИОР, 2011. – С. 183-188.
8. Данільян О.Г. Філософія: підручник/ О.Г.Данільян, В.М.Тараненко.-2-ге вид., допов. і переробл.— Х.:Право,2012.—312 с.
9. Edvinsson L. Malone M.S. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. New York, Harper Business, 1997, p.5.
10. Степанов Д.В.Интеллектуальный капитал, сбалансированная система показателей и экономическая добавленная стоимость в системе управления, нацеленной на создание стоимости. [Электронный ресурс] / Д.В.Степанов.// Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_20/article_1428/
11. Собко О. М. Інтелектуальний капітал підприємства: концептуалізація – функціонування – розвиток [текст]: монографія / О. М. Собко. – Тернопіль: Крок, 2014. – 360 с.

12. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 (МСБО 38). Нематеріальні активи. Стандарт, Міжнародний документ від 01.01.2012. [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_050).
13. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України: В 3 т.[текст]: монографія / За ред. акад. НАН України В.М.Гейця, акад. НАН України В.П.Семіноженка, чл.-корр. НАН України Б.Є Кваснюка. – К.: Фенікс, 2007- 539 с.
14. Друкер П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы / П.Друкер/ [Перевод]. – М.: БУК ЧЕМБЕР ИНТЕРНЕШНЛ, 1992. – 349 с.
15. Порожня В.М., Лось В.О. Моделювання економічної доданої вартості на підприємстві. / В.М.Порожня, В.О.Лось //Вісник Запорізького національного університету - № 1(3)- 2008 – С.107-114.
16. Корягін М. В. Фактори оцінки вартості підприємства та їх класифікація. / М.В.Корягін // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського - № 3 (55) '2012 – с.285-290.
17. Захаркін О. О. Фактори формування вартості в контексті вартісно-орієнтованого підходу управління підприємством / О.О.Захаркін // БІЗНЕС ІНФОРМ - N 7 – 2014 с.208-214 с.212.
18. Голишева Є. Діагностика споживчого капіталу промислових підприємств /Є.Голишева // Економічний аналіз. 2012 рік. Випуск 10. Частина 4. – с.55.

References

1. Torgivlya i rinok Ukraïni: temat. zb. nauk. pr. Vip. 36 / Golov. red. O.O. Shubin. – Donets'k : DonNUET, 2013. – s. 32-41.
2. Mendrul O. Upravlinnya vartistyu pidpriemstv: [Tekst] : [monografiya] / O. Mendrul. –K.: KNEU, 2002. – 272 s.
3. Grinkevich S. Upravlinnya rinkovoyu vartistyu pidpriemstva / S. Grinkevich, I. Onis'kiv // Naukoviy visnik NLTU Ukraïni. – 2010. – Vip. 20.1. – S. 187-190.
4. Krush P.V. Otsinka biznesu: navch. posibn. / P.V. Krush, S.V. Polishchuk. – K.:Tsentr navch. lit-ri, 2004. – 264 s.
5. Marenkov V. Kontseptsiya upravleniya stoimost'yu. [Elektronnyy resurs] / V. Marenkov, V. Demshin // Rezhim dostupa: http://www.cfin.ru/management/valman_concept.shtml.
6. Stepanov D.V. Intellektual'nyy kapital, sbalansirovannaya sistema pokazateley i ekonomicheskaya dobavlenneya stoimost' v sisteme upravleniya, natselennoy na sozdanie stoimosti. [Elektronnyy resurs]/ D.Stepanov.// Rezhim dostupa: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_20/article_1428/
7. Kazantseva S. A. Problemy opredeleniya faktorov, vliyayushchikh na formirovanie sto-imosti predpriyatiya / S. A. Kazantseva // Aktual'nye voprosy ekonomiki i upravleniya: mezhdunar. zaoch. nauch. konf., 2011 apr., g. Moskva. T. 1: [materialy]. – M.: RIOR, 2011. – S. 183-188.
8. Danil'yan O.G. Filosofiya: pidruchnik/ O.G.Danil'yan, V.M.Taranenko.-2-ge vid., dopov. i pererobl.— X.:Pravo,2012.—312 s.
9. Edvinsson L. Malone M.S. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. New York, Harper Business, 1997, p.5.
10. Stepanov D.V.Intellektual'nyy kapital, sbalansirovannaya sistema pokazateley i ekonomicheskaya dobavlenneya stoimost' v sisteme upravleniya, natselennoy na sozdanie stoimosti. [Elektronnyy resurs]/ D.V.Stepanov.// Rezhim dostupa: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_20/article_1428/
11. Sobko O. M. Intellektual'niy kapital pidpriemstva: kontseptualizatsiya – funktsionuvannya – rozvitok [tekst]: monografiya / O. M. Sobko. – Ternopil': Krok, 2014. – 360 s.
12. Mizhnarodniy standart bukhgalters'kogo obliku 38 (MSBO 38). Nematerial'ni aktivi. Standart, Mizhnarodniy dokument vid 01.01.2012. [Elektronnyy resurs] // Rezhim dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_050).

13. Strategichni vikliki KhKhl stolittya suspil'stvu ta ekonomitsi Ukraïni: V 3 t.[tekst]:monografiya / Za red. akad. NAN Ukraïni V.M.Geytsya, akad. NAN Ukraïni V.P.Seminozhenka, chl.-korr. NAN Ukraïni B.С Kvasnyuka. – K.: Feniks, 2007- 539 s.
14. Druker P. Rynok: kak vyyti v lidery. Praktika i printsipy / P.Druker/ [Perevod]. – M.: BUK ChEMBER INTERNEShNL, 1992. – 349 s.
15. Porokhnya V.M., Los' V.O. Modelyuvannya ekonomichnoï dodanoï vartosti na pidpriemstvi. / V.M.Porokhnya, V.O.Los' //Visnik Zaporiz'kogo natsional'nogo universitetu - № 1(3)- 2008 – S.107-114.
16. Koryagin M. V. Faktori otsinki vartosti pidpriemstva ta ikh klasifikatsiya. / M.V.Koryagin // Visnik Donets'kogo natsional'nogo universitetu ekonomiki i torgivli im. M. Tugan-Baranovs'kogo - № 3 (55) '2012 – s.285-290.
17. Zakharkin O. O. Faktori formuvannya vartosti v konteksti vartisno-orientovanogo pidkходу upravlinnya pidpriemstvom / O.O.Zakharkin // BIZNES INFORM - N 7 – 2014 s.208-214 s.212.
18. Golisheva Є. Diagnostika spozhivchogo kapitalu promislovikh pidpriemstv /Є.Golisheva // Ekonomichniy analiz. 2012 rik. Vipusk 10. Chastina 4. – s.55.

Татьяна Литвиненко, к.э.н., доцент
КНУ имени Тараса Шевченко

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматривается влияние на стоимость предприятия нематериальных факторов. В условиях современной экономики рыночная стоимость предприятий все больше зависит от не столько от материальных активов, сколько от нематериальных факторов. Показано, что определить часть стоимости, генерируемой как материальными активами так и нематериальными факторами сложно, часто это может быть выявлено в процессе продажи предприятия. Проведен критический анализ таких форм капитала, как человеческий, организационный, клиентский, общественный. Предложено выделять небалансовые факторы стоимости, идентифицировать конкретные показатели, влияющие на формирование активов предприятия. Рассмотрен подход к управлению процессом влияния нематериальных факторов на стоимость предприятия.

Ключевые слова: стоимость предприятия, нематериальные активы, организационный капитал, клиентский капитал.

Tetyana Lytvynenko, PhD in Economics, Associate Professor
Taras Shevchenko Kyiv National University

INTANGIBLE FACTORS FORMATION ENTERPRISE VALUE

The article examines the impact on the enterprise value of intangible factors. In today's economy, the market value of enterprises increasingly depends not so much on tangible assets, but on intangible factors. It is shown that to determine the portion of the value generated as the tangible assets and intangible factors is difficult, often it can be found in the process of selling the company. Critical analysis of forms of capital such as human, organizational, client. It is proposed to allocate unbalanced cost factors, to identify specific indicators affecting the formation of enterprise assets. An approach to the management of the impact of the process of intangible factors on the value of the company.

Keywords: enterprise value, intangible assets, organizational capital, customer equity.

УДК 330.342.24
JEL M12, M14, M19

Дьякон В., доцент,

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье исследованы вопросы построения системы управления интеллектуальным капиталом предприятия. Определены основные аспекты управления интеллектуальным капиталом в рамках 3 подсистем (подсистемы управления человеческим капиталом, подсистемы управления структурным капиталом и подсистемы управления рыночным капиталом). Охарактеризованы проблемы латвийских предприятий в сфере управления интеллектуальным капиталом и предложены пути их решения.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, человеческий капитал, система управления, предприятие, «новая экономика»

Постановка проблемы. Эффективное управление интеллектуальным капиталом предприятия не возможно без построения действенной системы управления, в основу функционирования которой положены прогрессивные, научно обоснованные принципы и подходы. Деятельность системы управления интеллектуальным капиталом предприятия должна быть направлена на повышение его конкурентоспособности, максимизацию ценности интеллектуального капитала и организации в целом, формирование условий для непрерывного развития.

Анализ последних публикаций. Вопросы управления интеллектуальным капиталом предприятия и его оценки рассматриваются в работах многих зарубежных и отечественных ученых – Базилевича В.Д., Гришновой Е.А., Зинова В.Г., Злотникова И., Лева Б., Леонтьева Б.Б., Сергеева А.Л., Стюарта Т., Тобина Дж., Чухна А.А., Эдвинсона Л. и др.

Нерешенные части проблемы. Не смотря на то, что проблемы управления интеллектуальным капиталом на микроуровне изучены и детально представлены в научных работах, эффективной системы управления интеллектуальным капиталом предприятия, отвечающей всем требованиям современного информационного общества, позволяющей адекватно предупреждать все угрозы и в полной мере реализовывать все возможности, возникающие в условиях «новой экономики», разработано не было.

Результаты исследования. В современных условиях латвийские предприятия сталкиваются со множеством проблем, являющихся последствиями интеграции в единое экономическое пространство Европейского союза. Массовый отток наиболее креативного и обладающего конкурентоспособными знаниями и навыками персонала в страны ЕС в более высоком уровне дохода, обусловил значительное уменьшение национального интеллектуального капитала, снижение инвестиций в НИОКР, нарастание кризисных явлений в наукоемких сферах производства.

Дальнейшая интеллектуализация трудовой деятельности в условиях «новой экономики» усиливает необходимость эффективного управления интеллектуальным капиталом. Следует отметить, что по результатам опроса, проведенного в октябре-ноябре 2015 г. ведущим интернет-предприятием по отбору персонала CV-Online в странах Балтии [8], с учетом ситуации на рынке труда, конкуренции и недостатка ответственного, соответствующего требованиям работодателей персонала, «борьба за

таланты» станет еще более жесткой, чем в прошедшие годы. Более трети работодателей в Прибалтике планируют повысить зарплаты, чтобы удержать уже имеющихся сотрудников и создать привлекательные условия для потенциальных. Увеличить зарплаты планируют 40% работодателей Латвии, что на 4% больше чем в 2014 г. Чаще всего это решение работодатели обосновывают тем, что хотят мотивировать своих работников и впредь работать на данном предприятии.

На латвийских предприятиях наблюдается достаточно противоречивая ситуация в вопросах использования интеллектуального капитала (табл. 1).

Таблица 1

Соотношение рыночной стоимости и величины активов крупнейших компаний Латвии [7]

Название компании, отрасль	Активы, млн. евро	Капитализированная стоимость, млн. евро	Превышение капитализированной стоимости над активами	Доля интеллектуального капитала в капитализированной стоимости компании
Latvijas Gāze, энергетика	170,4	368,9	+ 198,4	53,8
Ventspils nafta, транспортировка нефтепродуктов	438,3	267,5	- 170,8	-
Latvijas kuģniecība, морской транспорт	343,9	133,7	- 210,2	-
SAF – tehnika, телекоммуникации	8,6	65,3	+ 56,7	86,8

Примечание. Капитализированная стоимость компании рассчитана как суммарная стоимость всех акций компании, находящихся в обороте.

Не смотря на то, что компании, представленные в табл. 1, являются одними из крупнейших в Латвии, их акции котируются на Рижской фондовой бирже, только у половины из них капитализированная стоимость превышает стоимость активов.

Существующие проблемные аспекты в сфере управления интеллектуальным капиталом на латвийских предприятиях, а также необходимость поиска путей повышения эффективности его использования обуславливают целесообразность построения системы управления интеллектуальным капиталом. Объектом управления данной системы является интеллектуальный капитал предприятия, субъектом управления – менеджмент предприятия, HR-департамент, отдел по вопросам интеллектуальной собственности, департамент экономической безопасности.

Целью создания системы управления интеллектуальным капиталом является перевод управления информацией и знаниями в правовую и экономическую плоскость. При этом обеспечивается [2]:

- максимально эффективное использование информации и знаний в хозяйственной деятельности организации;
- повышение рыночной стоимости фирмы;

- закрепление юридических прав на объекты интеллектуальной собственности за их авторами;
- использование интеллектуального капитала работников организации и на основе этого построение системы материального и нематериального стимулирования;
- создание системы охраны объектов интеллектуальной собственности;
- создание системы оценки и учета интеллектуального капитала работников, подразделений и организации в целом.

Разработанная нами система управления интеллектуальным капиталом предприятия объединяет такие подсистемы (рис. 1):

- 1) подсистема управления человеческим капиталом;

В рамках данной подсистемы реализуются такие функции:

- повышение уровня образования, квалификации персонала предприятия;

Развитие персонала, формирование ключевых профессиональных компетенций и получение дополнительного образования, способствующего профессиональному развитию являются важнейшими условиями непрерывного процесса человеческого развития. Именно человеческий капитал в условиях информационной экономики имеет определяющее значение в обеспечении конкурентоспособности предприятий, способствует увеличению стоимости предприятия.

- формирование необходимых профессиональных знаний;

Процесс формирования необходимых профессиональных знаний может осуществляться на предприятии как своими силами, так и с использованием услуг внешних консультантов. Каждый из вариантов имеет свои преимущества и недостатки; поэтому выбор подходов к формированию данных знаний осуществляется в зависимости от значительного числа факторов, таких как финансовое состояние предприятия, вид деятельности, стоимость консалтинговых услуг и др.

- построение эффективной, ориентированной на результат корпоративной культуры;

В системе управления интеллектуальным капиталом предприятия корпоративная культура имеет особую роль – она является своеобразным «связующим звеном» между отдельными подразделениями предприятия, элементом, способствующим сохранению и передаче корпоративных ценностей, правил, норм. Именно эффективная корпоративная культура способствует: утверждению ценностей персонала, в системе которых важное значение имеет ориентированность на создание инноваций, поиск креативных решений, новых подходов к выполнению различных производственных задач; формированию навыков командной работы, лояльности персонала к ценностям организации; повышению роли нематериальной мотивации для персонала, его причастности к общему результату.

- привлечение уникальных специалистов;

Эффективное формирование интеллектуального капитала предприятия возможно только при условии привлечения уникальных специалистов, способных к принятию инновационных, креативных решений. Важную роль в данном вопросе имеет система мотивации предприятия, которая должна учитывать все потребности всех групп

персонала, обеспечивая при этом максимизацию прибыли предприятия в краткосрочном и долгосрочном периоде.

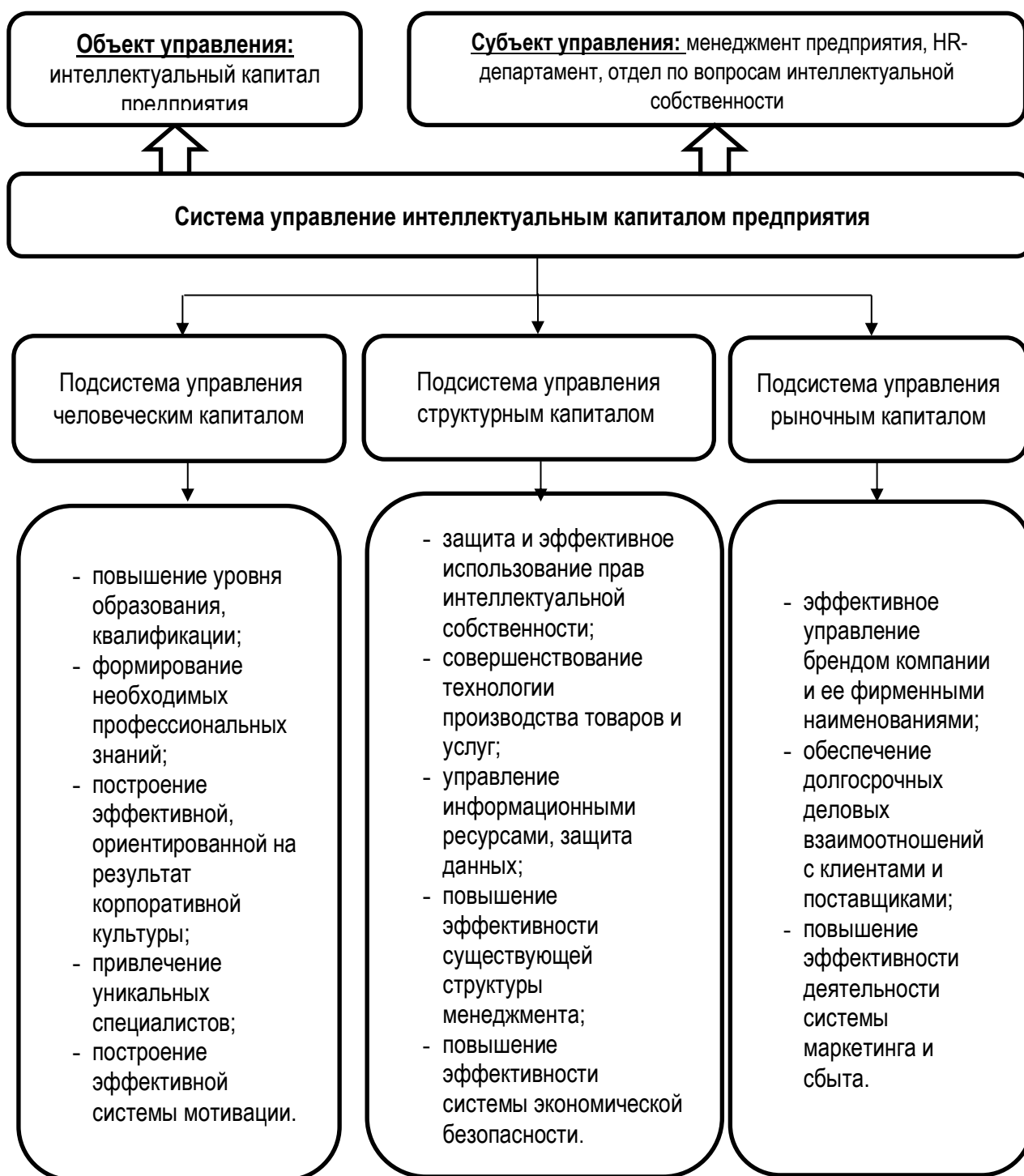


Рис. 1. Система управление интеллектуальным капиталом предприятия

* Разработано автором.

- построение эффективной системы мотивации.

Мотивация является одной из важнейших функций управления персоналом. В системе управления интеллектуальным капиталом предприятия ее реализация

обеспечивает повышение производительности труда персонала, конкурентоспособности его навыков и способствует продуктивному использованию человеческого капитала.

2) подсистема управления структурным капиталом;

В рамках данной подсистемы реализуются такие функции:

- защита и эффективное использование прав интеллектуальной собственности;

В системе нематериальных активов права интеллектуальной собственности имеют очень высокую ценность, а в отдельных отраслях – решающее значение для эффективной деятельности предприятия. Защита интеллектуальной собственности является приоритетной задачей в условиях «новой экономики», в которой интеллектуальный капитал предприятия становится его главной ценностью, уникальным активом.

Мировой опыт подтверждает, что эффективный механизм охраны прав интеллектуальной собственности является важным элементом экономической политики, направленной на стимулирование и развитие научных исследований, внедрения инноваций и ускорения научно-технического прогресса; способствует привлечению инвестиций в инновационные проекты, росту занятости, повышению экономического благосостояния населения той или иной страны; стимулирует развитие международной торговли, играет важную роль в повышении конкурентоспособности национальных экономик в глобальной рыночной среде; превращается в глобальную проблему, связанную с экономической безопасностью отдельных государств, требует стратегических подходов к ее решению на наднациональном уровне [1].

- совершенствование технологии производства товаров и услуг;

В условиях высококонкурентного рынка, именно выпуск новых товаров обеспечивает лояльность потребителей к продукции предприятия. Без совершенствования технологии производства товаров и услуг, развитие на существующем рынке и поиск новых рынков является практически невозможным. Поэтому данная сфера требует значительных инвестиций, но прежде всего необходим персонал, способный осуществлять инновационные разработки.

- управление информационными ресурсами, защита данных;

Надежную защиту информации обеспечивают современные информационные системы, кроме того усилия HR и IT-департамента должны быть направлены на повышение лояльности персонала, своевременный поиск и нейтрализацию внутренних и внешних угроз.

- повышение эффективности существующей структуры менеджмента;

Поиск новых методов принятия управленческих решений, адаптация существующей системы управления предприятием к изменяющимся условиям должна осуществляться постоянно. Для этого необходим мониторинг бизнес-среды, в которой предприятие осуществляет свою деятельность и проведение своевременных организационных изменений.

- повышение эффективности системы экономической безопасности.

Система экономической безопасности должна способствовать предупреждению угроз деятельности предприятия, обеспечивать защиту информации и всех активов предприятия, в том числе его наивысшего актива – интеллектуального капитала по всем его составляющим.

Основными направлениями обеспечения экономической безопасности субъекта хозяйствования являются [5]: защита материальных и финансовых ресурсов; физическая защита персонала и эффективное его управление; защита интеллектуальной собственности; защита информационных ресурсов.

Результатами развития структурного капитала могут быть экономия времени на выполнение одной и той же работы, мгновенное подключение специалистов и базы знаний предприятия к решению проблем в любом месте и любой отрасли, повышения эффективности управления знаниями, автоматизация различных областей деятельности предприятий, организация эффективного взаимодействия между всеми участниками производственного процесса. Для повышения эффективности использования и развития структурного капитала необходимо формирование такой организационной структуры, которая была бы ориентирована на интенсивный обмен знаниями внутри компании [6, с. 114].

3) подсистема управления рыночным капиталом.

В рамках данной подсистемы реализуются такие функции:

- эффективное управление брендом компании и ее фирменными наименованиями;

Исходя из того, что стоимость бренда в некоторых случаях превышает стоимость остальных активов компании, управление брендом компании является важной функцией системы управления интеллектуальным капиталом. Управление брендом должно способствовать возрастанию его стоимости и конкурентоспособности компании в целом; параллельно также осуществляется управление фирменными наименованиями, которое интегрировано в общую стратегию компании.

- обеспечение долгосрочных деловых взаимоотношений с клиентами и поставщиками;

В условиях высококонкурентного рынка, именно долгосрочные деловые взаимоотношения с клиентами та поставщиками обеспечивают стабильную работу компании, являются залогом ее успеха в долгосрочном периоде. Поддержание и укрепление данных отношений должно быть одной из приоритетных задач предприятия и осуществляться систематически.

- повышение эффективности деятельности системы маркетинга и сбыта.

Рост экономических показателей деятельности предприятия невозможен без повышения эффективности деятельности системы маркетинга и сбыта, которое обеспечивается не только за счет наличия долгосрочных деловых взаимоотношений с клиентами, но главным образом благодаря наличию уникальных специалистов в сфере маркетинга и продаж.

Формирование и развитие рыночного капитала прежде всего связано с развитием капитала отношений, которое предусматривает прежде всего создание эффективной системы коммуникаций с клиентами, поставщиками и партнерами для укрепления отношений с ними и привлечения новых постоянных клиентов. Одним из основных инструментов развития клиентского капитала является совершенствование базы данных о клиентах и потребителях, их предпочтениях, что выступает одним из факторов конкурентоспособности компании. Формирующийся таким образом капитал отношений компании способствует повышению качества обслуживания потребителей. В рамках развития клиентского капитала возможно создание альянсов с конкурентами и потребителями. При этом клиентский капитал увеличивается за счет получения

информации о конкурентах или потребителях, о способах организации их бизнеса, неявных знаниях персонала [6, с. 118].

Выводы. Предложенная система управления интеллектуальным капиталом будет способствовать повышению эффективности деятельности предприятия, увеличению стоимости его активов, обеспечению непрерывного человеческого развития персонала, активизации инновационной деятельности и увеличению числа инновационных разработок. Деятельность каждой из подсистем управления интеллектуальным капиталом должна способствовать достижению общих целей системы, эффективному формированию, использованию и сохранению интеллектуального капитала в долгосрочном периоде.

Литература.

1. Базилевич В.Д. Интелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку: моногр. / В.Д. Базилевич, В.В. Ільїн. – К.: Знання, 2008. – 687 с.
2. Блинов А.О., Дресвянников В.А. Управленческое консультирование. Учебник для магистров. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. — 212 с.
3. Грішнова О.А. Людський, інтелектуальний і соціальний капітал України: сутність, взаємозв'язок, оцінка, напрями розвитку / О.А. Грішнова // Соціально-трудові відносини: теорія та практика . – 2014. – № 1. – С. 34-40.
4. Грішнова О., Козловський А. Інтелектуальний капітал України: інтегральна оцінка й порівняльний аналіз / Грішнова О., Козловський А. // Україна: аспекти праці. - № 1. – 2014. – С. 3-8.
5. Иванов С.А., Мартышевская А.В. Система экономической безопасности организации: структура и основные функциональные направления обеспечения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vestnik.igps.ru/wp-content/uploads/V2/14.pdf>
6. Интеллектуальный капитал и инновационное развитие региона: монография / И.Б. Тесленко [и др.]; Владим. гос. ун-т им. А.Г. и Н.Г. Столетовых; Финансовый ун-т при Правительстве РФ. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2014. – 192 с.
7. Николаев А. Эффективность использования человеческого капитала в «старых» и «новых» странах ЕС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://balticforum.org/files_uploads/files/nikolaevresearch_rus.pdf
8. Петров В. В 2016 году прогнозируется рост числа рабочих мест и зарплат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://baltnews.lv/riga_news/20151201/1015070238.html

References.

1. Bazylevych V.D. Intelektual'na vlasnist': kreatyvy metafizychnoho poshuku: monohr. / V.D. Bazylevych, V.V. Il'yin. – K.: Znannya, 2008. – 687 s.
2. Blinov A.O., Dresvjannikov V.A. Upravlencheskoe konsul'tirovanie. Uchebnik dlja magistrrov. — M.: Izdatel'sko-torgovaja korporacija «Dashkov i K», 2013. — 212 s.
3. Grishnova O.A. Lyuds'kyy, intelektual'nyy i sotsial'nyy kapital Ukrayiny: sutnist', vzayemozv'yazok, otsinka, napryamy rozvytku / O.A. Grishnova // Sotsial'no-trudovi vidnosyny: teoriya ta praktyka . – 2014. – # 1. – S. 34-40.
4. Grishnova O., Kozlovs'kyy A. Intelektual'nyy kapital Ukrayiny: intehral'na otsinka y porivnyal'nyy analiz / Grishnova O., Kozlovs'kyy A. // Ukrayina: aspekty pratsi. - # 1. – 2014. – S. 3-8.
5. Ivanov S.A., Martyishevskaya A.V. Sistema ekonomicheskoy bezopasnosti organizatsii: struktura i osnovnyie funktsionalnyie napravleniya obespecheniya [Elektronnyiy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://vestnik.igps.ru/wp-content/uploads/V2/14.pdf>
6. Intellectual'nyj kapital i innovacionnoe razvitie regiona: monografija / I.B. Teslenko [i dr.]; Vladim. gos. un-t im. A.G. i N.G. Stoletovyh; Finansovyy un-t pri Pravitel'stve RF. – Vladimir: Izd-vo VIGU, 2014. – 192 s.

7. Nikolaev A. Jefferktivnost' ispol'zovanija chelovecheskogo kapitala v «staryh» i «novyh» stranah ES [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://balticforum.org/files_uploads/files/nikolaevresearch_rus.pdf
8. Petrov V. V 2016 godu prognoziyuetsya rost chisla rabochih mest i zarplat [Elektronnyiy resurs]. – Rezhim dostupa: http://baltnews.lv/riga_news/20151201/1015070238.html

Диякон В., доцент,
Інститут менеджменту інформаційних систем
(ISMA), Латвія, м. Рига

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджені питання побудови системи управління інтелектуальним капіталом підприємства. Визначено основні аспекти управління інтелектуальним капіталом в рамках 3 підсистем (підсистеми управління людським капіталом, підсистеми управління структурним капіталом і підсистеми управління ринковим капіталом). Охарактеризовано проблеми латвійських підприємств у сфері управління інтелектуальним капіталом та запропоновано шляхи їх вирішення.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, людський капітал, система управління, підприємство, «нова економіка»

V. Dyakon, associate professor,
Information Systems Management Institute
(ISMA), Latvia, Riga

MANAGEMENT SYSTEM OF THE INTELLECTUAL CAPITAL OF ENTERPRISE

The issue of building of the management system of the intellectual capital of enterprise are explored in the article. The main aspects of intellectual capital within three subsystems (subsystem of the human capital management, structural capital management subsystem and management subsystem of market capitalization). The characteristic problems of Latvian companies in the field of intellectual capital and proposed solutions are presented.

Keywords: intellectual capital, human capital, management system, company, "new economy"

УДК 330.131.7
JEL D 81

Бойко І. А., к.е.н., доцент,
Національний університет харчових технологій

СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ

Досліджені підходи науковців до визначення фінансового ризику. Визначені основні класифікаційні ознаки та види фінансових ризиків. Розроблена класифікація фінансових ризиків дозволить побудувати ефективну систему управління ризиками на підприємстві і застосовувати ефективні механізми нейтралізації ризиків.

Ключові слова: ризик; фінансовий ризик; класифікація.

Постановка проблеми. Діяльність будь-якого підприємства пов'язана із вибором і прийняттям рішень за умов неповної інформації і невизначеності. Джерела невизначеності можуть бути різними: нестабільність економічної, політичної, соціальної ситуації, непередбаченість поведінки партнерів, випадкові фактори, виникнення яких передбачити неможливо. Передбачення та зменшення негативних наслідків невизначеності очікувань становить суть управління ризиком.

В сучасних кризових умовах господарювання особливої уваги набуває управління фінансовим ризиком. Фінансові ризики займають особливе місце у загальному портфелі ризиків підприємства, оскільки є важливою частиною господарських ризиків і впливають на різноманітні аспекти фінансово-господарської діяльності підприємства. Для ефективної діяльності підприємств важливим моментом є дослідження сутності фінансових ризиків та їх видів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями сутності ризику, зокрема фінансового ризику, займалися численні вітчизняні та зарубіжні вчені, такі як І.Т. Балабанов, К.В. Балдін, С.М. Воробйов, І.А. Бланк, Є.І. Бородіна, И.Н. Дулова, В.Ж. Дубровский, Е.А. Кузьмин, А.Б. Камінський, О.С. Шапкін, В.О. Шапкін та ін.

Метою статті є дослідження сутності фінансового ризику та визначення його класифікації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як економічна категорія ризик означає ймовірність виникнення непередбачуваних втрат (зменшення або повна втрата прибутку, недоотримання запланованих доходів, виникнення непередбачуваних витрат тощо) в ситуації невизначеності умов фінансово-господарської діяльності [8].

Щодо визначення фінансового ризику, то існує багато підходів, основні з них представлені нижче (табл. 1).

Науковці по-різному підходять до класифікації фінансових ризиків. Найбільш широко застосовується класифікацію фінансових ризиків, запропоновану Балабановим І.Т. Згідно цієї класифікації фінансові ризики поділяються на дві основні групи [1]:

- ризики, пов'язані з купівельною спроможністю грошей;
- інвестиційні ризики.

При цьому ризики, пов'язані з купівельною спроможністю грошей в свою чергу поділяються на інфляційні ризики (ризики знецінення реальної купівельної спроможності грошей, внаслідок чого підприємець несе істотні збитки), дефляційні ризики (ризик падіння рівня цін і зниження доходів); валютні ризики (ризики зміни

валютних курсів), ризик ліквідності (ризик втрат при операціях з цінними паперами або іншими активами, якість яких може змінитися і внаслідок чого знизиться можливість їх реалізації в кінцевий проміжок часу).

Таблиця 1

Основні підходи до визначення поняття «фінансовий ризик»

Автор	Визначення
Балабанов І.Т.	ризик, пов'язаний із ймовірністю втрат фінансових ресурсів (грошових коштів)
Балдін К.В., Воробйов С.М.	це збиток, який підприємець чи фінансовий посередник (банк, пенсійний фонд, страхова компанія) може понести, здійснюючи операції на валютному ринку, ринку цінних паперів та ринку страхових послуг.
Бланк І.А.	результат вибору власниками чи менеджерами підприємства альтернативного фінансового рішення, направлено на досягнення очікуваного цільового результату фінансової діяльності при ймовірності понесення економічних збитків (фінансових втрат) в силу невизначеності умов його реалізації
Бородіна Є.І.	ризик, який пов'язаний з недоотриманням певного доходу при фінансових угодах з банками та іншими фінансовими організаціям
Дулова І. Н., Дубровский В. Ж., Кузьмин Е. А.	фінансові ризики визначаються як ризики, що виникають у зв'язку з рухом фінансових потоків в умовах невизначеності, наслідки яких можуть бути представлені в грошовому вираженні.
Камінський А.Б.	фінансовий ризик характеризується ступенем або мірою відхилення фінансових результатів від сподіваних значень (як правило, в негативний бік) та проявляється у наявних чи потенційних збитках фінансових ресурсів
Шапкін О.С., Шапкін В.О.	фінансовий ризик виникає у зв'язку з неможливістю виконання фірмою своїх фінансових зобов'язань, їх причинами є зміна купівельної спроможності грошей, нездійснення платежів, зміна валютних курсів тощо.

Джерело: узагальнено автором за [1, 2, 3, 4, 5, 7, 9]

Інвестиційні ризики містять у собі такі підвиди: ризик втраченої вигоди (ризик фінансового збитку в результаті нездійснення певного фінансового заходу); ризик зниження прибутковості (ризик зменшення розміру відсотків і дивідендів за портфельними інвестиціями); ризик прямих фінансових втрат.

Слід відмітити, що Коваленко Л.О. та Ремньова Л.М. пропонують дещо іншу класифікацію фінансових ризиків. У відповідності з їх роботами до числа основних фінансових ризиків відносять [8]:

- ризик зменшення фінансової стійкості;
- ризик неплатоспроможності;
- інфляційний ризик;
- процентний ризик;
- інвестиційний ризик;
- депозитний ризик;
- кредитний ризик;
- валютний ризик.

Ризик зменшення фінансової стійкості – це ризик, зумовлений нераціональною структурою капіталу підприємства, завищеною часткою позикових коштів, що в умовах падіння попиту на продукцію і зниження рентабельності діяльності може призвести до

фінансової кризи і навіть банкрутства. Цей ризик є найнебезпечнішим з погляду можливих руйнівних наслідків для власників капіталу.

Ризик неплатоспроможності – це імовірність того, що підприємство через недостатній обсяг ліквідних активів не зможе розрахуватися в строк зі своїми кредиторами. Цей ризик не менш небезпечний, оскільки у випадку, коли технічна неплатоспроможність є не епізодичною, а постійною, підприємство може швидко втратити свою фінансову стійкість.

Інфляційний ризик – це ризик зменшення реальної вартості капіталу у формі грошових активів, а також знецінення доходів і прибутків у зв'язку зі зростанням рівня інфляції.

Процентний ризик – це імовірність втрат через зміни процентної ставки (кредитної та депозитної) на фінансовому ринку.

Інвестиційний ризик – це імовірність збільшення витрат, зменшення доходів і прибутків від інвестиційної діяльності, а також можливість втрати всього інвестованого капіталу. Залежно від форм інвестування розрізняють ризики реального і фінансового інвестування. Ризики реального інвестування пов'язані з: невдалим вибором місця інвестиційного об'єкта; перебоями у процесі доставки будівельних матеріалів, обладнання, сировини; значним підвищенням цін на будівельно-монтажні роботи, будівельні матеріали, обладнання, сировину; невдалим вибором підрядчика і та ін. Ризики фінансового інвестування пов'язані з: невдалим вибором фінансових інструментів для інвестування; фінансовими ускладненнями або банкрутством емітентів; змінами умов інвестування; прямим обманом інвесторів і та ін.

Депозитний ризик є однією з різновидностей ризику фінансового інвестування і є імовірністю неповернення депозитних вкладів при невдалому виборі комерційного банку для здійснення депозитних операцій.

Кредитний ризик виникає у підприємства у випадку надання покупцям комерційного (товарного) кредиту та існування загрози його повного або часткового неповернення.

Валютний ризик характерний для зовнішньоекономічної діяльності підприємств і має дві основні форми: ризик вибору валюти і зміни її курсу. Ризик вибору валюти виникає у випадку, коли починає зменшуватися реальна вартість обраної для розрахунків твердої валюти у зв'язку з інфляцією в країні її обігу. Ризик коливання курсу валюти зумовлений постійною зміною кон'юнктури валютного ринку й означає імовірність виникнення фінансових втрат у експортерів при зменшенні курсу і, навпаки, імовірність фінансових втрат у імпортерів - при його підвищенні.

Розширена класифікація фінансових ризиків надається Жихором О.Б. [6]. Зокрема всі фінансові ризики поділяються на внутрішні та зовнішні.

Внутрішні фінансові ризики – це ризики, які виникають у процесі господарської діяльності і які впливають на основні фінансові показники діяльності підприємства. Зовнішні фінансові ризики – це ризики, які залежать загалом від ситуації в країні, тобто від рівня інфляції, від відсоткових ставок та від податкових ставок.

Внутрішні фінансові ризики включають операційні, інвестиційні та інші фінансові ризики, які можуть виникати в процесі фінансово-господарської діяльності. В свою чергу, до операційних ризиків відносять: ризик ліквідності, оборотності, прибутковості, фінансової сталості [6].

Ризик ліквідності – це різновид операційних ризиків який залежить від наявної кількості активів, які є в розпорядженні підприємства. Ризик оборотності – це ризик, який залежить від швидкості обертання фінансових активів. Ризик прибутковості – це вид ризику, який залежить від рівня прибутку, одержаного підприємством. Ризик фінансової сталості – це ризик, який виникає внаслідок порушення рівноваги та стабільності фінансово розвитку підприємства.

До інвестиційних ризиків входять: портфельні, індивідуальні, капітальні, дивідендні, портфельні, тимчасові, селективні. Портфельний ризик – це ризик, пов'язаний із здійсненням деяких видів фінансової діяльності підприємства. Індивідуальний ризик – це ризик, який пов'язаний із специфікою діяльності підприємства. Капітальний ризик – це ризик того, що інвестор не зможе визволити інвестиційні ресурси, нічого не втративши. Тимчасовий ризик – ризик, пов'язаний з інвестуванням певних ресурсів не у відповідний час, який призведе до неминучих збитків. Селективний ризик – це ризик, пов'язаний з неправильним вибором об'єкта інвестування, який, порівняно з іншими, є збитковим.

До інших фінансових ризиків, які можуть виникати в процесі фінансово-господарської діяльності, відносять: емісійні, структурні та ризики невикористаних можливостей. Емісійний ризик виникає внаслідок відсутності попиту або його підвищення на цінні папери, емісія яких здійснюється на підприємстві. Структурний ризик виникає через невдалий вибір структури капіталу. Ризик невикористаних можливостей пов'язаний з бездіяльністю підприємства, яка може призвести до втрати можливого доходу.

До зовнішніх фінансових ризиків належать державні, інфляційні, валютні, дефляційні, депозитні, податкові, ринкові, відсоткові. Відсоткові ризики пов'язані з фінансовими втратами внаслідок зміни відсоткових ставок на ринку ресурсів, капіталу. Державний фінансовий ризик виникає із вкладенням фінансових ресурсів у державні підприємства з хитким становищем на ринку. Ризик законодавчих змін виникає через непередбачувані зміни в законодавчій базі країни. Інфляційні ризики пов'язані із знеціненням національної валюти. Валютні фінансові ризики виникають внаслідок зміни курсів іноземних валют. Депозитні ризики пов'язані із загрозою не повернення депозитних вкладів та не погашення депозитних сертифікатів. Податкові ризики виникають внаслідок неправильного адміністрування та збирання податків та зборів державними, а також не прогнозованої зміни податкових ставок. Ринкові ризики пов'язані із зміною кон'юнктури всього фінансового ринку під впливом макроекономічних чинників.

На нашу думку, депозитні ризики доцільно віднести не до зовнішніх, а до внутрішніх ризиків, оскільки прийняття рішення щодо розміщення вкладів на депозит у банківській установі здійснює суб'єкт підприємницької діяльності. Відповідно уникнути депозитного ризику можливо при відмові розміщення депозитного вкладу, або при обранні надійної фінансової установи.

Розглянувши підходи науковців до класифікації фінансових ризиків, пропонуємо фінансові ризики поділяти перш за все на внутрішні і зовнішні, оскільки підходи до їх ідентифікації і управління будуть різнитися. Розглянемо класифікацію внутрішніх фінансових ризиків (табл. 2).

Таблиця 2

Класифікація внутрішніх фінансових ризиків

Різновид ризику	Сутність	Причини виникнення ризиків
Ризик зміни фінансового стану		
Ризик втрати фінансової стійкості	Ризик зменшення фінансової стійкості характеризує ймовірність виникнення фінансових втрат через неефективну структуру капіталу, що призводить до розбалансованості грошових потоків, виникнення фінансової кризи і навіть банкрутства.	Нераціональна структура капіталу підприємства, висока частка позикових коштів
Ризик зниження ліквідності (ризик неплатоспроможності)	Ризик зниження ліквідності характеризує ймовірність того, що підприємство через недостатній обсяг ліквідних активів не зможе розрахуватися в строк зі своїми кредиторами.	Нераціональна структура активів підприємства
Ризик зниження прибутковості	Ризик зниження прибутковості характеризує ймовірність зниження рівня прибутку, одержаного підприємством, що може негативно позначитись на рентабельності продаж, власного капіталу, активів тощо.	Несприятлива кон'юнктура товарного ринку (зниження обсягів реалізації продукції); підвищення цін на матеріальні та трудові ресурси; нераціональне використання ресурсів підприємства
Ризик зниження оборотності	Ризик зниження оборотності залежить від ділової активності підприємства і швидкості обертання його активів.	Надмірний обсягів сформованих оборотних активів (запасів сировини, продукції тощо); застосування ліберальної кредитної політики
Інвестиційні ризики		
Ризик реального інвестування	Ризик реального інвестування характеризує ймовірність збільшення витрат, зменшення доходів і прибутків від вкладення в реальні інвестиції..	Невдалий вибір місця інвестиційного об'єкта; перебої у процесі доставки необхідних ресурсів; значне підвищення цін на будівельно-монтажні роботи, будівельні матеріали, обладнання, сировину; невдалий вибір підрядчика
Ризик фінансового інвестування	Ризик фінансового інвестування характеризують ймовірність збільшення витрат, зменшення доходів і прибутків від інвестування у фінансові активи, а також можливість втрати всього інвестованого капіталу.	Невдалий вибір фінансових інструментів для інвестування; фінансові ускладнення або банкрутство емітентів; зміни умов інвестування; прямий обман інвесторів.
	Депозитний ризик як різновид ризику фінансового інвестування характеризує ймовірність неповернення депозитних вкладів	Невдалий вибір комерційного банку для здійснення депозитних операцій; фінансова криза.
Кредитний ризик	Кредитний ризик пов'язаний з інвестуванням коштів у дебіторську заборгованість, тобто виникає у підприємства у випадку надання покупцям	Розширення кола дебіторів за рахунок груп підвищеного ризику; зростання обсягів надання товарного кредиту; зростання

	комерційного (товарного) кредиту та характеризує ймовірність його повного або часткового неповернення.	термінів надання товарного кредиту
Ризик втраченої вигоди	Ризик втраченої вигоди характеризує ймовірність виникнення фінансового збитку в результаті нездійснення певного фінансового заходу чи неприйняття певного фінансового рішення	Відсутність страхування хеджування

Джерело: складено автором на основі [1, 6, 8]

Щодо класифікації зовнішніх ризиків, які в більшості залежать від економічної ситуації в країні, доречно частково використати класифікацію О.Б. Жихора, М.О. Штехана. Зокрема, слід виділити інфляційний ризик, дефляційний ризик, валютний ризик, податковий ризик та процентний ризик.

Висновки. Зазначена класифікація дозволить вірно ідентифікувати ризики, що в подальшому дозволить ефективно ними управляти. Визначення причин виникнення ризиків дасть змогу найбільш ефективним чином застосувати внутрішні механізми нейтралізації фінансових ризиків. Однак, крім класифікації фінансових ризиків велике значення має вибір методів їх оцінки, яка проводиться з метою визначення ймовірності та розміру втрат, що характеризують величину (або ступінь) ризику.

Література.

1. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 192 с.
2. Балдин К.В. Управление рисками: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / К.В. Балдин, С.Н. Воробьев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 511с.
3. Бланк И.А. Управление финансовыми рисками / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2005 – 600 с.
4. Бородин Е.И. Финансы предприятий : Учебн. пособ. / Е.И. Бородин, Ю.С. Голикова, Н.В. Колчина / под ред. Е.И. Бородиной. – М.: Изд-во «Банки и биржи», ЮНИТИ, 1995. – 208 с.
5. Дулова И. Н. Оценка финансового риска в прогнозах денежных потоков многопродуктового предприятия / И. Н. Дулова, В. Ж. Дубровский, Е. А. Кузьмин // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 6 (221). - Экономика. Вып. 31. – С. 100–107.
6. Жихор О.Б. Сутність поняття «фінансовий ризик» та його класифікація / О.Б. Жихор, М.О. Штехан // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.10. – С. 145-149
7. Камінський А.Б. Концептуальні підходи до вимірювання фінансових ризиків / А.Б. Камінський // Фінанси України – 2006. – № 5. – С. 78-85.
8. Коваленко Л. О. Фінансовий менеджмент: [Навч. посіб.] / Л. О. Коваленко, Л. М. Ремньова ; 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2005. – 485 с.
9. Шапкин А. С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. – 8-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012. – 544 с.

References.

9. Balabanov I. Risk-menedzhment / I. Balabanov. – M.: Finansy i statistika, 1996. – 192 p.
10. Baldin K. Upravleniye riskami: Ucheb. posobiye dlya studentov vuzov, obuchayushchikhsya po spetsial'nostyam ekonomiki i upravleniya / K. Baldin, S. Vorob'yev. – M.: YUNITI-DANA, 2012. – 511p.
11. Blank I. Upravleniye finansovymi riskami / I. Blank. – K.: Nika-Tsentr, 2005 – 600 p.
12. Borodina Ye. Finansy predpriyatiy : Uchebn. posob. / Ye.I. Borodina, YU.S. Golikova, N.V. Kolchina / pod red. Ye. Borodinoy. – M.: Izd-vo «Banki i birzhi», YUNITI, 1995. – 208 p.

13. Dulova I. Otsenka finansovogo riska v prognozakh denezhnykh potokov mnogoproductovogo predpriyatiya / I. Dulova, V. Dubrovskiy, Ye. Kuz'min // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2011. – № 6 (221). – Ekonomika. Vyp. 31. – P. 100–107.
14. Zhykhor O. Sutnist' ponyattya «finansovyy ryzyk» ta yoho klasyfikatsiya / O. Zhykhor, M. Shtekhan // Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny. – 2013. – Vyp. 23.10. – P. 145-149
15. Kamins'kyi A. Kontseptual'ni pidkhody do vymiryuvannya finansovykh ryzykiv / A. Kamins'kyi // Finansy Ukrayiny – 2006. – № 5. – P. 78-85.
16. Kovalenko L. Finansoviy menedzhment: [Navch. posib.] / L. Kovalenko, L. Remn'ova ; 2-ge vid., pererob. i dop. – K.: Znannya, 2005. – 485 p.
17. Shapkin A. S. Ekonomicheskiye i finansovyye riski. Otsenka, upravleniye, portfel' investitsiy / A. S. Shapkin, V. A. Shapkin. – 8-ye izd. – M.: Izdatel'sko-torgovaya korporatsiya «Dashkov i K o», 2012. – 544 p.

Ирина Бойко, канд. экон. наук, доц.
Национальный университет пищевых технологий

СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ

Исследованы подходы ученых к определению финансового риска. Определены основные классификационные признаки и виды финансовых рисков. Разработанная классификация финансовых рисков позволит построить эффективную систему управления рисками на предприятии и применять эффективные механизмы нейтрализации рисков.

Ключевые слова: риск; финансовый риск; классификация.

Iryna Boiko, PhD in Economic, Associate Professor
National University of Food Technologies

ESSENCE AND CLASSIFICATION OF FINANCIAL RISKS

In the current economic conditions some issues of financial risk for the company is important today. Financial risks are arising in connection with movement of financial flows in uncertainty. Financial risks are characterized by the degree of deviation value from expectations of financial results and manifested in the presence of real or potential loss of financial resources. Scientific approaches to definition of financial risk are considered. The main characteristics of classification and types of financial risks are considered at the scientific works. Classification of financial risks is developed, that identifies risks and effective management. For internal financial risks of the company are identified through their caused reason. The established cause reason of risk will allow effective use of internal mechanisms for management of the risks.

Key words: risk; financial risk; classification.

УДК 331.101:334.02:338.27
JEL J101; J20; D8

Брінцева О.Г., к.е.н., доцент
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана»

РИЗИКИ ПРИ ІНВЕСТИЦІЯХ У РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ І ПРОБЛЕМИ ФІКТИВІЗАЦІЇ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

В статті досліджено проблеми інвестування в розвиток персоналу та ризики, які пов'язані з цим процесом. Визначено вплив ризиків при інвестиціях у розвиток персоналу на людський капітал за основними сферами його фіктивізації (фіктивний капітал освіти, професійних навичок, здоров'я). Запропоновано напрями зменшення негативного впливу ризиків на процеси формування, використання та збереження людського капіталу на мікрорівні.

Ключові слова: ризики, інвестиції у розвиток персоналу, фіктивізація, фіктивний людський капітал, кадрова безпека

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвиток персоналу є однією з найважливіших функцій системи управління підприємства, він має здійснюватися безперервно для підвищення продуктивності праці, формування сучасних компетенцій та набуття нових конкурентних переваг. Однак, інвестиції у розвиток персоналу пов'язані з багатьма ризиками, основними з яких є такі: 1) висока плинність персоналу в сучасних організаціях вже є досить звичним явищем, тому інвестиції в персонал можуть бути неефективними; 2) за даними опитування компанії Head Hunter [11], сучасний працівник змінює роботу в середньому раз на 2-3 роки, тому досить складно планувати його професійне та кар'єрне зростання в межах окремої організації; 3) соціально-економічна та політична нестабільність не дозволяє ефективно здійснювати довгострокове планування діяльності підприємства, тому воно може не отримати віддачу від інвестицій в персонал; 4) від інвестування в персонал до отримання доходу проходить досить значний час, що веде до зростання ризиків, особливо в умовах нестабільності; 5) процеси, які відбуваються в соціально-трудовій сфері, зокрема поглиблення кризових явищ, сприяють зростанню ризиків при інвестуванні в персонал; 6) в сучасних умовах знання застарівають досить швидко, що суттєво зменшує віддачу від інвестицій у розвиток персоналу.

Аналіз останніх публікацій. Розвиток персоналу та ризики, пов'язані з цим процесом, ґрунтовно досліджено в роботах Грішнєвої О.А., Захарової О.В., Заклекти-Берестовенко О.С., Кібанова А.Я., Міщук Г.Ю., Савченка В.А. та ін. Питання фіктивізації людського капіталу висвітлені в роботах Колядіна О.П., Петренка В.П., Полякова О.А., Ревтюка Є.А., Мацькевича О.Ю.

Невирішені частини проблеми. Незважаючи на те, що багато аспектів, пов'язаних з розвитком персоналу, вже досліджено в роботах зарубіжних та вітчизняних вчених, питання фіктивізації людського капіталу при інвестуванні в розвиток персоналу підприємств залишаються практично не розглянутими. Це стосується передусім ефективності процесів формування і використання людського капіталу на мікрорівні та чинників, що поглиблюють фіктивізаційні тенденції в сучасних умовах.

Результати дослідження. Інвестиції у розвиток персоналу можна класифікувати за такими ознаками [5, с. 43]: за соціально-економічною сутністю (витрати на навчання; витрати на охорону здоров'я; витрати на мобільність; витрати на пошук економічно важливої інформації; витрати на посилення мотивації до праці; витрати на виробничу адаптацію персоналу; витрати на атестацію працівників; витрати на професійно-кваліфікаційне просування), за джерелами фінансування (зовнішні – кошти державного бюджету, регіональних бюджетів, громадських фондів, працівників); внутрішні – власні кошти підприємства), за терміном інвестування (короткострокові; довгострокові), за характером витрат (безпосередні – інвестиції, які спрямовані на підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації працівників, їх виробничу адаптацію, атестацію та планування трудової кар'єри; опосередковані – витрати на створення високопродуктивних робочих місць, скорочення ділянок ручної некваліфікованої праці тощо, тобто ті, що безпосередньо не відносяться до розвитку персоналу, але створюють для нього передумови).

Змушені констатувати, на жаль, що інвестиції у розвиток персоналу не завжди ефективні. Високі ризики отримання збитків від цих інвестицій стримують роботодавців як в забезпеченні необхідного обсягу вкладень, так і в розробці відповідного змістовного наповнення програм навчання персоналу та їх імплементації на підприємствах. Послуги консалтингових компаній в сфері розвитку персоналу є досить дорогими, крім того знову ж таки немає гарантій їх високої економічної ефективності. Соціальний ефект, який отримується в результаті використання консалтингових послуг, також важко виміряти, знання застарівають швидко, тому в умовах кризи більш доцільно проводити навчання безпосередньо фахівцями підприємства, які отримали відповідну підготовку.

Підприємства в своїй діяльності стикаються з великою кількістю ризиків, більшість з яких за умов своєчасного виявлення можуть не завдати суттєвих фінансових збитків. Ризики можна класифікувати за такими основними критеріями [7-9]: 1) за характером наслідків розрізняють чисті та спекулятивні ризики. Чисті ризики практично завжди несуть у собі втрати для підприємницької діяльності, а спекулятивні можуть нести як втрати, так і додатковий прибуток; 2) за часом ризики можуть бути короткостроковими і постійними, а також ретроспективними (пов'язані із рішеннями, що були прийняті у минулому, але реалізуються тепер внаслідок зміни певних факторів впливу), поточними (співвідносяться із поточною діяльністю, змінюються під впливом постійно діючих факторів ризику) і перспективними (пов'язані з можливими змінами умов функціонування суб'єкта ризику нині, що в майбутньому може створити або змінити ризиковану управлінську ситуацію, подію, операцію тощо); 3) за рівнем втрат ризики поділяються на низькі, помірні, повні або мінімальні, оптимальні, допустимі, середні, максимальні, критичні, катастрофічні; 4) за сферою виникнення розрізняють зовнішні та внутрішні ризики, тобто ризики, породжені ендегенними або екзогенними факторами функціонування об'єкту ризику відповідно; 5) за природою виникнення розрізняють суб'єктивні (невизначеність цілей діяльності: неправильне розуміння процесів, що аналізуються, недостатній рівень кваліфікації, освіти, досвіду, необґрунтовані амбіції), об'єктивні (нестача інформації, стихійні лиха, макроекономічні, політичні зміни).

Ризик при інвестуванні у розвиток персоналу визначається як ймовірність загрози безповоротної, повної або часткової, втрати коштів, інвестованих підприємством у людський капітал та ймовірність неотримання підприємством економічної віддачі від

інвестування у людський капітал як у поточних умовах здійснення процесу інвестування, так і у майбутньому [6, с. 166].

В роботі [4, с. 170] проведена класифікація ризиків при інвестиціях у розвиток персоналу підприємства, відповідно до якої за джерелами виникнення визначають: 1) ризики, що пов'язані з працівником; 2) ризики, які стосуються підприємства; 3) ризики, пов'язані із зовнішніми змінами. Ризики також класифікуються на такі групи: ризик дострокового звільнення; ризик неефективного навчання; ризик неузгодженості стратегії підприємства та дій по управлінню персоналом; ризик неінвестування. На нашу думку було б доцільним класифікувати ризики при інвестиціях у розвиток персоналу підприємства за джерелами виникнення на внутрішні (які об'єднують наслідки дії всіх внутрішньо організаційних чинників; підприємство може мінімізувати їх негативний вплив) та зовнішні (що не залежать від підприємства і є наслідком впливу зовнішнього середовища – ризики, пов'язані з негативним впливом кризових явищ, соціально-економічною, політичною нестабільністю, глобалізаційними процесами та ін.).

Варто відзначити, що зміни в соціально-трудої сфері, які відбуваються в сучасних умовах, є досить різновекторними та суперечливими. Вони передусім пов'язані з такими процесами як зростання рівня нестабільності, негарантованості дотримання трудових прав працівників, прекаризаційними тенденціями, зниженням рівня соціальної згуртованості та відповідальності на всіх рівнях, фіктивізаційними процесами в царині людського капіталу, обумовленими як зниженням можливостей його формування, так і продуктивного використання та збереження.

Нагромадження фіктивного людського капіталу, зростання його частки у загальному обсязі людського капіталу ми називаємо процесами фіктивізації людського капіталу. Ці процеси відбуваються як за рахунок створення нового фіктивного людського капіталу, так і шляхом перетворення реального людського капіталу на фіктивний в результаті тривалого невикористання або цілеспрямованих деформацій.

Відповідно до визначених нами видів фіктивного людського капіталу залежно від сфер його формування можна виокремити [2, с. 96-97]: 1) фіктивний капітал освіти – використовує людина, яка отримала фіктивні документи про середню освіту / вищу освіту / науковий ступінь / вчене звання; 2) фіктивний капітал професійних навичок використовує людина, яка має фіктивні документи про професійну кваліфікацію (сертифікати про успішне закінчення мовних курсів, посвідчення водія та ін., про атестацію, професійне навчання, підвищення кваліфікації, перепідготовку тощо); 3) фіктивний капітал здоров'я використовує людина, яка пройшла формальний профілактичний медичний огляд, має фіктивні документи про задовільний стан здоров'я, що дозволяє їй працювати, навчатись, носити зброю, керувати транспортними засобами, відвідувати оздоровчі заклади та ін.

На мікрорівні процеси фіктивізації людського капіталу найбільшою мірою пов'язані із неефективністю систем навчання, високою плінністю кадрів, швидким застаріванням знань, їх специфічністю та складністю використання в межах іншої організації, наприклад, якщо підприємство використовує специфічне програмне забезпечення або його вид діяльності вимагає спеціальних знань, які досить незначною мірою можна використати в інших сферах діяльності. Ризики інвестування у розвиток персоналу підприємства та сфери формування фіктивного людського капіталу представлені в табл. 1.

Таблиця 1

**Ризики інвестування у розвиток персоналу підприємства та сфери формування
фіктивного людського капіталу**

Види ризиків інвестування у розвиток персоналу	Сфери формування фіктивного капіталу		
	Фіктивний капітал освіти	Фіктивний капітал професійних навичок	Фіктивний капітал здоров'я
Ризик дострокового звільнення	Формування пов'язане з отриманням вузькопрофільної освіти	Формування пов'язане зі специфічністю знань, отриманих під час навчання	Формування пов'язане зі специфічністю проведених тренувань
Ризик неефективного навчання	Формування пов'язане з низькою якістю отриманих знань, їх неконкуренто-спроможністю		
Ризик неузгодженості стратегії підприємства та дій по управлінню персоналом	Формування пов'язане з отриманням знань, які не набудуть корисного використання в межах даної організації		Формування пов'язане із зношенням людського капіталу
Ризик неінвестування	Формування пов'язане із застаріванням отриманих у ВНЗ знань, їх несвоєчасним оновленням	Формування пов'язане несвоєчасним проведенням навчання	

Джерело: розроблено автором.

У своїй діяльності підприємство стикається з багатьма ризиками, які пов'язані з персоналом як ключовим активом будь-якої сучасної організації. Побудова ефективної системи кадрової безпеки, яка має мінімізувати ризики та загрози, пов'язані з персоналом, є одним з дієвих напрямів зменшення ризиків інвестування у розвиток персоналу підприємства. Так, зокрема, ефективна система кадрової безпеки спрямована на [10, с. 198]: запобігання внутрішнім і зовнішнім впливам, загрозам і ризикам, пов'язаним з персоналом (створення безпечних умов праці; захист інформації та комп'ютерних мереж; розвиток кадрового потенціалу; забезпечення гідної праці; створення сприятливого морально-психологічного клімату) та ліквідацію внутрішніх і зовнішніх впливів та загроз, пов'язаних з персоналом (моніторинг та вжиття заходів зі зменшення внутрішніх та зовнішніх ризиків; ліквідація наслідків зловживань персоналу; своєчасне виявлення та звільнення працівників-інсайдерів).

Висновки. Людина є найвищою цінністю сучасної організації, тому навіть в умовах обмежених ресурсів необхідно забезпечувати персоналу можливості для розвитку, який має бути безперервним процесом, спрямованим на набуття ключових професійних компетенцій, формування унікальних конкурентних переваг працівника та підвищення продуктивності його праці. Для зменшення ризиків втрати фінансових ресурсів необхідна розробка стратегії мінімізації ризиків, пов'язаних з персоналом, яка передусім передбачає запровадження ефективної системи кадрової безпеки, вдосконалення процесів добору персоналу, методів проведення його атестації, мотиваційної складової кадрової політики, підвищення лояльності працівників до корпоративних цінностей за

рахунок побудови ефективної, орієнтованої на досягнення високих результатів корпоративної культури.

Література.

1. Грішнова О. А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні / О. А. Грішнова // Демографія та соціальна економіка. - 2011. - № 1. - С. 39-46.
2. Грішнова О.А., Брінцева О.Г. Фіктивний людський капітал: сутність, характерні особливості, чинники формування / О.А. Грішнова, О.Г. Брінцева // Демографія та соціальна економіка. - 2015. - № 1(23). - С. 90-101.
3. Грішнова О.А., Міщук Г.Ю. Соціальні інновації у трудовій сфері: сутність, види, особливості реалізації в Україні / О.А. Грішнова, Г.Ю. Міщук // Демографія та соціальна економіка. – 2013. – № 2. – С. 167-178.
4. Дьомкіна О.В. Ризики при інвестиціях у розвиток персоналу підприємства: класифікація та причини виникнення / О.В. Дьомкіна // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. - № 9. - Частина 4. – С. 169-172.
5. Заклекта-Берестовенко О.С. Ефективність інвестицій у розвиток персоналу підприємства: Дис... канд. екон. наук: 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – 195 с.
6. Захарова О. В. Управління інвестуванням у людський капітал: методологія, оцінка, планування : монографія / О. В. Захарова. – Донецьк : ДВНЗ ДонНТУ, 2010. – 378 с.
7. Івченко І.Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій : навч. посіб. / Івченко І.Ю. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
8. Камінський А.Б. Економічний ризик та методи його вимірювання: навч. посіб. / Камінський А.Б. – К. : Видавничий дім Козаки, 2002. – 120 с.
9. Лук'янова В.В. Діагностика ризику діяльності підприємства: [монографія] / В.В. Лук'янова. – Хмельницький : ПП В.В. Ковальський, 2007. – 312 с.
10. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / [А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін.]; за заг. ред. д.е.н., проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2015. – 519, [1] с.
11. Українці змінюють роботу кожні 2–3 роки. Head Hunter UA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hh.ua/article/13541>

References.

1. Grishnova O. A. Sotsial'na vidpovidal'nist' u konteksti podolannya systemnoyi kryzy v Ukraini / O. A. Grishnova // Demohrafiya ta sotsial'na ekonomika. - 2011. - # 1. - S. 39-46.
2. Grishnova O.A., Brintseva O.H. Fiktyvny lyuds'ky kapital: sutnist', kharakterni osoblyvosti, chynnyky formuvannya / O.A. Grishnova, O.H. Brintseva // Demohrafiya ta sotsial'na ekonomika. - 2015. - # 1(23). - S. 90-101.
3. Grishnova O.A., Mishchuk H.Yu. Sotsial'ni innovatsiyi u trudoviy sferi: sutnist', vydy, osoblyvosti realizatsiyi v Ukraini / O.A. Grishnova, H.Yu. Mishchuk // Demohrafiya ta sotsial'na ekonomika. – 2013. – # 2. – S. 167-178.
4. D'omkina O.V. Ryzyky pry investytsiyakh u rozvytok personalu pidpryyemstva: klasyfikatsiya ta prychyny vynyknennya / O.V. D'omkina // Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. – 2014. - # 9. - Chastyina 4. – S. 169-172.
5. Zaklekta-Berestovenko O.S. Efektyvnist' investytsiy u rozvytok personalu pidpryyemstva: Dys... kand. ekon. nauk: 08.00.04 – «Ekonomika ta upravlinnya pidpryyemstvamy (za vydamy ekonomichnoyi diyal'nosti)» / Kyivskyy natsional'nyy universytet imeni Tarasa Shevchenka. – K., 2008. – 195 s.
6. Zakharova O. V. Upravlinnya investuvannyam u lyuds'ky kapital: metodolohiya, otsinka, planuvannya : monohrafiya / O. V. Zakharova. – Donetsk : DVNZ DonNTU, 2010. – 378 s.
7. Ivchenko I.Yu. Modelyuvannya ekonomichnykh ryzykiv i ryzykovykh sytuatsiy : navch. posib. / Ivchenko I.Yu. – K. : Tsentr uchbovoyi literatury, 2007. – 344 s.
8. Kamins'kyy A.B. Ekonomichnyy ryzyk ta metody yoho vymiryuvannya: navch. posib. / Kamins'kyy A.B. – K. : Vydavnychyy dim Kozaky, 2002. – 120 s.

9. Luk"yanova V.V. Diahnostyka ryzyku diyal'nosti pidpryyemstva: [monohrafiya] / V.V. Luk"yanova. – Khmel'nyts'kyy : PP V.V. Koval's'kyy, 2007. – 312 s.
10. 10. Sotsial'na vidpovidal'nist': navch. posib. / [A.M. Kolot, O.A. Hrishnova, O.O. Herasymenko ta in.]; za zah. red. d.e.n., prof. A.M. Kolota. – K.: KNEU, 2015. – 519, [1] c.
11. 11. Ukrayintsi zminyuyut' robotu kozhni 2–3 roky. Head Hunter UA [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://hh.ua/article/13541>

Елена Бринцева, к.э.н., доцент,
ГВУЗ «Киевский национальный
экономический университет им. В. Гетьмана»

РИСКИ ПРИ ИНВЕСТИЦИЯХ В РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА И ПРОБЛЕМЫ ФИКТИВИЗАЦИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

В статье исследованы проблемы инвестирования в развитие персонала и риски, связанные с этим процессом. Определено влияние рисков при инвестициях в развитие персонала на человеческий капитал по основным сферам его фиктивизации (фиктивный капитал образования, профессиональных навыков, здоровья). Предложены направления уменьшения негативного влияния рисков на процессы формирования, использования и сохранения человеческого капитала на микроуровне.

Ключевые слова: *риски, инвестиции в развитие персонала, фиктивизация, фиктивный человеческий капитал, кадровая безопасность*

Olena Brintseva, Ph.D., Associate professor
Vadym Hetman Kyiv National Economics
University

RISKS IN INVESTMENT AT THE STAFF DEVELOPMENT AND PROBLEMS OF HUMAN CAPITAL FIKTYVIZATION

The problem of investment in staff development and the risks related with this process are studied in the article. The influence of risks in investing at the staff development on human capital in key areas of its fiktyvization (fictitious capital of education, professional skills, health) are defined. The directions of reducing of the negative impact of risks on the development, use and preservation of human capital at the micro level are offered (development of strategy of the minimization of the risks related with the staff, which primarily involves the implementation of effective personnel security, improving recruitment processes, methods of its certification, motivational policy, increasing the loyalty of employees to the corporate values by building an efficient, focused on achieving high results corporate culture).

Keywords: *risks, investments in staff development, fiktyvization, fictitious human capital, personnel safety.*

УДК 338.242.4
JEL O 170

Волошенко А.В., к.е.н., доцент
НУО імені Івана Черняховського

ПОСЛУГИ ПОСЕРЕДНИКІВ В СИСТЕМІ КОРУПЦІЙНИХ ВІДНОСИН

Досліджено взаємозв'язок між корупцією та наданням посередницьких послуг в бізнес-середовищі. Доведено, що недосконале інституційне та законодавче забезпечення підприємницької діяльності є корупціогенними факторами які створюють додаткові причини для звернення підприємців та приватних осіб до посередників. Розкрито наслідки деструктивного впливу корупції на бізнес-цикл. Накреслено основні напрямки подолання корупційних ризиків у діловій практиці які слід проводити в рамках комплексних галузевих реформ, спрямованих на розвиток конкурентного приватного сектора з високим рівнем бізнес-культури.

Ключові слова: корупція, послуги посередників, тіньова економіка, антикорупційні заходи, економічні агенти, трансакційні витрати.

Постановка проблеми. Питання подолання корупції має важливе значення як для економічного, так і для соціального розвитку будь-якої країни. Особливого значення жорстка антикорупційна політика набуває для країн с трансформаційною економікою, в яких корупція, завдяки специфічним формам і системному характеру, унеможливорює реалізацію прогресивних реформ.

В Україні на даний час урядом проголошено широкомасштабну антикорупційну програму, фінансування якої проводиться за кошти державного бюджету, міжнародних організацій і донорів. Але, замість оцінювання конкретних результатів у розв'язанні реальної проблеми, на практиці, спостерігається фокусування на самому процесі боротьби.

Загроза корупції полягає в тому, що вона використовуючи послуги посередників порушує ефективність взаємодії між державним апаратом, бізнесом і суспільством, створюючи непрозору економічну модель, значно збільшуючи "трансакційні витрати", в наслідок чого відбуваються асиметричні зміщення в конкурентному середовищі, в якому основні блага перерозподіляються на користь суб'єктів (чиновників і бізнесменів), що приймають участь в корупційних взаємовідносинах.

В той час, коли єдиною перспективою виходу з економічної кризи і подальшого економічного зростання в Україні є розвиток вітчизняного виробництва, повільне провадження реформ, високий рівень корупції, а також тиск з боку податкової та митної систем – основні показники, що знижують рівень інвестиційної привабливості України на світовому ринку [7].

Отже, для розробки заходів дієвої та результативної антикорупційної політики виникає потреба в науковому дослідженні секторів, галузей бізнес-середовища, що є кризовими і найбільш схильні до виникнення корупційних взаємовідносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перехід до ринкової моделі господарювання і виникнення деструктивних впливів на рівні структури економічної системи, її одинарних підсистем та дії механізмів їх функціональності, обумовив розширення проблематики досліджень корупції і механізмів її впливу в різних площинах соціології, права, державного управління та економіки.

Вплив корупції на розвиток бізнесу досліджується в працях таких науковців: Є. Белянової [1], Е. Галицького [3], В. Гаращука [4], С. Дрьомова [5], В. Клейнера [8], О. Кужель [12], Л. Поліщука [13] та інших. Взаємозв'язку між тіньовим сектором економіки та економічною безпекою підприємств присвячені праці З. Живко [6]. Корупцію як домінуючу загрозу економічній безпеці на рівні держави і підприємства досліджують З. Варналій [2], Т. Ковальчук [9] та ін.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Разом з тим, важливими і поки ще не достатньою мірою представленими у вітчизняних наукових публікаціях є аспекти взаємозв'язків між рівнем корупції та розвитком посередницьких послуг.

Метою статті є аналіз бізнес-середовища на схильність до виникнення корупційних зв'язків із залученням посередників. На підставі проведеного дослідження визначити основні заходи подолання корупції в діловій сфері.

Результати дослідження. В бізнесовому середовищі корупція має два аспекти: корупція у стосунках з державними органами та установами (стосунки бізнес-влада) та корупція у приватному секторі (стосунки бізнес-бізнес). Якщо розглядати стосунки бізнес-влада, то корупція виникає на межі між державним і приватним секторами економіки, де чиновники вступають в контакт з підприємцями та приватними особами. Нерідко в таких контактах беруть участь посередники – консультанти або фірми, що пропонують правову допомогу, “супровід” справи в державних органах, сприяння в оформленні податкових та митних платежів, отриманні реєстраційних документів, сертифікатів і т. ін.

Фірми з надання посередницьких послуг виникають в економіці незалежно від того, вражена вона корупцією чи ні. Посередницькі фірми, діючи за дорученням своїх клієнтів, використовують переваги спеціалізації і економії на масштабі послуг і таким чином скорочують витрати приватного сектора при зверненні до державних органів. Економія витрат грошей і часу при виконанні офіційних процедур і правил є важливим і безумовно, корисним результатом діяльності посередницьких фірм.

Неефективне державне регулювання економіки, високий рівень бюрократизації, недосконале інституційне та законодавче забезпечення [10], часта зміна законодавчого забезпечення підприємницької діяльності є корупціогенними факторами які створюють додаткові причини для звернення підприємців та приватних осіб до посередників.

Прикладом є ситуація, що склалася наприкінці квітня 2015 року: Міністерством юстиції України (далі Мінюст) було введено нові правила для проведення конкурсів закупівель за державні кошти - умовою участі фірми в конкурсі стало надання довідки про те, що компанія не була помічена в корупційних скандалах. Довідку повинен був видавати територіальний орган Мінюсту, однак на практиці, підприємці зіткнулися з труднощами. “У тендерних комітетах кажуть, що Мінюст не давав жодних роз'яснень про те, які документи запитувати. Є формулювання, що на підприємстві, яке бере участь у торгах більше, ніж на мільйон гривень, повинна бути антикорупційна програма. Але як вона має виглядати, ніхто не знає. У комітетах нічого не розуміють, але довідку просять: мовляв, раптом прийде перевірка”, - розповів підприємець і экс-депутат Київради Олексій Давиденко. Бізнесмен так і не зміг отримати документи в Мінюсті - ніхто не міг сказати, хто і де їх видають. Але, в Інтернет-мережі виявив повно пропозицій від фірм-посередників. Ціна питання - 250 грн, а якщо терміново - 1000 грн. [15].

Президент Українського аналітичного центра, експерт з економіки О. Охріменко пояснив, що механізм видачі цих довідок досі не розроблений: “Зараз довідками займається Мінюст, далі ця функція повинна перейти до антикорупційного комітету. Отримати її, насправді, просто - Мінюст піднімає картотеку і перевіряє корупційні скандали. Але, оскільки механізм не розроблений, то залишилася лазівка для посередників. Ось так виходить корупція на корупції” [15].

За словами юриста Р. Кравця, його клієнти вже зіткнулися з проблемою: “Поки цей реєстр з даними про корупції не створений. Тому фірми пишуть довідку самі, що в корупції не замішані, і є особа, яка за цим стежить. Що стосується посередників - це ще раз доводить, що в будь-якій реформі у нас з'являється корупція. Оголошення про тендери часто з'являється за день, умови не прозорі. Тому такі фірми і роблять на цьому капітал” [15].

Економія трансакційних витрат, незважаючи на своє нелегітимне походження, є корисною не тільки корумпованій бюрократії, але і залежним від неї підприємцям і приватним особам - не випадково останні часто звертаються до посередників за допомогою з власної ініціативи (хоча нерідкі й випадки, коли чиновники "натякають" на бажаність залучення конкретних посередницьких фірм). Якщо посередницька фірма має справу з корумпованою бюрократією, то вона в інтересах своїх клієнтів може використовувати такий корупційний прояв як хабар. Хабарництво швидко поширюється по сектору посередницьких послуг - відмова від корупції призводить до втрати клієнтури, яка звертається до менш розбірливих у засобах конкурентів.

Зважаючи на існуючий зв'язок тіньової економіки та корупції, толерантне ставлення до корупції в бізнес-середовищі стає цілком зрозумілим: “тінізація” бізнесу сьогодні є умовою його виживання, в той же час перебування в “тіні” неможливе без корупційного “прикриття”, як у стосунках з держслужбовцями, так і в самому приватному секторі. Таким чином ставлення до корупції в приватному секторі є доволі толерантним і функціональним.

На початку 2015 року в умовах поширення цінових та девальваційних шоків, ескалації військового конфлікту спостерігалось подальше суттєве зростання тіньової економіки, за розрахунками Мінекономрозвитку у I кварталі 2015 року рівень тіньової економіки порівняно з відповідним періодом 2014 року збільшився ще на 5 в.п. до 47% від обсягу офіційного ВВП [16]. У світовій практиці рівень тінізації економіки понад 40 % валового внутрішнього продукту (ВВП) оцінюється експертами як критичний, оскільки за таких умов важелі регулювання економікою втрачають дієвість. Неспроможність ринку і недієздатність держави – головні причини розквіту “тіньової економіки” [9]. Тіньовий сектор поповнюється за рахунок кількох взаємопов'язаних факторів: переважання розрахунків готівкою, відсутність прозорості операцій та обмежене застосування законів і нормативних актів. Зазвичай тіньова економіка пропонує сумнівні індивідуальні переваги за рахунок інших, тому складовою і одночасно інструментом тіньової економіки є корупція.

За оцінками фіскальних органів, у 2012 році загальний обсяг тіньового сектора української економіки становив як мінімум 350 млрд. грн. на рік серед яких 35 млрд. — неофіційні платежі, 45 млрд. грн. — основні кошти, матеріальні ресурси і послуги тіньового сектора. У 2013 році у тіні опинилося приблизно 250 млрд. грн. коштів українських платників податків. Обсяги виведення коштів, отриманих в результаті

корупційних та економічних злочинів, за оцінками міжнародних експертів, перевищують 10 млрд. дол. США на рік. При цьому в останні роки виведення капіталів за рахунок заниження цін експорту складає від 73 до 79% [16].

Міжнародна громадська організація, місія якої боротьба з корупцією - Transparency International Україна, ПриватБанк, ТОВ Аудиторська фірма "ПрайсвотерхаусКуперс (Аудит)" та дослідницька компанія GfK Ukraine представили результати спільного соціологічного дослідження "Рівень сприйняття корупції бізнесом". Опитування проводилось серед керівників українських підприємств у лютому-березні 2015 року і було покликане виявити комплексну картину реального стану справ з корупцією в Україні після подій Революції Гідності. За результатами дослідження 57,2% опитуваних вважають, що ситуація з корупцією за останні півроку лишилася незмінною, 27,7% відповіли, що ситуація погіршилася, 15,1% респондентів відзначають покращення ситуації [17].

На думку підприємців, найчастіше хабар вимагали при перевірці підприємств податковою службою, пожежною службою та під час операцій з ПДВ. Крім цього опитувані скаржилися на примус до дачі хабара чи оплати без квитанції зайвих послуг під час взаємодії не лише з податковою, але й з міністерством внутрішніх справ. Як виявило дослідження, найбільше на оформленні документації наживаються працівники Агентства земельних ресурсів, Державної автоінспекції та обласних адміністрацій [17].

Відсутність транспарентності в механізмі відшкодування підприємствам податку на додану вартість привів до того, що він перетворився на одну з найбільших корупційних схем. "... в ручному режимі за величезні "відкати" чиновник, найвищий чиновник уряду, через своїх посередників призначає тому чи іншому суб'єкту скільки йому відшкодувати ПДВ, в якому обсязі, в які терміни", – констатував Голова комітету економістів України А. Новак [14].

Попит на послуги посередників виникає у випадках коли прямі переговори з корумпованим чиновником про розміри хабара, умови і порядок платежу та зобов'язання сторін ускладнені недовірою, відсутністю надійної ринкової інформації про "вартість" послуг, що надаються, а також підозрою, що умови домовленості будуть порушені. Протизаконність предмета переговорів різко збільшує трансакційні витрати, які можуть бути радикально знижено зверненням до посередників. Так наприклад, брокери визнають, що навіть правильно оформлені документи не позбавлять від необхідності давати хабар працівникам митниці. Саме тому, брокерські фірми закладають розмір неофіційних платежів у вартість своїх послуг, частіше за все, не повідомляючи про це своїх клієнтів [11].

Дійсно, клієнт посередницької фірми веде переговори не про хабар, а про винагороду посередникові за офіційно надані послуги, які оплачуються за встановленими ринковими розцінками. Предмет домовленості нерідко оформляється документом і дає клієнтові гарантії виконання прийнятих зобов'язань. Що стосується корумпованих чиновників, то посередницькі фірми знаходяться з ними в симбіотичних відносинах, які створюють атмосферу довіри і доброї волі, сторони в таких випадках домовляються на взаємовигідних умовах.

Таким чином посередники посилюють негативні наслідки від корупції, оскільки надають хабарникам ефективний захист від загрози викриття, оскільки ця загроза реальна в тій мірі, в якій у жертви вимагання є докази сплати хабара. Такі докази можуть

бути отримані тільки в тому випадку, коли хабар виплачується безпосередньо, і, зрозуміло, відсутні якщо діяти через посередників, коли факт хабара можна лише підозрювати, а його розмір залишається предметом здогадок. Прямими доказами володіють тільки посередники, але вони, зрозуміло, не зацікавлені у викритті своїх "партнерів по бізнесу".

На відміну від економії бюрократичних і трансакційних витрат, від якої, умовно кажучи, виграють обидві сторони, фактор захисту від викриття діє асиметрично і сприяє однієї лише бюрократії. Більш того, додатковий виграш корупціонерів забезпечується за рахунок їх жертв [13].

Справді, хабарник обмежений у виборі розміру хабара двома основними міркуваннями - по-перше, еластичністю попиту на послугу, надання якої обумовлено сплатою хабару, і, по-друге, ризиком того, що надмірна жадібність може змусити постраждалу сторону шукати справедливості, нехай навіть з невисокими шансами на успіх і ціною чималих витрат часу і сил. У випадку, коли з двох названих обмежень - попиту і самозбереження - лімітуючим виявляється другий, то підключення посередників, при якому це обмеження усувається, дозволяє бюрократу підняти хабар до ринкового "оптимуму" і тим самим витягти з приватного сектора додатковий корупційний дохід. Якщо збільшення хабара перекриває скорочення бюрократичних і трансакційних витрат приватного сектора, то підсумкова оцінка ролі посередників, з точки зору населення і бізнесу, виявляється негативною. Важливо з'ясувати, за яких умов такий результат найбільш імовірний [13].

Дослідження проведене російськими вченими доводить, що обмеження встановлені інстинктом самозбереження лімітує розмір хабара, якщо, по-перше, державна служба досить прозора і підконтрольна, і, по-друге, власне бюрократичні витрати (збір необхідної інформації, заповнення документів, надання звітності, проходження перевірок і т. п.) незначні. Роль першої умови досить ясна, тоді як друга не настільки очевидна і потребує пояснення. Справа в тому, що якщо формальне виконання вимог бюрократії вельми обтяжливо, то хабар який виплачується понад таких витрат перестає бути головною складовою сукупних витрат. Тільки досить прибуткові проекти можуть виправдати подолання високих сумарних бар'єрів доступу до ринку, в яких велика частка легітимних витрат. Отримавши дозвіл бюрократії на ведення прибуткового бізнесу, підприємець не захоче втрачати час на спроби повернути лише частину початкових витрат, яку становить хабар, і спише його в числі інших витрат. З наведених міркувань випливає, що корумпована бюрократія цінує грош за грошем і заплутану систему офіційних вимог і правил тому, що остання не тільки породжує вразливість до здирництва, але і сприяє безкарності хабарників [13].

Реформи що проводяться в даний час в Україні, спрямовані на дебюрократизацію економіки та підвищення підконтрольності державної служби. З наведеного випливає, що подібні реформи створюють умови, що перешкоджають бюрократам із-за обмежень інстинкту самозбереження займатися хабарництвом "на прямую". Це робить посередництво особливо затребуваним корумпованою бюрократією.

Таким чином посередницькі структури сприяють розширенню сфери легалізації корупції, тобто маскування корупційних афер під законні операції. Як наслідок, легалізована корупція випадає з поля зору правоохоронних органів і набуває ще більших масштабів. Плата посередникам підвищує "трансакційні витрати", корупція в

даному випадку приймає форму додаткового “тіньового” податку на діяльність компаній та на закордонні інвестиції, причому для невеликих фірм він є більшим.

Висновки. Зусилля з подолання корупції ефективні в тому випадку, коли в них приймає активну участь населення і бізнес - основні жертви хабарників і єдині свідки протизаконних дій бюрократії. Посередницькі фірми ускладнюють мобілізацію суспільства на боротьбу з корупцією, оскільки маскують її у вигляді плати за консультаційні послуги. Як наслідок, відбувається зниження гостроти сприйняття проблеми і створюється відчуття прийнятності статус-кво, незважаючи на те, що обсяг хабарів зберігається колишнім або навіть, збільшується, і в підсумку, призводить до тяжких наслідків для економіки і суспільства. Питання розвитку конкуренції, монопольного регулювання повинні входити в урядову програму. Серед найбільш потужних інструментів у справі обмеження можливостей для корупції, які слід активно впроваджувати, є лібералізація і спрощення адміністративних процедур у діловій практиці. Для реалізації даних заходів, необхідно провести перегляд і відкликання непотрібних правил про сертифікацію, ліцензування та видачі дозволів, а також впровадити проведення експертизи нових законів з метою обмеження дискреційних повноважень і підвищення відповідальності чиновників. Наведені заходи слід проводити в рамках комплексних галузевих реформ спрямованих на розвиток конкурентного приватного сектора з високим рівнем бізнес-культури.

Література.

1. Белянова Є. Воздействие коррупции на развитие бизнеса: эмпирическая оценка /Е. Белянова, С. Николаенко // Вопросы экономики. 2013. - № 9. - С.91-104.
2. Варналій З.С. Конкуренція і підприємництво [Текст]: [монографія] / З.С. Варналій. Київ : Знання України, 2015. – 463 [1] с.
3. Галицкий Е. Коррупционные взаимоотношения бизнеса и власти (опыт эмпирического анализа) / Е. Галицкий, М. Левин // Вопросы экономики. 2007. - № 1. - С.19-32.
4. Гаращук В.М. Актуальні проблеми боротьби з корупцією в Україні: монографія / В. М. Гаращук, А.О. Мухатаєв. – Х. : Право, 2010. – 144 с.
5. Дрьомов С.В. Корупція в Україні: причини поширення та механізми протидії. Зелена книга державної політики / С. В.Дрьомов, Ю.Г. Кальниш, Д.Б. Клименко, Г.О. Усатий, Л.М. Усаченко. - К. : Пріоритети, 2010. - 88 с.
6. Живко З. Суміжні площини детінізації економіки та розвитку підприємницьких структур / З. Б. Живко // Сталий розвиток економіки. - 2014. - № 3. - С. 23-28.
7. Индекс инвестиційної привабливості України (2 квартал 2015 року) [Текст]: / Європейська бізнес асоціація. – 2015. - 24 с. [сайт]. - Режим доступу: http://www.eba.com.ua/static/indices/iai/Index_28_Ukr_2015.pdf.
8. Клейнер В. Антикоррупционная стратегия бизнеса в России // Вопросы экономики. 2011. - № 4. - С.20-32.
9. Ковальчук Т.Т. Економічна безпека і політика: із досвіду професійного аналітика. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2004. – 638 с.
10. Корупційні ризики надання адміністративних послуг та контрольно-наглядової діяльності в Україні/ [Ігор Коліушко, Віктор Тимошук, Олександр Банчук та ін.; Ірина Бекешкіна]; Центр політико-правових реформ, Фонд «Демократичні ініціативи». – К. Москаленко О.М. ФОП, 2009. – 196 с.
11. Корупція та регулювання підприємницької діяльності в Україні: митні процедури та транспортування товарів. Звіт за результатами соціологічних досліджень // Порівняльний аналіз національних досліджень 2007-2009 рр. для Порогової програми Корпорації «Виклики тисячоліття» (МСС). – Київ, 2007-2009. –44 с.

12. Кужель О.В. Корупція і розвиток малого бізнесу / О.В. Кужель // Економіка і прогнозування. - 2002. - № 2. - С. 137-148.
13. Полищук Л.И. Коррупция и посреднические фирмы // Transition. Экономический вестник о вопросах переходной экономики. Апрель-июнь 2004 г. Номер 2 (2004). С.6-7.
14. Проблеми з відшкодуванням ПДВ шкодять вітчизняним виробникам і плодять корупцію – експерти [Текст]: / FINANCE.UA [сайт]. - Режим доступу: <http://news.finance.ua>.
15. Скибицкая Ю. За справку о коррупции с украинцев требуют деньги / «Вести» [сайт]. - Режим доступу: <http://vesti-ukr.com/strana/100370-za-spravku-o-korruptsii-s-ukraincev-trebujut-dengi>.
16. Тенденції тіньової економіки в Україні І квартал 2015 року/ Звіт підготовлено департаментом економічної стратегії та макроекономічного прогнозування. Відділ з питань економічної безпеки, детінізації економіки та статистики. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, 2015 р. [сайт]. - Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.
17. Український бізнес заявляє, що корупція в державних органах і в 2015-му залишається незмінною / Transparency International Україна [сайт]. - Режим доступу: <http://ti-ukraine.org/news/oficial/5206.html>.
18. North D. Structure and Change in Economic history. N.-Y.: Norton, 1981. – Pp. xi, 228.

References.

1. Belianova, Ye. and Nykolaenko S. (2013), "Vozdejstvie korruptsyy na razvytye byznesa: empyrycheskaia otsenka", Voprosy ekonomyky, vol. 9, pp. 91-104.
2. Varnalij. Z.S. (2015), Konkurentsii i pidpriemnytstvo: monohrafiia, Znannia Ukrainy, Kyiv, Ukraine.
3. Halytskyj E. and Levyn M. (2007), "Korruptsyonnye vzaymootnosheniya byznesa y vlasty (opyt empyrycheskoho analiza)", Voprosy ekonomyky. vol. 1, pp. 19-32.
4. Haraschuk V.M. and Mukhataiev A.O. (2010), Aktual'ni problemy borot'by z koruptsiieiu v Ukraini: monohrafiia, Pravo, Kharkiv, Ukraine.
5. Dr'omov, S.V. Kal'nysh, Yu.H. Klymenko, D.B. Usatyj, H.O. and Usachenko, L.M. (2010), Koruptsiia v Ukraini: prychnyn poshyrennia ta mekhanizmy protydi. Zelena knyha derzhavnoi polityky, Priorityty, Kyiv, Ukraine.
6. Zhyvko, Z. (2014), "Sumizhni ploschyny detinizatsii ekonomiky ta rozvytku pidpriemnyts'kykh struktur", Stalyj rozvytok ekonomiky, vol. 3. pp. 23-28.
7. Yevropejs'ka biznes asotsiatsiia (2015), "Indeks investytsijnoi pryvabyvosti Ukrainy (2 kvartal 2015 roku)", available at: http://www.eba.com.ua/static/indices/iai/Index_28_Ukr_2015.pdf/ (Accessed 20 October 2015).
8. Klejner, V. (2011), "Antykorruptsyonnaia stratehiya byznesa v Rossyy", Voprosy ekonomyky, vol. 4, pp. 20-32.
9. Koval'chuk, T. (2004), Ekonomichna bezpeka i polityka: iz dosvidu profesijnoho analityka, T-vo "Znannia", KOO, Kyiv, Ukraine.
10. Tsentrl polityko-pravovykh reform, Fond "Demokratychni initsiatyvy" (2009,) "Koruptsijni ryzyky nadannia administratyvnykh posluh ta kontrol'no-nahliadovoi diial'nosti v Ukraini". Moskalenko O.M. FOP, Kyiv, Ukraine.
11. Zvit za rezul'tatamy sotsiolohichnykh doslidzhen'. Porivnial'nyj analiz natsional'nykh doslidzhen' 2007-2009 rr. dla Porohovoi prohramy Korporatsii «Vyklyky tysiacholittia» (MSS), (2009), "Koruptsiia ta rehuliuвання pidpriemnyts'koi diial'nosti v Ukraini: mytni protsedury ta transportuvannia tovariv", Kyiv, Ukraine.
12. Kuzhel', O.V. (2002), "Koruptsiia i rozvytok maloho biznesu", Ekonomika i prohnozuvannia, vol. 2, pp. 137-148.
13. Polyschuk, L.Y. (2004), "Korruptsyia y posrednycheskye fyrmy", Transition. Ekonomycheskyy vestnyk o voprosakh perekhodnoj ekonomyky. Aprel'-yiun' 2004 h., vol. 2, pp. 6-7.
14. FINANCE.UA (2015), "Problemy z vidshkoduvanniam PDV shkodiat' vitchyznianym vyrobnykam i plodiat' koruptsiu – eksperty", available at: <http://news.finance.ua>. (Accessed 21 January 2015).

15. Skybytskaia, Yu. (2015), "Za spravku o korruptsyy s ukrayntsev trebuiut den'hy", Vesty, available at: <http://vesti-ukr.com/strana/100370-za-spravku-o-korruptcii-s-ukraincev-trebujut-dengi>. (Accessed 20 May 2015).
16. Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy (2015), "Tendentsii tin'ovoi ekonomiky v Ukraini I kvartal 2015 roku", available at: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>. (Accessed 20 October 2015).
17. Transparency International Ukraina (2015), "Ukrains'kyj biznes zaiavliaie, scho koruptsiia v derzhavnykh orhanakh i v 2015-mu zalyshaet'sia nezminnoi", available at: <http://ti-ukraine.org/news/oficial/5206.html>. (Accessed 22 October 2015).
18. North, D. (1981), Structure and Change in Economic history. N.-Y., USA

Волошенко А.В., к.е.н., доцент
НУО імені Івана Черняхівського

УСЛУГИ ПОСРЕДНИКОВ В СИСТЕМЕ КОРРУПЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ

В статье проведено исследование взаимосвязи между коррупцией и предоставлением посреднических услуг в бизнес среде. Выявлено, что недоскональное институциональное и законодательное обеспечение предпринимательской деятельности являются коррупциогенными факторами, создающими дополнительные причины для обращения предпринимателей и частных лиц к посредникам. Определены последствия деструктивного влияния коррупции на бизнес-цикл. Предложены основные направления преодоления коррупционных рисков в деловой практике.

Ключевые слова: коррупция, услуги посредников, теневая экономика, антикоррупционные мероприятия, экономические агенты, транзакционные затраты.

Voloshenko A. V., PhD, assistant professor,
National University of Defense of Ukraine
named by Ivan Chernyakhovski

SERVICES OF INTERMEDIARIES IN THE SYSTEM OF CORRUPTION RELATIONSHIPS

The article is devoted to the research of interrelations between corruption and services of intermediaries in the business environment. It has been proved that non-effective state regulation of economy, a high level of bureaucracy, inadequate institutional and legislative support of entrepreneurship are corruptogenic factors that create additional reasons for entrepreneurs and individuals to address to intermediaries. Corruption distorts the business cycle, when there is a forced inclusion in the process of mediation structures, the effectiveness of interactions between economic agents are disrupted, the transparent economic model is created, "transaction costs" increase significantly, as a result, there are asymmetrical displacements in the competitive environment. It has been determined that macroeconomic stability, liberalization and simplification of administrative procedures, transparency of fiscal sphere, reduction of the number of taxes and fees should be among the ways of overcoming corruption risks in business practice. These measures should be integrated as a part of sector reforms aimed at the development of a competitive private sector with a high level of business culture.

Key words: corruption, services of intermediaries, shadow economy, anti-corruption measures, economic agents, transaction costs.

УДК 338.664
JEL: G32, Q13, L66

Москаленко В.О., к.е.н., доцент
Національний університет харчових технологій
Євсєєва І.В., к.е.н., доцент
Національний університет харчових технологій

ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ РИЗИКІВ ОЛІЙНОЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ

У статті охарактеризовано олійножирову галузь, висвітлено основні перспективи розвитку і загрози. Відображені невирішені проблеми, пов'язані з галузевими особливостями та ризиками галузі. Виділені основні фактори, що впливають на різні види ризиків. Здійснено групування ризиків, структуровано їх на мікро-, мезо- та макрорівні. Виділено основні напрями подолання ризиків для кожного рівня.

Ключові слова: ризик, олійножирова галузь, фактори ризиків, наслідки ризиків.

Постановка проблеми. В ринковому середовищі підприємства олійножирової галузі функціонують в умовах ризику та невизначеності, що пояснюється такими причинами як: падіння внутрішнього попиту на товари, погіршення умов роботи малого та середнього бізнесу, неефективна система державного регулювання тощо. Все це викликає необхідність ідентифікації основних чинників ризикових подій, прогнозування їх настання, передбачення напрямів їх впливу з метою розроблення та застосування відповідних коригуючих дій в процесі ведення бізнесу. В ринкових умовах ризик-менеджмент стає обов'язковим елементом ефективної діяльності підприємств олійножирової галузі.

Аналіз останніх публікацій. Економічна ефективність виробництва продукції підприємств олійножирової промисловості висвітлена в працях Волощука О.Г.; Каткова Н.В. досліджує методичний інструментарій оптимального управління ефективністю олійного виробництва за ринкових умов; в свою чергу, Дуброва С.Г. узагальнює питання формування комплексної системи управління господарськими ризиками [5-8]. Особливості функціонування олійножирової галузі розглянуті у працях і багатьох інших сучасних науковців.

Невирішені частини проблеми. Проте сучасні умови господарювання взагалі та інтеграція України до Європейської спільноти вимагає нових підходів та детального розгляду основних видів ризиків олійножирової галузі. Також з огляду на загальну методику оцінки ризиків доцільно визначити ризики, що відносяться до мезорівня, макро- та мікрорівня.

Метою статті є визначення та групування основних видів ризиків, факторів та їх наслідків для олійножирової галузі на мікро-, мезо- та макрорівнях.

Результати дослідження. В рейтингу найбільших українських підприємств ТОП-200, проведеним Forbs, лідируючі позиції займають підприємства агросектору та харчової промисловості. Також зазначимо, що чотири з п'яти перших в топ-листі компаній в рейтингу агросектору - це підприємства, бізнес яких пов'язаний з олійножировою галуззю [1].

За даними асоціації «Укроліяпром», за 2014/2015 маркетинговий рік (вересень 2014 року - серпень 2015 року) масложирові заводи країни виробили близько 4,2 млн. тонн рослинних олій [2].

Показники 2014/2015 МР є нижчими за підсумки 2013/2014 МР (зібрано 10,1 млн. тонн проти 11,037 млн. тонн соняшнику). Було вироблено 4,65 млн. тонн рослинної олії. З цього обсягу 3,9 млн. тонн було експортовано за кордон, тобто фактично 90%. [2].

Згідно оцінки експертів «АПК-Інформ», в 2015/2016 МР валовий збір соняшнику може скласти 10,8 млн. тонн, що на 6% більше врожаю, зібраного попереднього року. Також прогнозується, що експорт олії складе близько 4 млн. тонн, і Україна залишить за собою перше місце серед країн-експортерів [3].

Отже, олійножирову галузь можна охарактеризувати як таку, що динамічно розвивається, а олійножировий комплекс України на сьогодні є одним з найперспективніших секторів аграрного виробництва.

Розглянемо головних операторів олійножирової галузі, що конкурують на вітчизняному ринку, ранжування яких здійснено за чистим доходом 2014 року (табл. 1).

Таблиця 1.

Рейтинг основних операторів олійножирової галузі

№	Назва підприємства	Чистий дохід, млн. грн			Чистий прибуток(збиток), млн. грн		
		2013	2014	Відносне відхилення 2014-2013, %	2013,	2014	Відносне відхилення 2014-2013, %
1	Кернел-трейд	15017	19381	29,06	355	-230	-35,2
2	АТ Каргіл	8165	10868	33,11	131	1646	-1156,0
3	Група Креатив	7133	6996	-1,92	568	-4393	- 673,4
4	З-д модифікованих жирів	4426	5643	27,50	0	0	-
5	Сантрейд	4807	5215	8,48	-4	227	5575
6	Ді енд Ай Еволюшн	1822	3438	88,66	27	2	-92,6
7	Дельта Вілмар СНД	1644	2470	50,19	9	-995	- 10995
8	Пологівський маслоекстраційний завод	1116	1617	44,89	37	-12	-67,5
9	Сателліт	565	1549	174,05	-91	-767	-742,8
10	АДМ Україна	804	1416	76,05	34	258	658,2

Джерело: розраховано авторами за даними [4]

Вищезазначені дані свідчать про те, що на частку перших трьох підприємств припадає майже 40 % ринку [3;4].

Зазначимо, що доволі вагомим стимулом щодо нарощування обсягів виробництва насіння соняшника та його переробки на олію є той фактор, що обсяг світового споживання соняшникової олії постійно зростає. За прогнозами, наведеними в дослідженні OECD-FAO Agricultural Outlook 2010-2019, до 2019 року очікується зростання світового споживання рослинних олій на 30% або 42 млн. тонн, а світовий імпорт - на 34% або на 20 млн. тонн [4], що свідчить про перспективність даного ринку та визначає орієнтири для виробництва рослинних олій в Україні [11].

В сучасних умовах господарювання, в умовах конкурентної боротьби постає питання розгляду не тільки перспектив зростання, а і потенційних загроз та ризиків господарювання, що перешкоджають розвитку галузі.

Зазначимо, що існують різні методики проведення аналізу ризику, які розрізняються як за сукупністю виконуваних процедур, так і за їх змістом. Фактично кожна така методика є концепцією авторів щодо структури існуючих ризиків, характеру їх впливу на результати. Крім того, методики аналізу ризику і визначення їх можуть розрізнятися залежно від того, в чиїх інтересах проводиться аналіз.

Першочерговою умовою оцінки ризиків різних рівнів є їх якісний аналіз, що передбачає визначення різновидів ризику, факторів впливу та негативних наслідків.

В нашому дослідженні ми визначили та згрупували основні ризики, фактори та їх наслідки, що притаманні олійножировій галузі на різних рівнях (табл.2).

Таблиця 2.

**Структуризація ризиків суб'єктів господарювання олійножирової галузі
на мікро-, мезо- та макрорівні**

Вид ризику	Фактор впливу	Наслідок
Мікрорівень		
Логістичний ризик	Недосконалість транспортної логістики	Зупинка виробництва. Безробіття. Збиток
Ризик недоотримання прибутку, збитки	Робота за форвардними контрактами	Понесення збитків. При зміні ціни на дату розрахунку в будь-яку сторону неможливість скасування договору контрагентами.
Ризик конкуренто спроможності підприємства	Недостатня кількість палива та мінеральних добрив.	Зменшення обсягів врожаю.
Мезорівень		
Експортний ризик	Зниження обсягів поставок соняшникової олії до країн ЄС та РФ	Втрата ринків збуту. Поступове зникнення середніх підприємств галузі.
Екологічний ризик	Вирощування високоолеїнової олії та посів сучасних високотехнологічних гібридів	Виснаження землі; зниження природної родючості
Виробничий ризик	Зростання органічного виробництва продуктів харчування	Відмова від шроту та макухи, трансгенних культур
Енергетичний ризик	Неможливість «Укрзалізниці» надати вагони для заводів з метою вивезення шроту.	Залишення дитячих садків та шкіл в деяких місцевостях без опалення
Природно-кліматичний ризик	Засуха на території України	Зменшення обсягів врожаю

Продовження таблиці 2

Ризик втрати ринків збуту	Зниження купівельної спроможності	Зменшення обсягів виробництва
Господарський ризик	Залежність кондитерської та хлібопекарської промисловостей від стану олійножирової галузі.	Заміщення до 50% соняшникової олії – пальмовою. Отримання пальмової олії в сирому вигляді, через порти, завдяки вигідному географічному положенню, та самостійне розділення її на фракції для потреб кондитерської та хлібопекарської промисловостей
	Підвищення цін на паливо	Підвищення цін на продукцію. Втрата постійних споживачів (покупців). Зміна конкурентної позиції. Зменшення посівних площ.
	Зростання конкуренції в олійножирової галузі	Підвищення бар'єрів входу в галузь. Поглинання дрібних виробників та переробників корпораціями.
Макрорівень		
Ризик конкурентоспроможності галузі	Нестабільність економіки та світові економічні кризи. Непрозоре ціноутворення на ринку сировини.	Знаходження майже 50% аграрного ринку в тіні; недостатність кредитування. Недоотримання коштів в бюджет країни. Тінізація та податковий тиск. Недоотримання податків в місцеві бюджети.
Виробничий	Анексія АР Крим, АТО в Донецькій та Луганській областях	Втрата регіону виробництва та переробки та посівних площ на території АР Крим. Зупинка підприємств: -ТОВ «СВАТОВСКАЯ ОЛИЯ» (Луганська обл., Сватовський р-н, м. Сватово, -ПАТ "КОМБІНАТ КАРГІЛЛ" (м. Донецьк) -ЗАО "СЛАВЯНСКОЛИЯ" (Донецька область)
Ризик втрати ринку збуту	Рейдерство. Корупція	Втрата посівних площ через неможливість оформлення договорів оренди з землевласниками.
Ризик втрати ринку збуту та ризик конкурентоспроможності на світовому рівні	Відключення електричної енергії на території України	Основна проблема при відключенні електричної енергії - застигання макухи в пресах. Крім поломок виробничого устаткування, проблема забезпечення підприємства електроенергією може стати причиною істотного зниження обсягів виробництва масложирової продукції в країні.
Ризик втрати внутрішнього ринку	Зниження цін на світовому ринку рослинних олій	Зменшення обсягів виробництва. Зменшення рентабельності та прибутку. Збільшення безробіття.
Фінансовий ризик	Правові проблеми, недосконалість чинного законодавства	Зниження прибутковості, інвестиційної привабливості.
	Нестійкість фінансового ринку	Недостатнє кредитування. Закриття заводів. Підвищення рівня безробіття. Зниження національного виробництва

Продовження таблиці 2

Ризик інвестування в галузь	Зниження відсотку експортного мита до 10% або його відміна та введення додаткового імпортного мита	Скасування Україною експортного мита на насіння соняшнику створить переваги для нашого основного конкурента на ринку соняшникової олії - Російської Федерації, яка застосовує експортні мита на всі види олійних культур. Особливо зацікавлені у скасуванні мита Туреччина та інші країни ЄС, які закуповують українську соняшкову олію. Скасування дії експортного мита на насіння соняшнику призведе до зупинки більшості заводів, значного скорочення виробництва соняшникової олії і створення ажіотажного попиту на нього на внутрішньому ринку, втрати позицій на світовому ринку масла і, як загальний результат, підвищення соціальної напруженості в суспільстві через скорочення значної кількості робочих місць на підприємствах, поглиблення інфляційних процесів, скорочення надходжень до державного бюджету та до втрати інвесторів.
-----------------------------	--	--

Джерело: розроблено автором на основі власних досліджень та враховуючі дані [9-13]

При структуризації ризиків суб'єктів господарювання олійножирової галузі було враховано основні фактори, які впливають на економіку взагалі та олійножирову галузь зокрема, а саме: знецінення гривні; анексія Криму; воєнні дії на сході країни; різке припинення торгових відносин з Російською Федерацією та політичні зміни в країні.

Структуризація доводить, що ризики мікро рівня є наслідками ризиків макро рівня. Також відмітимо, що головні гравці галузі, тобто виробники та експортери соняшникової олії, опинилися в зоні ризику, а саме: Група компаній Кернел, Сателліт та АТ «Каргіл».

Зазначимо, що Україна, одна із 70 країн, в якій працює транснаціональний гігант Cargill, але в 2014 році компанія закрила свій олієекстракційний завод та елеватор в місті Донецьк.

Також хотілося б визначити основні напрями подолання ризиків для кожного рівня, отже, на макрорівні необхідно:

- впровадити на підприємстві сучасні методи управління логістичними операціями;

- використовувати, по можливості, інші види договорів та змінити умови співробітництва з контрагентами;

- впровадити виробництво біодизеля із відходів з метою подальшого продажу.

На мезорівні напрями подолання ризиків можуть стати:

- відкриття перспективних та альтернативних ринків збуту (Китаю, Бангладешу, Індії та країн Близького Сходу та Північної Америки);

- ефективне управління сівозмінами (наприклад, соняшник - кукурудза);

- пошук нових ринків збуту як існуючих видів продукції, так і продуктів органічного виробництва. Вирощування біологічної сировини;

- будівництво сховищ для зберігання шроту;

- посилення коопераційних зв'язків між підприємствами з метою прямого постачання сировини;
 - розробка, впровадження та постійне удосконалення програми державної продовольчої безпеки, яка б гарантувала поставки олійножирової продукції;
 - впровадження схеми когенерації – виробіток не тільки теплової енергії, але і електроенергії;
 - виробництво продукції з високою доданою вартістю (якісна рафінація, дезодорація та фасування). Виробництво пальмової олії.
- В свою чергу, на макрорівні для подолання ризиків необхідні:
- дієва програма розвитку галузі. Трансфертне ціноутворення. Біржові ціни та котирування;
 - дії держави в напрямку врегулювання воєнної та конфліктної ситуацій;
 - створення інтегрованих структур (інтеграція вниз);
 - розробка прозорого механізму взаємодії між орендарями та землевласниками на державному рівні;
 - посів високомаржинального кондитерського соняшника. Вирощування сої, гірчиці, фасолі, чечевиці, нута та спельти. Переробка нішевих культур. Вирощування органічної продукції;
 - прийняття Законів: про громадські об'єднання та про лобізм;
 - кроки впровадження обробітку високоолеїнового соняшнику - соняшнику з вмістом олеїнової кислоти понад 82% і низьким вмістом лінолевої кислоти;
 - вирощування органічної продукції;
 - спрощення сертифікації насіння;
 - заходи швидкої адаптації до змін в макросередовищі за рахунок ефективного менеджменту на рівні держави. Залучення коштів шляхом виходу на зовнішні фондові ринки.

Відмітимо, що проведена структуризація є підґрунтям для здійснення кількісного аналізу ризиків та визначення ризикованості ведення бізнесу, що є підставою для подальшого наукового дослідження.

Висновки. Визначені та структуровані фактори ризику для підприємств олійножирової галузі дали можливість охарактеризувати саме ті з них, що найбільше впливають на роботу підприємств та показати можливі наслідки їх настання. Треба зазначити, що кожне підприємство, аналізуючи зовнішнє та внутрішнє середовище господарювання, повинно групувати набір факторів ризику, що в першу чергу залежить від масштабів діяльності, потужності підприємства, забезпечення ресурсами, ринкового становища, частки ринку, потенціалу розвитку тощо, та оцінювати їх вплив. Отже, постає питання управління ризиками або розробки заходів щодо мінімізації їх впливу на діяльність підприємства, що забезпечить ефективну їх роботу, збільшить рівень конкурентоспроможності, сприятиме розширенню представленості продукції на закордонних ринках та досягненню високих показників діяльності в ринкових умовах господарювання.

Література.

1. Nota bene: цифри, факты, мнения. Forbs , 2015. - №10. – С.4.
2. В 2014-2015 МГ Украина экспортировала 90% произведенного растительного масла [Електронний ресурс] режим доступу - <http://www.ukragroconsult.com/news/v-2014-2015-mg-ukraina-eksportirovala-90-proizvedennogo-rastitelnogo-masla>
3. Leveraging Ukraine's natural advantage in agriculture [Електронний ресурс] режим доступу - http://www.kernel.ua/media/uploads/kernelpresentation/15/02/Kernel_Company_Presentation_Q2FY2015.pdf
4. Жирный рынок / Недоризанюк Т //: ТОП-100 Рейтинги крупнейших №3 август 2015, с. 72-73
5. Волощук О.Г. Економічна ефективність виробництва продукції: сутність, види, ресурси, результат / Волощук О. Г. : зб. наук. праць Національного університету харчових технологій – К. : НУХТ, 2009. – № 31 – С. 6–9
6. Волощук О.Г. Особливості та умови формування економічної ефективності виробництва продукції підприємств олійно-жирової промисловості / Волощук О. Г. : Збірник «Інвестиційна практика та досвід» – К.: КУХТ, 2009. – № 8 – С. 53–56
7. Дуброва О.С. Особливості функціонування підприємств олійножирової галузі в умовах невизначеності / О.С. Дуброва // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. – Вип.14 – К.: КНЕУ, 2003. – С. 141-146
8. Каткова Н.В. Визначення і класифікація зовнішніх факторів ефективності олійного виробництва в ринкових умовах господарювання/ Н.В. Каткова // Науковий вісник Одеського державного економічного університету. – Одеса, 2006. - №3. – С.14-23.
9. Лозовський О.М. , Слободянюк С.В. Проблеми розвитку сучасної олійно-жирової галузі в Україні / О.М. Лозовський, С.В. Слободянюк // Економічний форум 1/2014. – с.18-22
10. Отключения электроэнергии масложировикам чреваты взрывом [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://latifundist.com/interview/169-stepan-kapshuk-otklyucheniya-elektroenergii-maslozhirovikam-chrevaty-vzryvom-blits-intervyu>
11. Посівні площі під олійними культурами цього року планують збільшити [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/2010-07-05-08-44-18/2879-2015-04-01-11-47-37.html>
12. Ринок олійних культур [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pricereview.com.ua/window/ReviewView.html?idReview=31>
13. Рынок высокоолеинового подсолнечника России и Украины: текущее состояние и потенциал-2014 [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.apk-inform.com/ru/consulting/higholeic>
14. Україна експортувала рекордну кількість соняшникової олії [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://agravery.com/ua/ekonomika/show/ukraina-eksportovala-rekordnu-kilkist-sonjashnikovoi-olii>

References.

1. Nota bene: cifri, fakty, mnenija. Forbs , 2015. - №10. – S.4.
2. V 2014-2015 MG Ukraina jeksportirovala 90% proizvedennogo rastitel'nogo masla [Elektronnij resurs] rezhim dostupu - <http://www.ukragroconsult.com/news/v-2014-2015-mg-ukraina-eksportirovala-90-proizvedennogo-rastitelnogo-masla>
3. Leveraging Ukraine's natural advantage in agriculture [Elektronnij resurs] rezhim dostupu - http://www.kernel.ua/media/uploads/kernelpresentation/15/02/Kernel_Company_Presentation_Q2FY2015.pdf
4. Zhirnyj rynek / Nedorizanjuk T //: TOP-100 Rejtingi krupnejshih №3 avgust 2015, s. 72-73/
5. Voloshhuk O.G. Ekonomichna efektyvnist' virobnictva produkciï: sutnist', vidi, resursi, rezul'tat / Voloshhuk O. G. : zb. nauk. prac' Nacional'nogo universitetu harchovih tehnologij – K. : NUHT, 2009. – № 31 – S. 6–9.
6. Voloshhuk O.G. Osoblivosti ta umovi formuvannja ekonomichnoï efektyvnosti virobnictva produkciï pidpriemstv olijno-zhirovoï promislovosti / Voloshhuk O. G. : Zbirnik «Investicijna praktika ta dosvid» – K.: KUHT, 2009. – № 8 – S. 53–56.

7. Dubrova O.S. Osoblivosti funkcionuvannja pidpriemstv olijnozhirovoi galuzi v umovah neviznachenosti / O.S. Dubrova // Strategija ekonomichnogo rozvitku Ukraïni: Nauk. zb. – Vip.14 – K.: KNEU, 2003. – S. 141-146
8. Katkova N.V. Vznachennja i klasifikacija zovnishnih faktoriv efekтивности olijnogo virobnictva v rinkovih umovah gospodarjuvannja/ N.V. Katkova // Naukovij visnik Odes'kogo derzhavnogo ekonomichnogo universitetu. – Odesa, 2006. - №3. – S.14-23.
9. Lozovs'kij O.M. , Slobodjanjuk S.V. Problemi rozvitku suchasnoi oljno-zhirovoi galuzi v Ukraïni / O.M. Lozovs'kij, S.V. Slobodjanjuk // Ekonomichnij forum 1/2014. – s.18-22
10. 10. Otkljuchenija jelektroenergii maslozhirovikam chrevaty vzryvom [Elektronnij resurs] Rezhim dostupu: <http://latifundist.com/interview/169-stepan-kapshuk-otklyucheniya-elektroenergii-maslozhirovikam-chrevaty-vzryvom-blits-intervyu>
11. 11. Posivni ploshti pid olijnimi kul'turami c'ogo roku planujut' zbil'shiti [Elektronnij resurs] Rezhim dostupu: <http://www.agro-business.com.ua/2010-07-05-08-44-18/2879-2015-04-01-11-47-37.html>
12. 12. Rinok olijnih kul'tur [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <http://pricereview.com.ua/window/ReviewView.html?idReview=31>
13. 13. Rynok vysokooleinovogo podsolnechnika Rossii i Ukrainy: tekushhee sostojanie i potencial-2014 [Elektronnij resurs] Rezhim dostupu: <http://www.apk-inform.com/ru/consulting/higholeic>
14. 14. Ukraïna eksportovala rekordnu kil'kist' sonjashnikovoi olii [Elektronnij resurs] rezhim dostupu - <http://agravery.com/ua/ekonomika/show/ukraina-eksportovala-rekordnu-kilkist-sonjashnikovoi-olii>

Виктория Москаленко, к.э.н., доцент

Ирина Евсеева, к.э.н., доцент

Национальный университет пищевых технологий

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ РИСКОВ МАСЛОЖИРОВОЙ ОТРАСЛИ

В статье охарактеризована масложировая отрасль, освещены основные перспективы развития и угрозы отрасли. Отражены нерешенные проблемы, связанные с отраслевыми особенностями и рисками отрасли. Выделены основные факторы, влияющие на различные виды рисков. Осуществлена группировка рисков, структурировано их на микро-, мезо- и макроуровне. Выделены основные направления преодоления рисков для каждого уровня.

Ключевые слова: риск, масложировая отрасль, факторы риска, последствия рисков.

Viktoriia Moskalenko, PhD in Economics, Associate Professor

Iryna Yevsieieva, PhD in Economics, Associate Professor,

National University of Food Technologies

MAIN RISKS OF OIL AND FAT INDUSTRY

The article is described oil and fat industry, the main threats and the perspectives of its development. The main operators of oil and fat industry with their net profit and gross income, market shares are considered that oil and fat industry develops, and is one of the most promising sectors of agricultural production. The results of the latest publications and unresolved issues related to industry characteristics and risks of the industry are considered: economic efficiency of companies in the oil and fat industry; methodological tools of optimal control of efficiency of oil production in market conditions and the issue of formation of the complex management system of economic risks are suggested. The basic factors that influence on the different types of risks are determined.

The group of risks was examined and structured into micro, meso and macro levels. It was considered that the primary condition for the risk assessment of different levels starts from quality analysis. Were defined and detailed risks consequences that may occur after the risk situation will take place.

Key words: risk, oil and fat industry, the effects of risk factors and the rating of market operators.

УДК 338.5
JEL D420, D700

Ульянов К.Є., к.е.н., доцент
НУОУ імені Івана Черняхівського

ТРАНСФЕРНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ ЯК ФАКТОР МОНОПОЛІЗАЦІЇ РИНКІВ

Розглянута природа трансферного ціноутворення як засобу забезпечення конкурентних переваг завдяки економії на внутрішньо корпоративних трансакційних витратах та оптимізації податкового навантаження і, відповідно, як фактором монополізації ринків. Визначено, що, в межах національних ринків це може мати позитивні наслідки для суспільства у випадку загострення конкуренції та зниження ціни. Досліджені преференції що отримують наднаціональні компанії завдяки використанню трансферного ціноутворення та можливості проведення монополізації національних ринків. Визначено, що запровадження єдиних наднаціональних правил контролю за трансферним ціноутворенням можуть мати двоїсті наслідки: дає можливість національним компаніям виходити на нові ринки та збільшує загрозу монополізації національних ринків транснаціональними компаніями.

Ключові слова: монополізація, конкурентоспроможність, трансферне ціноутворення, транснаціональні корпорації, офшорні зони.

Постановка проблеми. У сучасних економічних умовах коли Україна намагається кардинально переорієнтувати вектор економічних відносин зі Сходу на Захід через створення сприятливого інвестиційного клімату, відкриття своїх ринків і намагання виведення національних компаній на світові ринки, вимагає свідомого ставлення до нових ризиків, які неминуче виникають. Одним з таких ризиків є те, що компанії за допомогою внутрішньокорпоративної системи трансферного ціноутворення можуть здійснити монополістичну експансію на національні ринки з одночасним виведенням отриманих доходів з-під оподаткування.

Аналіз останніх публікацій. Дослідженням окремих аспектів інституціонального регулювання процесів монополізації займалися представники більшості економічних шкіл, з різних позицій розкриваючи їх природу і зміст. Формуванню неокласичної парадигми конкуренції і монополії, як протилежних ринкових структур, сприяли дослідження А. Курно, Ф. Еджуорта, Л. Вальраса, В. Паретто та інших. Аналіз процесів монополізації ринків та їх ефективності знаходимо у роботах Й. Шумпетера та інших вчених, які досліджували механізм формування монопольних ринків, їх негативні й позитивні наслідки для суспільства. Особливий погляд на проблему державного регулювання процесів монополізації ринків, діяльності монопольних утворень знайшов відображення у працях представників неоліберального (Ф. Хайєк, В. Ойкен, Л. Ерхард) та інституціонального (Дж. Гелбрейт, Ф. Перру) напрямів економічної думки. Трансферне ціноутворення досліджувалося в роботах Р.Коуза, [1] О. Вільямсона. [2], А. Аткінсона [3]

Невирішені частини проблеми. Трансферне ціноутворення на сьогодні розглядається, з одного боку, як рушійний та мотиваційний механізм для зниження трансакційних внутрішньофірмових витрат та побудови ефективної інформативної

системи управління бізнес-процесами на рівні як національної кампанії, так і міжнародної. З іншого боку, воно виступає дієвим інструментом зниження податкового навантаження на корпорацію в цілому шляхом штучного маневрування взаємовідносинами між центрами затрат і доходів, що може йти врозріз інтересами національних економік, надавати конкурентні переваги міжнародним компаніям над національними та створювати умови для монополізації національних ринків. Дуалізм зазначеного процесу вимагає від України виваженого підходу у проведенні інвестиційної та податкової політик.

Метою статті є дослідження трансферного ціноутворення як фактору монополізації національних ринків транснаціональними компаніями.

Результати дослідження. Практика сучасного господарювання засвідчує, що для країн з розвинутими ринковими відносинами монополізація ринків є каталізатором інноваційного розвитку і, відповідно, одним із впливових чинників підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Водночас, для країн з транзитивною економікою, які характеризуються недосконалістю конкурентної політики, монополізація ринків призводить до нераціонального використання обмежених ресурсів і, як наслідок, до зниження ефективності суспільного виробництва. Система трансферного ціноутворення, що застосовується господарюючими суб'єктами, як зазначено вище, суперечливо впливає на результати суспільного виробництва.

Проаналізуємо природу трансферного ціноутворення у контексті отримання фірмою конкурентних переваг і, як наслідок, здобуття монопольного становища на ринку. Трансферне ціноутворення існує там, де мають місце трансфери товарів та послуг в межах однієї організаційної одиниці. На певному етапі свого поступального розвитку компанія стикається з проблемою невідповідності внутрішньогосподарської системи обміну економічною інформацією між підрозділами задля виявлення резервів, за рахунок яких можна зменшити витрати та виявити перспективні напрямки ведення бізнесу. Існуючі організаційні структури не дають можливості обчислювати прибуток по окремому бізнесу фірми. У зв'язку з цим виникла необхідність створення такої системи внутрігосподарського обліку, яка б дала можливість відслідковувати прибутковість (планову та фактичну) не в момент реалізації продукції, а ще на етапі планування, виробництва, її внутрішнього переміщення в межах фірми, виявлення впливу на прибуток суміжних підрозділів, які безпосередньо не беруть участі у створенні додаткової вартості, але визначають умови для її виробництва та їх частку в генерованій додатковій вартості.

Західні економісти Р. Ентоні та Дж. Дердер визначили такі цілі запровадження системи трансферного ціноутворення в компанії.

1. Система транспортного ціноутворення має стимулювати менеджмент відповідного рівня до прийняття ефективних рішень та подання інформації для їх обґрунтування. Це можливо тільки тоді, коли менеджмент зацікавлений у збільшенні прибутку свого підрозділу і збільшують прибуток фірми в цілому.

2. Рішення про розмір трансферних цін має відобразитися на прибутковості підрозділу і надати обґрунтовані критерії зміни діяльності підрозділу, так як доходи одного підрозділу генерують доходи іншого підрозділу.

3. Система трансферного ціноутворення не повинна порушувати автономію підрозділів. Менеджери повинні мати певну автономність і свободу в прийнятті рішень.

Недопустимо збільшувати відповідальність і в той же час централізовано призначати внутрішні ціни [4].

Інші дослідники Л. Мак Аулей и К. Томкінс [5] виокремили такі групи взаємопов'язаних цілей трансферного ціноутворення:

- функціонально-економічну необхідність;
- організаційні причини;
- стратегічні задуми.

Функціональна необхідність вимагає виділення у складі компанії таких центрів:

- прибутку – підрозділи, що контролюють свої доходи і витрати;
- затрат – підрозділи, на яких здійснюється контроль виробничих затрат;
- витрат – підрозділи, які контролюють накладні витрати;
- інвестицій – підрозділи, що здійснюють контроль та несуть відповідальність за використання власного та залученого капіталу;
- центри доходів – підрозділи, що контролюють виручку (доходи).

Економічна необхідність передбачає ефективний розподіл обмежених ресурсів між центрами для досягнення як оперативних, так і стратегічних цілей компанії.

Організаційна складова полягає у необхідності створення найбільш стійкої до впливу деструктивних зовнішніх факторів структури підприємства. Одночасно вона повинна бути інструментом інтеграції й диференціації.

Система трансферного ціноутворення покликана забезпечити дієвий механізм спочатку генерування, а потім і виконання стратегічних задумів.

Підприємство досягає конкурентної переваги, створюючи додаткову вартість, генеруючи прибуток через зниження транзакційних витрат та проводячи політику монополізації. Працюючи зі складовими вартості (прямими, постійними, змінними витратами, обсягами продажу і відповідно маржею прибутку) та враховуючи умови, в яких підприємство може створювати вартість (привабливість галузі, інфраструктурне середовище, законодавче регулювання), підприємство виробляє оперативну лінію поведінки на ринку задля отримання конкурентних переваг та стратегічних цілей щодо його монополізації.

Впроваджуючи систему трансферного ціноутворення, вище керівництво підприємства формує ланцюги центрів створення вартості, орієнтовані на конкретні бізнес-одиниці, які зайняті стратегічно важливою діяльністю для досягнення конкурентних переваг та монополізації ринку. Цей процес генерує супутні інформаційні потоки, що дають можливість оцінити, які центри генерують додаткову вартість і в якому розмірі, а які недостатньо її генерують, або взагалі тільки споживають. У результаті внутрішньо-торгових відносин виникають проміжні продукти, які також можуть реалізовуватись не тільки внутрішнім споживачам, що, в свою чергу, збільшує присутність підприємства на різних ринках та надає йому можливість проводити моніторинг власної конкурентно-спроможності на супутніх ринках. Зважаючи на те, що трансферні ціни можуть формуватися (і, як правило, формуються) не тільки під впливом попиту та пропозиції, а й під впливом неринкових факторів, то може скластися ситуація, що така ціна буде неприйнятною для внутрішніх споживачів (вищою, ніж на зовнішньому ринку). Отже, вище керівництво отримує інформацію про те, що відповідний центр не генерує вартість. У межах

підприємства створюється свого роду внутрішній монопольний ринок для захищених гравців з можливістю виходу на зовнішній ринок у випадку цінової переваги на ньому. Зовнішні гравці, як правило, не мають такої можливості.

З наведеного можна дійти висновку, що трансферне ціноутворення як система внутрішньофірмових відносин спрямована на зростання конкурентоспроможності шляхом створення системи обліку та контролю за витратами та прибутком у центрах їх генерування.

Наприкінці минулого століття зі зростанням глобалізації світового господарства компанії, що вийшли за межі національних ринків отримали можливість переміщати центри отримання доходів і затрат з різних національних юрисдикцій задля мінімізації податкового навантаження. Першими почали застосовувати централізацію поставок і переміщувати головні офіси за межі національних територій американські, британські та голландські компанії, але пізніше ці питання поставили на порядок денний і інші країни. Крім того, великі компанії організаційно почали реформувати свої представництва і відокремлені підрозділи у національні підприємства, що ускладнило процес контролю для національних податкових органів. З країн з високим рівнем податкового навантаження виводилися, у першу чергу, центри отримання прибутку, а центри затрат формально стали підприємствами з мінімальною, контрольованою рентабельністю. Як результат, національні податкові системи почали недораховуватися значних сум податкових надходжень.

Крім того, окремі держави в інтересах великого транснаціонального капіталу проводять політику лібералізації економіки в формі зниження бар'єрів, створення вільних економічних зон з метою залучення ресурсів ТНК у власну економіку для забезпечення поступального розвитку. Це створює для ТНК додаткові можливості для монополізації національних ринків. З іншого боку, масштаби світового ринку практично виключають можливість абсолютної його монополізації. Структура глобального ринку характеризується наявністю незначної кількості компаній, які, з одного боку, отримують монопольні переваги, а з іншого – змушені вступати між собою в договірні відносини. Процес монополізації одних ринків створює сприятливі умови для монополізації суміжних ринків. Як приклад, симбіоз великого промислового та банківського капіталу. Система трансферного ціноутворення для ТНК обслуговується відповідним банком, який, в свою чергу, є подібним ТНК тільки іншого ринку. Результатами такої співпраці виступають ті ресурси, які формуються у офшорних зонах на рахунках основних гравців світового ринку.

У дослідженні «Offshore Shell Games 2015» [6] оприлюднені дані про активи найбільших американських компаній що зареєстровані в офшорах. Згідно з оприлюдненими даними, майже три чверті фірм із списку Fortune 500 мають офшорні «дочки» на Бермудських островах, в Ірландії, Люксембургу та Нідерландах.

Технологічний гігант «Apple» (США) тримає в офшорах більше, ніж будь-яка інша компанія США (близько 180 млрд.дол.США). За оцінками дослідників, якби ці кошти «Apple» знаходилися у США, їй довелося б сплатити 59 млрд.дол.США податків.

Окрім того, використання особливостей національних податкових систем дають змогу ТНК не тільки зменшувати податкове навантаження, а й користуватися податковими пільгами. Так, за матеріалами того-ж дослідження [6], компанія «Apple», без сплати американських податків, не раз вдавалася до випуску облігацій для

фінансування власних витрат. Такий шлях є не тільки дешевшим, але й дає змогу легалізувати свої надприбутки, водночас отримавши від держави в рамках податкових пільг сотні мільйонів доларів.

За даними розслідування, проведеного на запит Сенату США, «Apple» використовувала «компанії-привиди», зареєстровані в Ірландії, як «ланку для переведення мільярдів доларів доходів із США». Так, протягом 2009-2012 рр. близько 30 млрд.дол.США були вказані як дохід дочірньої компанії «Apple Operations International» – компанії, яка навіть не має співробітників. Завдяки прогалинам в ірландському та американському податкових законодавствах «Apple Operations International» взагалі не була зобов'язана оголошувати себе податковим резидентом будь-якої з цих країн і, відповідно, сплачувати податки.

У результаті протягом принаймні п'яти років прибуток цієї компанії не обкладався податком. Проте «Apple» продовжує наполягати, що практика бухгалтерського обліку компанії цілком законна. Варто нагадати, що доводять законність проведених транзакцій з точки зору бухгалтерських правил аудитори так званої «Великої четвірки» (конкретно – компанії «Deloitte&Touche» LLP), яка також активно проводить монополізацію ринку аудиторських послуг. За вказаними даними, офшорні кошти «Apple Operations International» обслуговуються банками Мангеттена.

Прикладами використання системи трансфертного ціноутворення з метою монополізації ринків є також інші компанії США – «General Electric» (тримає майже 120 млрд.дол.США у 18 офшорних зонах), «Microsoft» (108 млрд.дол.США), фармацевтичний гігант «Pfizer» (74 млрд.дол.США у 151 дочірній компанії).

Для нашого дослідження показовим є приклад компанії «Microsoft». За даними SEC, протягом 2010-2012 рр. компанія заробила 20 млрд.дол.США і заплатила 9,8 млрд.дол.США податку на прибуток. Проте, за даними неурядових організацій, компанія агресивно переводить прибуток до офшорних зон, зокрема, в Пуерто-Ріко. Зокрема, 47 центів з кожного долара прибутку, одержаного в США, «Microsoft» переводила «дочці» в Пуерто-Ріко.

Наприкінці 2014 року принаймні 358 компаній – майже 72% з Fortune 500 мали філії в країнах з пільговим оподаткуванням. Разом ці компанії відкрили 7 622 дочірні фірми. У 57 компаніях заявили про сплату за кордоном податків за ставкою 6%, тоді як у США ставка корпоративного податку становить 35%.

Підтвердженням тези про симбіоз великого промислового та банківського капіталу є приклад «Citigroup», який є третім за величиною банком США. Його активи становлять приблизно 1,88 трлн.дол.США. Він також має найбільшу фінансову мережу, його офіси є у 140 країнах. Крім того, в офшорних зонах є ще 427 дочірніх підрозділів цієї компанії, і тільки 41 офіційно пов'язані з материнською компанією.

Протягом 2008-2014 рр. корпорація повідомила про подвоєння капіталу в офшорах. У 2012 р. вона тримала там 42 млрд.дол.США, а зараз – уже 44. За даними дослідження, «Citigroup» не платив федеральних податків на прибуток протягом останніх чотирьох років, після одержання в період фінансової кризи від Федеральної резервної системи 2,5 трлн.дол.США фінансової допомоги. За даними неурядової організації, «OpenSecrets.org», Citigroup витрачає мільйони на лобіювання своїх інтересів у Конгресі США [7]

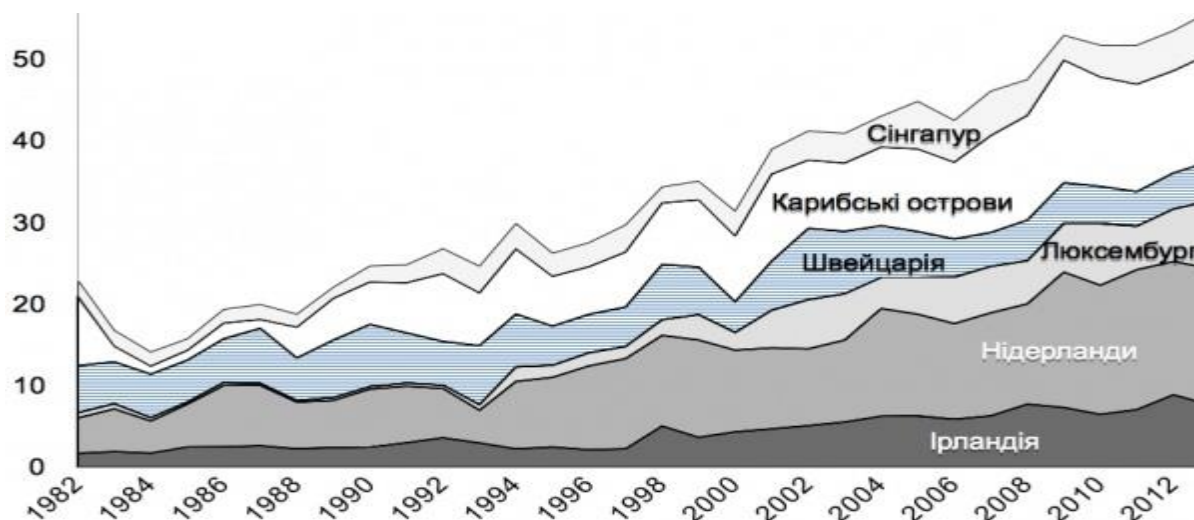


Рис. 1. Відсоток корпоративних прибутків США в офшорних зонах

Джерело: [7]

Разом з тим, хоча наведені дані наглядно показують, що боротьба урядів за податки ТНК ще не можна назвати успішною, світові лідери вже напрацювали як національну законодавчу базу, так і міжурядові угоди, спрямовані на регулювання і справедливе оподаткування доходів ТНК.

Міжнародні принципи регулювання трансферного ціноутворення орієнтовані, насамперед, на суть відповідної транзакції, а не на її форму. Основними організаціями, що проводять політику щодо трансфертного ціноутворення в межах Європи, є Європейський Союз (головним чином представлений Європейською комісією та Спільним форумом ЄС з трансфертного ціноутворення), а також Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) [8].

Основною метою і перевагою Керівництва ОЕСР є декларація про встановлення рівних умов як для платників податків, так і для податкових органів тих країн, національне законодавство яких базується на його положеннях. З одного боку, корпорації впроваджують трансферне ціноутворення для економії трансакційних витрат; з іншого боку, система контролю вимагає додаткових трансакційних витрат для підтвердження законності транзакцій. Керівництво ОЕСР забезпечує дотримання паритету інтересів як компаній, так і держав. Враховуючи складність процесів, пов'язаних з трансферним ціноутворенням і здійсненням зовнішніх інвестицій в цілому, наявність єдиних прийнятних правил створює сприятливі умови для розширення компаніями бізнесу за кордоном і дозволяє знизити ризики подвійного оподаткування. Водночас, впровадження єдиних правил вимагає зняття перепон входження та відкриває внутрішні ринки для монополізації з боку надвеликих компаній, які, як показує практика, мають для цього можливість та вільні ресурси.

Об'єктом системи регулювання правил трансферного ціноутворення є операції між пов'язаними сторонами. Для зменшення обсягу контрольованих операцій в законодавстві встановлюється поріг контролю за обсягом транзакції.

Податкове законодавство України з 2013 р. також зобов'язує інформувати контролюючий орган про обсяги таких операцій, однак виникає проблема із визначенням пов'язаних сторін. Тільки у 2015 року запроваджено обов'язковість зазначення у реєстраційних документах юридичних осіб кінцевих бенефіціарів, що

можливо створить інформаційну базу для цивілізованого регулювання відносин у сфері трансферного ціноутворення в Україні.

Висновки. Система трансферного ціноутворення запроваджується в компаніях задля економії на транзакційних витратах, з одного боку, і з іншого – як спосіб зменшення податкового навантаження. І перше, і друге створює конкурентні переваги і умови для монополізації ринків. У межах національних ринків за умови загострення конкуренції та зниження ціни це може мати позитивні наслідки для суспільства. У той же час міжнародні компанії через систему трансферного ціноутворення мають можливість монопольної експансії на національні ринки завдяки маневруванням коштами та іншими ресурсами між підконтрольними центрами затрат, доходів і прибутку.

У результаті виведення коштів у офшорні зони за допомогою трансферного ціноутворення ТНК мають можливість створити інвестиційний ресурс для забезпечення науково-технічного розвитку в майбутньому, що позитивно може відобразитися на створенні додаткових технологічних благ для суспільства в майбутньому.

Запровадження єдиних правил контролю за трансферним ціноутворенням можуть мати суперечливі наслідки. З одного боку, наявність єдиних прийнятних правил створює сприятливі умови для компаній для розширення бізнесу за кордоном і дозволяє знизити ризики подвійного оподаткування. З іншого боку, впровадження єдиних правил відкриває внутрішні ринки для монополізації зі сторони надвеликих компаній, які мають можливість та вільні ресурси для цього.

Література.

1. Коуз Р.Г. Природа фирмы // Уроки организации бизнеса / Под ред. А.А. Демина, В.С. Каткало. СПб., 1994. С. 29-50
2. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контракция. СПб., 1996. – 702 с.
3. Atkinson A.A. Intra-firm Cost and Resource Allocations: Theory and Practice. Totonto, 1987
4. Anthony R.N., Dearden J. Management Control Systems. R.D. Irwin, 1984. p. 235
5. McAulay L., Tomkins C.R. A Review of the contemporary transfer pricing literature with recommendations for future research // British Journal of Management. 1992. №3. p p . 101-122
6. Offshore Shell Games 2015 [Текст] / The Use of Offshore Tax Havens by Fortune 500 Companies]. - Режим доступу: <http://ctj.org/pdf/offshoreshell2015.pdf>
7. Дубенский В. Во все тяжкие. Самые большие "уклонисты" Америки [Текст] / Экономічна правда: - Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/rus/publications/2015/10/28/564692/>
8. Волошенко А.В. Сучасна цінова політика / А.В. Волошенко. — К. : Знання, 2014. — 239 с. — (Сучасна наука).

References.

1. Kouz R.H. Pryroda fyrmy // Uroky orhanyzatsyy byznesa / Pod red. A.A. Demyna, V.S. Katkalo. SPb., 1994. S. 29-50
2. Uyliamson O.Y. Ekonomycheskye ynstytuty kapytalyzma: Fyrmy, ryanky, «otnoshencheskaia» kontraktatsyia. SPb., 1996. – 702 s.
3. Atkinson A.A. Intra-firm Cost and Resource Allocations: Theory and Practice. Totonto, 1987
4. Anthony R.N., Dearden J. Management Control Systems. R.D. Irwin, 1984. p. 235
5. McAulay L., Tomkins C.R. A Review of the contemporary transfer pricing literature with recommendations for future research // British Journal of Management. 1992. №3. p p . 101-122

6. Offshore Shell Games2015 [Tekst] / The Use of Offshore Tax Havensby Fortune 500 Companies]. - Rezhyim dostupu: <http://ctj.org/pdf/offshoreshell2015.pdf>
7. Dubenskyi V. Vo vse tiazhkye. Samyye bolshye "uklonysty" Ameryky [Tekst] / Ekonomichna pravda: - Rezhyim dostupu: <http://www.epravda.com.ua/rus/publications/2015/10/28/564692/>
8. Voloshenko A.V. Suchasna tsinova polityka / A.V. Voloshenko. — K. : Znannia, 2014. — 239 s. — (Suchasna nauka).

Ульянов К.Е., к.э.н., доцент
НУОУ имени Ивана Черняховского

ТРАНСФЕРНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР МОНОПОЛИЗАЦИИ РЫНКОВ

В статье раскрыта природа системы трансфертного ценообразования как средства обеспечения конкурентных преимуществ компании благодаря экономии на внутренних корпоративных транзакционных расходах и оптимизации налоговой нагрузки. Определенно, что, в пределах национальных рынков это может иметь позитивные последствия для общества в случае обострения конкуренции и, как следствие, снижения цен. Проведено исследование предпочтений, получаемых транснациональными корпорациями при маневрировании центрами доходов и затрат с использованием офшорных зон. Это, в свою очередь, дает возможность рассматривать трансфертное ценообразование как фактор монополизации рынков.

Ключевые слова: монополизация, конкурентоспособность, трансфертное ценообразования, транснациональные корпорации, офшорные зоны.

TRANSFER PRICING AS A FACTOR OF MARKET MONOPOLIZATION

The article disclosed the nature of transfer pricing as a means of competitive advantages by saving on internal corporate transaction costs and tax optimization. This may have a positive impact on society by increasing of competition. Consequently, prices are getting lower, so that national markets can absolutely satisfy the customer needs. The article consists also analyze of transnational corporations preferences that appear because of cost and revenues centers maneuvering, especially on offshore zones. So that it makes possible to consider the transfer pricing as a factor of market monopolization.

Key words: monopolization, competitiveness, transfer pricing, multinational corporations, offshore zones.

УДК 338.1
JEL E270

Чорнодід І.С., к.е.н., доцент,
Науково-дослідний економічний інститут
Міністерства економічного розвитку та торгівлі України

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ

Стаття присвячена сутності конкурентоспроможності національної економіки. Розкрито сутність категорії конкурентоспроможність в залежності від етапів розвитку категорії конкурентоспроможності. Охарактеризовано підходи до оцінки конкурентоспроможності національної економіки.

Ключові слова: конкурентоспроможність національної економіки, конкуренція, підходи та етапи розвитку конкурентоспроможності.

Сучасні економічні реалії переконливо свідчать, що темпи та загальний вектор напрямку соціально-економічного прогресу національної економіки в значній мірі залежать від конкурентоспроможності країни.

На сьогодні створена значна теоретична база у сфері конкурентоспроможності національної економіки. Питання забезпечення конкурентоспроможності економіки України розглядаються в працях вітчизняних вчених: Л.Л.Антонюк, В.Д.Базилевич, Я.Б.Базиліук, З.С.Варналій, А.С.Гальчинський, В.М.Геєць, Я.А.Жаліло, І.Г. Мансурова, Б.Є.Кваснюк, Г.М.Філюк та ін.

Проаналізувати теоретичні підходи до трактування поняття конкурентоспроможності економіки, розкрити теоретико-методологічні основи визначення цієї категорії в залежності від етапів розвитку економіки, показати значення конкурентоспроможності країни в умовах розвитку національної економіки.

Проблема забезпечення конкурентоспроможності країни як чинника зростання багатства націй історично була чи не найпершою в економіко-теоретичних дослідженнях і періодично актуалізувалася представниками різних напрямків економічної думки. У результаті дослідники виокремлюють шість історичних етапів у розвитку даної проблеми з домінуючою для кожного з них теорією та визначальними критеріями: 1-й етап (XVII–XVIII ст.) теорія меркантилізму – нагромаджене багатство (золото) держави; 2-й етап (XVIII ст.) теорія абсолютних переваг – абсолютні витрати виробництва; 3-й етап (XIX ст.) теорія відносних переваг – відносні витрати виробництва; 4-й етап (початок XX ст.) еволюційна теорія – інновації та підприємництво; 5-й етап (20-60-ті рр. XX ст.) теорія співвідношення факторів – відмінність у факторах виробництва і їх ефективне застосування; 6-й етап (90-ті роки XX ст.) теорія конкурентних переваг – продуктивність у використанні факторів на різних стадіях конкурентоспроможності. З початку XXI ст., з нашого погляду, чітко виділяється 7-й етап, який характеризується застосуванням соціально-інституціональних чинників та переваг у визначенні змісту конкурентоспроможності національної економіки.

Найбільш відомі економіко-теоретичні підходи, що визначають етапи в розвитку теорії конкурентоспроможності країни такі: А. Монкретьєн і Т. Мен (теорія меркантилізму, 1615р., 1630 р.). Представники меркантилізму основою багатства країни

вважали наявність золота та грошей. Вони надавали особливої ролі міжнародній торгівлі як чиннику збагачення. Головною якісною характеристикою конкурентоспроможності країни вважали досягнення активного торгового балансу.

А.Сміт, Д. Рікардо (теорія абсолютних переваг, 1776 р.; теорія порівняльних переваг (1817 р.)). А.Сміт у праці «Дослідження про природу та причини багатства націй» обґрунтував теорію абсолютних переваг, суть якої полягає в тому, що добробут націй залежить не стільки від кількості накопиченого ними золота, скільки від їхньої здатності виробляти кінцеві товари і послуги. На його думку, якщо одна нація має абсолютні переваги у виробництві певного товару, а інша – іншого, то кожна може спеціалізуватися на виробництві та торгівлі того товару, витрати виробництва якого найменші [11, с.279].

Д. Рікардо дійшов до висновку, що країни можуть виграти від зовнішньої торгівлі внаслідок нерівності внутрішніх альтернативних вартостей двох товарів у різних країнах та внутрішнього співвідношення їх цін – порівняльна перевага залежить від співвідношення продуктивності праці в кожній країні [12, с.474.]

Дж. Мілль (теорія взаємного попиту). Учений у праці «Принципи політичної економії» (1848 р.) запропонував теорію, яка ґрунтується на понятті інтернаціональної вартості й обґрунтував конкурентні переваги країн у експорті певного товару зростанням попиту на певний товар на зарубіжних ринках навіть за умов відсутності порівняльних переваг на цей товар. Серед факторів виробництва пріоритетного значення він надавав капіталу, який через заощадження та інвестиції здійснює необмежений вплив на зростання виробництва та посилення можливостей його конкурентних переваг [8, с.266].

М. Вебер (соціальна теорія, 1904 р.). За визначенням М. Вебера, конкуренція – це «мирні спроби» встановлення контролю над можливостями і перевагами, які також бажані іншими. У такій інтерпретації конкурентна боротьба має на меті не володіння якими-небудь можливими перевагами і не отримання їх, а здійснення контролю над ними, що на наш погляд, вірно і доповнює приведені вище підходи до досліджуваного поняття [20].

Й. Шумпетер (еволюційна теорія, 1910- 1912 рр.). Учений у праці «Теорія економічного розвитку» (1912 р.) виклав концепцію ефективної конкуренції, яка ґрунтується на поширенні новинок у різних формах. Саме виробництво нових товарів, застосування нової технології, техніки, освоєння нових ринків збуту, перехід до раціональних форм організації і методів управління лежать в основі конкурентних переваг у довгостроковому періоді. На його переконання, визначальне значення в економіці має відігравати не конкуренція цін чи якості, а конкуренція нововведень, бо саме інновації і підприємництво є головними чинниками формування конкурентних переваг країн.

Е. Хекшер та Б. Олін (теорія співвідношення факторів виробництва, 1933 р.). Е. Хекшер («Вплив зовнішньої торгівлі на розподіл доходів» (1919) і Б. Олін («Міжрегіональна та міжнародна торгівля» (1933) проаналізували вплив міжнародної торгівлі на фактори виробництва у двох країнах. Тобто суть підходу Хекшера – Оліна до міжнародної торгівлі і спеціалізації окремих країн полягає у тому, що з причин історичного і географічного характеру розподіл матеріальних і людських ресурсів між країнами нерівномірний, що пояснює різницю відносних цін на товари, від яких, в свою чергу, залежать національні порівняльні переваги. У відповідності з моделлю міжнародної торгівлі Хекшера – Оліна в процесі міжнародної торгівлі відбувається вирівнювання цін факторів виробництва.

М. Портер (теорія міжнародної конкуренції, 1990 р.). Учений у праці «Конкурентні переваги націй» (1990 р.) визначив причини успіху країни в міжнародній конкуренції в тій

або іншій галузі за допомогою системи чотирьох показників – «конкурентного ромба» (Рис. 1).

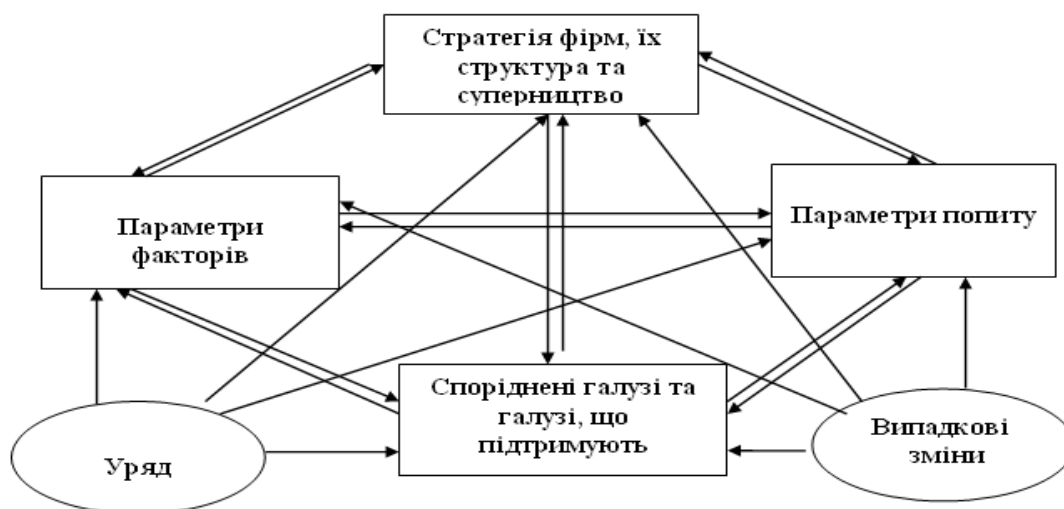


Рис. 1. Детермінанти конкурентної переваги країни, або «Національний ромб»
Джерело: [4, с. 111]

У поясненні детермінант конкурентної переваги країни він поставив головним завданням визначення такого напрямку використання ресурсів, який може забезпечити високий рівень конкурентної переваги.

Крім чотирьох факторів, що складають «національний ромб», М. Портер виділяє ще дії уряду та випадкові зміни. М. Портер, зазначав, що «...головна мета держави – забезпечити власним громадянам достатньо високий та зростаючий рівень життя. Спроможність держави зробити це залежить не від якогось аморфного поняття «конкурентоспроможність», а від того, наскільки продуктивно використовуються національні ресурси – праця та капітал» [16, с. 35].

А. Сливоцький (теорія міграції капіталу, 1995 р.). Учений вважав, що основним фактором високої конкурентоспроможності суб'єктів міжнародних економічних відносин є їх сприйнятливість до інновацій. Саме потужний економічний потенціал дає змогу країні та її фірмам успішно конкурувати на світових ринках. Втім, конкурентоспроможність країни перетворюється на динамічний процес постійних змін і оновлень, які дають імпульс до еволюційного розвитку, та додаткові конкурентні переваги [10].

А. Брандербургер, Б. Нейлбафф (теорія співробітництва конкурентів, 1996 р.). Учені пропонують новий погляд на ці два види діяльності: співпраця – це те, як ми створюємо матеріальні цінності: як ми печемо пиріг; конкуренція – це те, як ми отримуємо матеріальні цінності: як ми відрізуємо свій шматок пирога. Розвиваючи теорію ігор, Б. Нейлбафф і А. Бранденбургер говорять, що бізнес – це гра, де для створення матеріальних цінностей компанії потрібно вступити у відносини з іншими гравцями. До звичайних категорій споживачів, постачальників і конкурентів вони відносять «комплементорів» – не помічених раніше учасників процесу, доповнюючих конкурентів [2].

Г. Хамел, К. Прахалад, В. Рамасвами (теорія глобального випередження конкурентів та унікальної цінності, відповідно: 1990, 2001, 2004 рр.) [14]. Учені наголошують, що

стратегія сучасної компанії повинна бути адекватною бізнес-середовищу, що змінюється. Впровадження цифрових технологій і глобалізація радикальним чином змінюють природу кожної фірми. Теорія сумісного створення цінності К. Прахалада і В. Рамасвами ґрунтується на чотирьох ключових передумовах: діалог, що означає інтерактивність, взаєморозуміння і прагнення до дії з обох боків; доступ споживача до інформації, ресурсів і технологій в різних точках взаємодії; оцінка ризиків та інформування про них споживачів, які можуть потім усвідомлено прийняти частину ризику на себе; прозорість інформації, що необхідна для виникнення довіри між окремими людьми і організаціями [14,с.46].

Д. Белл, В. Іноземцев, Дж. Несбіт, А. Тофлер (інноваційно-інвестиційна парадигма глобальної конкурентоспроможності). В Україні її розробляють В. Бодров, А. Гальчинський, В. Геєць, В. Семиноженко, О. Швиданенко, А. Чухно. Суть парадигми пов'язується із нарощенням критичної маси принципових змін в умовах формування нової інноваційно-інформаційної економіки з участю у глобальному відтворювальному процесі і розподілі світового доходу суб'єктів з високим міжнародним рівнем конкурентоспроможності; з набуттям статусу вирішального чинника змін конкурентних позицій процесом трансформації знань у технологічні, фінансові та управлінські інновації; з формуванням нових тенденцій співвідношення національних та інтернаціональних чинників; із випереджаючим (порівняно з чинниками виробництва) рухом капіталу, з поглибленням нестійкості світової економіки та глобальної асиметричної взаємозалежності її компонентів [18].

Разом з тим, фахівці Європейської Економічної Комісії (Комітет з економічного співробітництва та інтеграції) наголошують, що інноваційний процес виступає «...певним підсумком, залежним як від доступу до знань і технологій, так і від здатності країни забезпечувати оптимальне використання можливостей, що відкриваються завдяки цьому доступу. Отже, для того, щоб країна могла використовувати іноземні технології і знання і успішно перетворювати їх в інновації, потрібні інвестиції в потенціал для їх освоєння. Це включає перш за все інвестиції в людський капітал, а також в інфраструктуру і прикладні НДПКР [6].

В. Воротін, Л. Антонюк (інтегральний підхід). Так, Л. Антонюк дає авторське визначення сутності категорії «міжнародна конкурентоспроможність країни», яке відрізняється від існуючих системним характером та соціальною спрямованістю і полягає у здатності країни займати й утримувати стійкі позиції на певних сегментах світового ринку завдяки: потужному економічному потенціалу; стабільному зростанню економіки на інноваційній основі; розвиненій системі ринкових інститутів; володінню значним інтелектуальним капіталом та інвестиційними ресурсами; гнучкій системі реагування на зміни світової кон'юнктури та диверсифікації національного виробництва, що дозволяє державі досягати повної реалізації національних інтересів [1].

Названі підходи до оцінки конкурентоспроможності національної економіки можна умовно об'єднати так: ресурсний (технології, наявність капіталу для внутрішнього та зовнішнього інвестування, природних ресурсів, чисельність і кваліфікація людських ресурсів, економіко-географічне положення країни); факторний (моніторинг конкурентних позицій країни на міжнародних ринках у залежності від рівня розвитку національної економіки, що характеризується реальним використанням факторів

економічного зростання); інтегральний (узагальнене відображення стану економіки за тією чи іншою системою показників).

Фахівці Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) для порівняння конкурентоспроможності країн виділяють три основних і дві перехідних стадії економічного розвитку національних економік. Залежно від характеру та джерел економічного розвитку першу стадію називають факторно-керованою стадією розвитку, наступну – перехідною від першої до другої стадії; другу – керованою ефективністю, наступну – перехідною від другої до третьої стадії; третю – керовану інноваціями. Україну віднесено до групи країн, розвиток яких керований ефективністю (друга стадія). Поряд з Україною до цієї групи належать такі країни, як Аргентина, Вірменія, Бразилія, Болгарія, Китай, Колумбія, Малайзія, Перу та інші – усього 26 країн.

1 стадія – факторна. Вона розповсюджується на країни з найнижчим рівнем розвитку, для яких мобілізація основних виробничих чинників (земля, сировинні ресурси і некваліфікована праця) є основною умовою макроекономічного зростання. На цій стадії основним завданням уряду є забезпечення загальної політичної і макроекономічної стабільності і достатньо вільних ринків, щоб дозволити ефективну утилізацію сировинних товарів і некваліфікованої праці як вітчизняними фірмами, так і через залучення іноземних інвестицій.

2 стадія – інвестиційна – стосується країн, що мають статус середньої прибутковості, де зростання залежить від інвестицій, а конкурентоспроможність досягається через використання світових технологій у внутрішньому виробництві.

3 стадія – інноваційна – відноситься до країн з високим рівнем економічного розвитку, які зробили перехід від економіки, що імпортує технології, до економіки, що створює технології. В цьому випадку, «існує критичний зв'язок між конкурентоспроможністю і високим рівнем освіти (особливо у сфері точних і природних наук) і здатністю швидко переходити до нових технологій» [19].

У сучасних умовах одним із визначальних чинників забезпечення високого рівня конкурентоспроможності країни виступає інституційна система, її відповідність сучасному рівню та завданням сталого й успішного розвитку економіки. Одним із таких чинників є сильна держава, яка забезпечує формальні механізми функціонування економіки, визначає стратегічні напрямки забезпечення конкурентоспроможності країни, здійснює контролюючі заходи. Причому має значення різноманітність механізмів у створенні та реалізації ролі сильної держави, що обумовлене не тільки умовним розділенням держав з ринковою економікою на три великі групи – ринковим капіталізмом США, соціально-ринковим капіталізмом країн Європи і державно-керованим капіталізмом Японії та інших країн Східної Азії, але і їх національними, історичними і соціально-економічними відмінностями [5].

Необхідно зазначити, що мають свою національну специфіку (модель конкурентоспроможності) і чинники, що забезпечують конкурентні переваги країни. Як зазначає Е. Лібанова, Україна успадкувала від СРСР модель конкурентоспроможності низьких цін, коли основу конкуренції складають низькі ціни на енергоресурси, всі без винятку товари, послуги й, звичайно, робочу силу [9]. На противагу інша – європейська модель, спирається на високу якість та високий технологічний рівень виробництва. На сьогодні першу модель реалізують азійські країни, передусім Індія, Китай, В'єтнам, а

також країни Латинської Америки. Друга модель (високої якості) характерна економічно розвиненим країнам.

Сучасні підходи цілком виправдано носять узагальнений, синтезуючий характер. Так, Ю. Полунєєв поняття конкурентоспроможності національної економіки визначає як соціально-економічну категорію, яка залежить від багатьох факторів, провідну роль серед яких на сьогодні відіграють підприємницьке та трудове середовище; економічна та технологічна інфраструктура; освіта та професійні навички; підприємництво та розвиток підприємств і інновації, що і є засобом забезпечення більш високого та стійкого економічного зростання (через стимулювання інвестицій у нові технології та розвиток інноваційного бізнесу) і підвищення добробуту суспільства [15]. Тараненко І.В. визначає конкурентоспроможність системи «національна економіка» як динамічний стан, обумовлений якісними і кількісними характеристиками зовнішніх та внутрішніх факторів та умов, за якого забезпечується здатність до саморегулювання, самовідтворення, вдосконалення згідно з пріоритетами сталого розвитку і національного добробуту, національної безпеки та ефективної взаємодії з суб'єктами міжнародного економічного середовища [17, с.161]. Жаліло Я.А. наголошує на такій характеристиці, як підтримання усього комплексу параметрів розвитку макроекономічної системи країни на рівні, «...який дає підстави очікувати стабільне та адекватне становище країни у світовій економічній системі, в потоках товарів, капіталів, інформації, інших ресурсів. Враховуються також економічні наслідки неекономічних параметрів соціальної системи: якості державного управління, рівня демократії та законності, освітнього рівня населення, розвитку науки тощо» [7]. Пахомов С.Ю. наголошує на визначенні конкурентоспроможного розвитку країн як «...економічного й соціального прогресу на інноваційній основі, стійкість якого забезпечує ефективна національна інституційна система» [13].

А. Гальчинський, В. Геєць, А. Кінах, В. Семиноженко в свою чергу трактують конкурентоспроможність національної економіки як її здатність виробляти і споживати товари і послуги в умовах конкуренції з товарами і послугами, виробленими в інших країнах, при цьому результатом конкуренції повинно бути зростання рівня життя населення при дотриманні міжнародних екологічних стандартів [3, с.109].

Теоретичні підходи щодо визначення конкурентоспроможності економіки країни не змінювалися кардинально, а постійно доповнювалися з метою висвітлення головних чинників та механізмів її забезпечення під впливом розвитку продуктивних сил, удосконалення системи соціально-економічних відносин, рівнів формування конкурентних переваг та головних цінностей, важливих для суспільства на кожному етапі міжнародних економічних відносин.

Отже, конкурентоспроможність країни характеризує стан суспільних відносин у державі щодо забезпечення умов стабільного підвищення ефективності національного виробництва, адаптованого до змін світової та внутрішньої кон'юнктури на основі розкриття національних конкурентних переваг та досягнення кращих соціально-економічних параметрів.

Конкурентоспроможність країни – це складна синтезована категорія, яка залежить не лише від економічних, але й від політичних, соціальних факторів. При

її дослідженні потрібно враховувати характер економічної моделі країни, тип національного господарства, особливості її конкурентного середовища.

Література

1. Антонюк Л.Л. Конкурентоспроможність національної економіки в умовах глобалізації /Лариса Леонтіївна Антонюк: дис... д-ра наук: 08.05.01 – 2004 / *[Електронний ресурс]*. – Режим доступу : <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/348533.html>. – Назва з екрана
2. Бранденбургер А., Нейлбафф Б. Конкурентное сотрудничество в бизнесе. Co-operation. М.: Кейс, 2012. – 352 с.; Теория сотрудничества конкурентов http://www.elitarium.ru/2005/06/29/teorija_sotrudnichestva_konkurentov.html
3. Гальчинський А., Геєць В., Кінах А., Семиноженко В. Інноваційна стратегія українських реформ. – К.: Знання України, 2002. – 336 с.
4. Галушка З.І. Комарницький І.Ф. Стратегічний менеджмент. Навчально-методичний посібник / З.І. Галушка, І.Ф. Комарницький. – 2-е вид., доп. та перероб. – Чернівці. «Чернівецький національний університет», 2011. – 240 с.
5. Денисюк В.А. Конкурентоспособность и инновационная активность государств: анализ международных рейтингов и индикаторов / В.А. Денисюк
6. Европейская Экономическая Комиссия. Комитет по экономическому сотрудничеству и интеграции. Сегмент тематического обсуждения: "Конкурентоспособность в современной экономике: вызовы для региона ЕЭК ООН": Конкурентоспособность и инновационная деятельность. – Женева, 27-28 сентября 2006 года. – ECE/CECI/2006/3. – с.20
7. Жаліло Я. А. Теоретико-методологічні засади аналізу конкурентоспроможності національної економіки / Я.А. Жаліло. – с.27. – *[Електронний ресурс]*. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/book/Jalilo2005/01-Jalilo.pdf> . – Назва з екрана
8. Історія економічних учень: підручник: у 2 ч. / за ред. В. Д. Базилевича. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2006. – Ч. 1 – 582 с.
9. Конкурентоспроможність означає добробут. – *[Електронний ресурс]* . – Режим доступу: <http://ukrgazeta.plus.org.ua/article.php?ida=1232>. – Назва з екрана.
10. Сливозький А. Міграція капіталу: як у замислах на кілька кроків випередити своїх конкурентів: Пер. з англ. К.: Пульсари. – 2001. – с.719
11. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй / А. Сміт // Перекл. з англ. О. Васильєва, М. Межевікіної, А. Малівського. Port Roya, Київ. – 2001.– 593 с.
12. Рикардо Д. Начала политической экономики / Петти В., Смит А.,Рикардо Д., Кейнс Дж., Фридмен М. Классика экономической мысли. Соч.. – М.: ЭКСМО, 2000. – 680 с.;
13. Пахомов С.Ю. Міжнародна конкурентоспроможність в умовах формування глобальної інституційної системи / С.Ю. Пахомов : дис. докт. екон. наук . – Київ, 2011. – с.3
14. Прахалад К., Рамасвами В. Будущее конференции. Создание уникальной ценности вместе с потребителями. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006. – 352 с.
15. Полунеев Ю. Механізм підвищення конкурентоспроможності економіки України в посткризовий період /Юрій Полунеев. – Економічний аналіз. – 2011. – Вип. 9, част. 3. – с. 242-244.
16. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
17. Тараненко І.В. модель формування конкурентоспроможності системи «національна економіка» та методика міжкраїнових зіставлень / Європейський вектор економічного розвитку. – 2009. – № 2 (7). – с. 160-169.
18. Швиданенко О.А. Сучасна парадигмальна конструкція глобальної конкурентоспроможності / О.А. Швиданенко. – Актуальні проблеми економіки №2(116), 2011.
19. Шнипко О.С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації. – Київ, Наукова думка. – 2003. – 304 с.
20. Weber M. Economy and Society. Vol. I. Berkeley: University of California Press, 1978. P. 38.

Reference

1. Antonyuk L.L. Konkurentospromozhnist' nacioanl'noyi ekonomiky` v umovayix globalizaciyi /Lary`sa Leontiyivna Antonyuk: dy`s... d-ra nauk: 08.05.01 – 2004 / [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu : <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/348533.html>. – Nazva z ekrana
2. Brandenburger A., Nejlbuff B. Konkurentnoe sotrudny`chestvo v by`znese. Co-operation. M.: Kejs, 2012. – 352 s.; Teory`ya sotrudny`chestva konkurentov http://www.elitarium.ru/2005/06/29/teorija_sotrudnichestva_konkurentov.html
3. Gal`chy`ns`ky`j A., Geyecz` V., Kinax A., Semy`nozhenko V. Innovacijna strategiya ukrayins`ky`x reform. – K.: Znannya Ukrayiny`, 2002. – 336 s.
4. Galushka Z.I. Komarny`cz`ky`j I.F. Strategichny`j menedzhment. Navchal`no-metody`chny`j posibny`k / Z.I. Galushka, I.F. Komarny`cz`ky`j. – 2-e vy`d., dop. ta pererob. – Chernivci. «Chernivecz`ky`j nacional`ny`j universy`tet», 2011. – 240 s.
5. Deny`syuk V.A. Konkurentospособnost` y` y`nnovacy`onnaya akty`vnost` gosudarstv: analy`z mezhdunarodny`x rejty`ngov y` y`ndy`katorov / V.A. Deny`syuk
6. Evropejskaya Ekonomy`cheskaya Komy`ssy`ya. Komy`tet po ekonomy`cheskomu sotrudny`chestvu y` y`ntegracy`y`. Segment tematy`cheskogo obsuzhdeny`ya: "Konkurentospособnost` v sovremennoj ekonomy`ke: вызовы для regy`ona EЭК OON": Konkurentospособnost` y` y`nnovacy`onnaya deyatel`nost`. – Zheneva, 27-28 sentyabrya 2006 goda. – ECE/CECI/2006/3. – s.20
7. Zhalilo Ya. A. Teorety`ko-metodologichni zasady` analizu konkurentospromozhnosti nacional`noyi ekonomiky` / Ya.A. Zhalilo. – s.27. – [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://old.niss.gov.ua/book/Jalilo2005/01-Jalilo.pdf>. – Nazva z ekrana
8. Istoriya ekonomichny`x uchen`: pidruchny`k: u 2 ch. / za red. V. D. Bazy`levy`cha. – 3–tye vy`d., vy`pr. i dop. – K.: Znannya, 2006. – Ch. 1 – 582 s.
9. Konkurentospromozhnist` oznachaye dobrobut. – [Elektronny`j resurs] . – Rezhy`m dostupu: <http://ukrgazeta.plus.org.ua/article.php?id=1232>. – Nazva z ekrana.
10. Sly`vocz`ky`j A. Migraciya kapitalu: yak u zamy`slax na kil`ka krokiv vy`peredy`ty` svoiyx konkurentiv: Per. z angl. K.: Pul`sary`. – 2001. – s.719
11. Smit A. Dobrobut nacij. Doslidzhennya pro pry`rodu ta pry`chy`ny` dobrobutu nacij / A. Smit // Perekl. z angl. O. Vasy`l`yeva, M. Mezhevikinoyi, A. Malivs`kogo. Port Roya, Ky`yiv. – 2001.– 593 s.
12. Ry`kardo D. Nachala poly`ty`cheskoj ekonomy`ky` / Petty` V., Smy`t A., Ry`kardo D., Kejns Dzh., Fry`dmen M. Klassy`ka ekonomy`cheskoj mysly`. Soch.. – M.: ЭКСМО, 2000. – 680 s.;
13. Paxomov S.Yu. Mizhnarodna konkurentospromozhnist` v umovax formuvannya global`noyi insty`tucijnoyi sy`stemy` / S.Yu. Paxomov : dy`s. dokt. ekon. nauk . – Ky`yiv, 2011. – s.3
14. Praxalad K., Ramasvamy` V. Budushhee konferency`y`. Sozdany`e uny`kal`noj cennosty` vmeste s potreby`telyamy`. – M.: ZAO «Oly`mp-By`znes», 2006. – 352 s.
15. Polunyeyev Yu. Mexanizm pidvy`shhennya konkurentospromozhnosti ekonomiky` Ukrayiny` v postkry`zovy`j period /Yurij Polunyeyev. – Ekonomichny`j analiz. – 2011. – Vy`p. 9, chast. 3. – s. 242-244.
16. Porter M. Mezhdunarodnaya konkurenciya / M. Porter. – M.: Mezhdunarodny`e otnosheny`ya, 1993. – 896 s.
17. Taranenko I.V. model` formuvannya konkurentospromozhnosti sy`stemy` «nacional`na ekonomika» ta metody`ka mizhkrayinovy`x zistavlen` / Yevropejs`ky`j vektor ekonomichnogo rozvy`tku. – 2009. – # 2 (7). – s. 160-169.
18. Shvy`danenko O.A. Suchasna parady`gmal`na konstrukciya global`noyi konkurentospromozhnosti / O.A. Shvy`danenko. – Aktual`ni problemy` ekonomiky` #2(116), 2011.
19. Shny`pko O.S. Nacional`na konkurentospromozhnist`: sutnist`, problemy`, mexanizmy` realizaciyi. – Ky`yiv, Naukova dumka. – 2003. – 304 s.
20. Weber M. Economy and Society. Vol. I. Berkeley: University of California Press, 1978. P. 38.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ

Стаття присвячена сутності конкурентоспроможності національної економіки. Розкрито сутність категорії конкурентоспроможність в залежності від етапів розвитку категорії конкурентоспроможності. Охарактеризовано підходи до оцінки конкурентоспроможності національної економіки.

Ключові слова: конкурентоспроможність національної економіки, конкуренція, підходи та етапи розвитку конкурентоспроможності.

Чорнодид І.С., к.э.н., доцент,
Научно-исследовательский экономический институт
Министерства экономического развития и торговли Украины

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАНЫ

Статья посвящена сущности конкурентоспособности национальной экономики . Раскрыта сущность категории конкурентоспособность в зависимости от этапов развития категории конкурентоспособности . Охарактеризованы подходы к оценке конкурентоспособности национальной экономики .

Ключевые слова : конкурентоспособность национальной экономики , конкуренция , подходы и этапы развития конкурентоспособности .

Chornodid I., PhD, associate professor,
Scientific Researching Economic Institute of
Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ISSUES ON DETERMINATION OF ESSENCE OF COMPETITIVENESS OF A COUNTRY

Article is devoted to the description of the national economy competitiveness nature. The essence of category of competitiveness depending on it development stages is considered. The approaches to assessing the competitiveness of the national economy are characterized.

Key words: competitiveness, competition, approaches and stages of development of competitiveness.

УДК 65.014.134
JEL L 860

Нетребя І.О., к.е.н., доцент,
КНУ імені Тараса Шевченка

ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Систематизовано теоретичні підходи до визначення категорії «управління знаннями». Розкрито напрями, за якими доцільно здійснювати формування системи управління знаннями на підприємстві. Уточнено етапи управління знаннями на підприємстві. Запропоновано показники оцінювання ефективності функціонування системи управління знаннями на підприємстві.

Ключові слова: знання та досвід персоналу; система управління знаннями; інтелектуальний капітал.

Постановка проблеми. Структурні зміни в економіці України призводять до необхідності використання нових форм управління капіталом підприємств. Ключовою ланкою у застосуванні різноманітних підходів до менеджменту інновацій виступає людина як носій нових знань, вмиле використання яких призводить до появи винаходів, що підвищує вартість корпоративних активів підприємства. За цих умов особливого значення набуває впровадження систем управління знаннями, використання яких на практиці сприяє накопиченню ідей працівників, що і обумовлює актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Тематиці проблем впровадження та використання систем управління знаннями присвячена велика кількість наукових робіт, зокрема, можна виділити внесок вчених К. Вііга [1], який у 1986 році вперше використав термін «управління знаннями, а також І. Нонаки [2], що довів наявність «спіралі знань», в основу якої покладено механізм взаємодії явних та неявних знань людини у процесі продукування ідей. Вчений Б. Мільнер [3], визначив три складові, що складають систему управління знаннями: люди, технології та організація. Він обґрунтовує значущість людського фактора, оскільки саме людина здатна як створити і удосконалити систему управління знаннями так і зруйнувати її.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Нині поглибленого вивчення потребують аспекти, що пов'язані з етапами створення та становлення на підприємстві системи управління знаннями. На наш погляд, розглядати дане питання доцільно у взаємозв'язку людського, економічного і технічного факторів.

Формулювання завдань та цілей статті. Метою даного дослідження є вивчення особливостей формування і впровадження системи управління знаннями на підприємстві. Завдання, що стоять перед дослідженням: виокремити підходи до визначення терміну «управління знаннями на підприємстві»; обґрунтувати мету та етапи управління знаннями на сучасному підприємстві, визначити напрями створення системи управління знаннями на підприємстві, визначити показники, що уможливають оцінювання ефективності системи управління знаннями.

Виклад основного матеріалу. Як вже зазначалося, в економічній літературі представлені різноманітні трактування категорії «управління знаннями». Доцільно здійснити їх систематизацію, виділивши такі підходи (рис.1):

Підхід згідно загальної теорії систем. Характерним для цього підходу є трактування науковцями процесу управління знаннями із використанням ознак філософського мислення і виокремлення характерних особливостей, що найбільш притаманні соціальним системам, здатним власними зусиллями та наявними знаннями вивести на вищий рівень управлінські процеси в організації. Такий підхід розкритий у працях К. Біра [1], І. Нонаки, Х. Такеучі [2].



Підхід з позицій створення та примноження інтелектуального капіталу. Управління знаннями на підприємстві передбачає створення системи, що виконує функції збирання, систематизації, зберігання та використання тих знань працівників, що мають явний характер, ці знання становлять частину інтелектуального капіталу підприємства. Ключовою ланкою є персонал, як носій знань та досвіду. Основні положення підходу домінують у роботах: Е. Брукінга [4]: «...процес, який містить ідентифікацію інтелектуального капіталу, документальне оформлення і створення бази знань, оновлення та захист знань, розповсюдження знань всередині організації»; В. Буковіца та Р. Уільямса [5]: «...процес, за допомогою якого організація накопичує багатство, опираючись на свої інтелектуальні чи засновані на знаннях організаційні активи»; Ю. Вовка [6]: «...процес, що є послідовністю певних взаємопов'язаних дій, спрямованих на надання знанням додаткової управлінської цінності, та визначено послідовність етапів процесу управління знаннями»; М. Марінічевої [7]: «... створення організаційних, технологічних та комунікаційних умов. В основу покладено принцип чотирьох Н: створення умов, за якими необхідні люди зможуть отримувати необхідну інформацію та знання в необхідний час для виконання необхідних завдань».



Підхід з позиції створення конкурентних переваг та реалізації стратегій. Кінцевим результатом управління знаннями є підвищення конкурентоспроможності підприємства, що досягається використанням компетенцій та досвіду працівників і втілюється у нових продуктах і послугах. Управління знаннями здійснюється з орієнтиром на зовнішнє оточення і створення переваг над конкурентами, що пов'язане з розробкою та реалізацією організаційних стратегій. Ці положення перетинаються із ситуаційним підходом в менеджменті і розкриті у роботах В. Томах [8]: «...безперервний багатогранний процес, за допомогою якого організація збільшує свої конкурентні переваги через своєчасне використання необхідних знань та обов'язковими елементами якого є визначення, збирання, вибір, зберігання, розподіл, використання, створення та продаж знань.; основна мета управління знаннями - зменшення дефіциту знань шляхом їх генерації, виявлення й дифузії, а також використання знань для створення нових і більш сильних конкурентних переваг»; В. Приймака [9]: «система управління знаннями може виступити як ключова модель оформлення, впровадження й розвитку стратегічного процесу, в якій знання розглядається не тільки як ресурс і результат діяльності організації, але й принцип роботи організації. Це основа реалізації всіх організаційних стратегій»; О. Бабиної [10]: «розвиток системи управління знаннями створює підґрунтя для перетворення інформації у стратегічний нематеріальний актив підприємства, що являє собою специфічні, унікальні, рідкісні знання, якими володіє кожний окремий співробітник компанії, і є ключовим фактором успіху у конкурентній боротьбі в умовах розвитку «нової» економіки»; А. Гапоненко [11]: «...систематичні процеси, на основі яких створюються, зберігаються, розподіляються і використовуються основні елементи інтелектуального капіталу, що необхідні для успіху організації; стратегія, що трансформує всі види інтелектуальних активів у вищу продуктивність, ефективність та нову вартість»

Рис. 1 Підходи до визначення категорії «управління знаннями»

Джерело: систематизовано автором.

Поділ на вищевказані підходи можна вважати досить умовним. На наш погляд, за своєю природою управління знаннями на підприємстві передбачає взаємозв'язок його із зовнішнім середовищем і реалізацію ланцюжка «ідея – винахід - зростання величини інтелектуального капіталу – виробництво – комерціалізація - зростання

конкурентоспроможності», інакше всі зусилля по створенню та використанню системи управління на підприємстві не мають сенсу. Таким чином, сформулюємо визначення системи управління знаннями на підприємстві як системи, що призначення для збирання, обробки, систематизації, зберігання наявних знань, метою впровадження якої є сприяння реалізації професійних та особистих можливостей працівників, в умовах, коли поєднання компетенцій та досвіду стають активом підприємства і приносять соціально-економічний ефект.

Враховуючи викладені вище положення, формування систем управління знаннями доцільно здійснювати за двома напрямками:

1. Організаційно-управлінський:

1.1 Відношення вищого керівництва до проведення організаційних змін і розуміння необхідності впровадження системи управління знаннями [11, 12]. Очевидно, що для прийняття таких управлінських рішень система менеджменту підприємства повинна бути гнучкою і зрілою, що визначає її здатність до саморозвитку. Тобто, повинна бути зацікавленість керівництва у результатах нововведень, розуміння необхідності підтримки творчих працівників на різних рівнях управління. Керівники повинні ініціювати створення на підприємстві групи фахівців, що будуть виконувати функції навчання майбутніх користувачів особливостям роботи з системою управління знаннями. З метою ефективного управління процесами створення, використання та удосконалення системи управління знаннями необхідно створити на підприємстві координаційний центр з управління знаннями, до числа працівників якого входитимуть менеджери з управління знаннями.

1.2 Стратегічні орієнтири. Враховуючи результати досліджень, представлені у роботі [9], для керівників підприємства удосконалення системи управління знаннями повинно розглядатися як один із стратегічних напрямів розвитку, що поєднує у собі соціальну, інформаційну, наукову та виробничу складові. Це чинник, що сприяє втіленню знань і досвіду працівників у продукти і послуги, виробництво яких відбувається за участю інших видів ресурсів. Значущість формування та використання систем управління знаннями на мікрорівні підкріплена тим, що залежно від ступеня оригінальності ідей, новостворені продукти за своїми характеристиками можуть значно випереджувати продукцію конкурентів, підвищуючи, в кінцевому рахунку, рівень конкурентоспроможності підприємства.

1.3 Мотиваційні важелі передбачають розробку керівниками низки мотивів і стимулів, використання яких у практичній діяльності позитивно впливатиме на поповнення системи ексклюзивними ідеями, якими володіють працівники. Так, доцільно створити базу результатів реалізації ідей працівників, що мали комерційний успіх. Це може бути однією зі складових мотиваційного механізму для продукування нових знань і внесення їх до системи, а також сприятиме поліпшенню обміну знаннями між працівниками.

2. Техніко-ергономічний.

2.1 Модульність побудови. Поділ системи на модулі відповідно до напрямів діяльності підприємства забезпечить персональний характер внесення даних з відповідним рівнем захисту від несанкціонованого доступу, водночас, діапазон результатів пошуку згідно запиту користувача буде охоплювати всі модулі системи.

2.2 Проблемно-орієнтований характер побудови системи з можливістю виявлення місць «перетину» знань та ідей. З технічної точки зору, використання системи

управління знаннями не повинно обмежуватися лише пошуком та представленням даних відповідно до запиту користувача. У системі повинна бути реалізована можливість співставлення інформації та виявлення точок перетину ідей для визначення користувачем можливих шляхів поєднання та використання знань із суміжних напрямів роботи підприємства. При наявності «перетину» знань, користувач може з'ясувати ступінь новизни власної ідеї; оцінити можливості співпраці з іншими працівниками чи підрозділами, якщо ідея виявиться життєздатною з точки зору керівництва і її реалізація буде економічно доцільною.

Враховуючи вищезазначені напрями, процедура управління знаннями буде включати такі етапи:

1 етап. Збір даних та їх реєстрація в системі.

2 етап. Впорядкування даних за об'єктами надходження, специфічними ознаками, елементами на основі використання можливостей програмного забезпечення, що покладене в основу системи.

3 етап. Фактичне перетворення знань працівників на інтелектуальний капітал підприємства – оформлення патентів, реєстрація раціональних пропозицій.

4 етап. Активне використання системи управління знаннями працівниками підприємства, продаж знань зовнішнім організаціям. Створення на основі знань як нематеріального активу матеріальних цінностей, що користуються попитом – нових чи удосконалених продуктів чи послуг, реалізація ідей щодо освоєння нових ринків збуту продукції і т.п.

На даному етапі використаємо виробничу функцію Кобба-Дугласа [13] для дослідження можливості розподілу витрат між приростом вартості основних фондів та приростом вкладень у подальший розвиток персоналу при реалізації нововведень на підприємстві.

Нехай T - витрати на придбання основних фондів для реалізації нових ідей (обладнання, технології і т.п.)

PR – витрати на залучення нових фахівців, навчання працівників, задіяних у процесах розробки, тестуванні, впровадженні нововведень.

У реальних умовах виробництва економічно доцільною є необхідність визначення оптимального співвідношення величини зміни двох вищезазначених факторів.

Функція $y = F(T, PR)$ пов'язує показники, які характеризують можливість заміщення одного фактора іншим.

Припустимо, що ми змінюємо PR на величину ΔPR . Потрібно визначити, на яку величину ΔT ми повинні змінити T , щоб випуск інноваційного продукту y залишився незмінним.

Вважаючи, що $y = const$, візьмемо повний диференціал від обох частин виразу $y = F(T, PR)$:

$$dy = \frac{\partial F}{\partial T} dT + \frac{\partial F}{\partial PR} dPR = 0, \text{ звідки}$$

$$\frac{\partial F}{\partial T} dT = - \frac{\partial F}{\partial PR} dPR$$

Використовуючи категорію «гранична норма заміни» фактора T на PR , отримаємо:

$$S_T = -\frac{dT}{dPR} = \frac{\partial F / \partial PR}{\partial F / \partial T}$$

- гранична норма заміни факторів.

Аналогічним чином можна визначити показник S_{PR} , причому $S_T \cdot S_{PR} = 1$.

Розглянемо випадок, коли $y = \alpha T + \beta PR$,

де α визначає вплив величини витрат на основні фонди T на обсяги випуску інноваційного продукту.

$\alpha > 0$, тобто зменшення T призведе до зменшення обсягів виробництва.

$$\frac{\partial F}{\partial T} = \alpha;$$

$$\frac{\partial F}{\partial PR} = \beta$$

Для встановленої скінченної величини приросту витрат на основні фонди ΔT та приросту витрат на навчання персоналу ΔPR :

$$\alpha \Delta T = -\beta \Delta PR, \text{ звідси}$$

$$\Delta T = -\frac{\beta}{\alpha} \Delta PR.$$

Якщо віддача від витрат на навчання персоналу вдвічі перевищує віддачу від витрат на основні засоби, то

$$\frac{\beta}{\alpha} = 2, \text{ тоді}$$

$$\Delta T = -2 \Delta PR.$$

Це означає, що для забезпечення незмінного обсягу виробництва інноваційного продукту, приріст витрат на навчання персоналу ($\Delta PR > 0$) дає змогу вдвічі зменшити витрати на основні засоби ($\Delta T < 0$).

Вищезазначені положення справедливі для незначних змін показників ΔT та ΔPR , за умови, що величина витрат на основні фонди та навчання персоналу достатня для забезпечення виробництва інноваційного продукту.

5 етап. Оцінювання результативності функціонування системи управління знаннями з використанням наступних показників:

1. Показники, що характеризують формування та впровадження системи:

1.1. Частка інвестицій у створення і впровадження системи управління знаннями у загальному обсязі інвестицій у розвиток підприємства;

1.2. Чисельність зайнятих у розробці та впровадженні системи управління знаннями у загальній чисельності персоналу

1.3. Частка витрат на підвищення кваліфікації персоналу у структурі витрат підприємства (за період)

2. Показники результативності дифузії знань:

2.1. Коефіцієнт річної інноваційної активності працівника:

$$K_{i.a.n.} = \frac{Q_{io}}{T} \times 12$$

Q_{io} – кількість ідей та пропозицій працівника, внесених до системи та успішно реалізованих (протягом періоду роботи на даному підприємстві);

T – тривалість роботи працівника на підприємстві (місяців).

Зазначимо, що даний показник доцільно розраховувати для персоналу, що працює на підприємстві не менше одного року.

2.2. Кількість реалізованих ідей на одну грн. приросту прибутку підприємства (за період);

2.3. Ефективність реалізації нових ідей

$$E_{н.і.} = \frac{\Pi_{н.і.}}{\sum B_{н.і.}} \times 100$$

$\Pi_{н.і.}$ - прибуток отриманий від впровадження нових ідей (за період)

$B_{н.і.}$ - сукупні витрати підприємства на впровадження ідей.

Оцінювання внеску у зростання прибутку підприємства доцільно здійснювати за різними об'єктами: працівниками, відділами, напрямками роботи і т.п.

Окрім кількісних показників, можна виокремити і якісні позитивні результати, яких можна досягти у результаті використання системи управління знаннями на підприємстві:

1. Удосконалення процесів обміну знаннями між працівниками підприємства, що сприяє генеруванню нових ідей або пошуку нових напрямів використання вже існуючих на підприємстві розробок. Це один із найважливіших якісних результатів, що має соціальну спрямованість.

2. Підвищення рівня самоорганізації та самоконтролю персоналу.

3. Поєднання управлінських, організаційних, виробничих нововведень, результатом яких стає створення та виведення на ринок інтелектуальномісткого товару чи послуги.

4. Залучення працівників до участі у поповненні системи персональними знаннями, що до цього часу мали неявний характер [14].

Висновки. Таким чином, формування та використання системи управління знаннями на сучасному етапі розвитку бізнесу є ключовим фактором зростання підприємства у довгостроковій перспективі. Завданням керівників є контроль за розвитком етапів формування, становлення та використання системи управління знаннями на підприємстві, підтримка творчих працівників, що виступають генераторами оригінальних ідей, або здатні розвинути вже існуючі ідеї і довести їх до рівня конкретного продукту праці, що носить матеріальний чи нематеріальний характер (товар або послуга). Вдале поєднання технічного, економічного, організаційного та мотиваційного аспектів у сфері управління персоналом здатне надати нового змісту результатам генерації ідей та обміну ними а в окремих випадках, навіть вирішити проблему виживання підприємства в умовах кризи. Серед перспективних напрямів досліджень доцільно виділити визначення внутрішніх та зовнішніх факторів, що сприяють або перешкоджають впровадженню системи управління знаннями на підприємстві, а також розробка методичних положень оцінювання впливу системи управління знаннями на створення конкурентних переваг підприємства.

Література.

1. Wiig K.M. Integrating intellectual capital and knowledge management / K.M. Wiig // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30, № 3. – Pp. 399-405.
2. Nonaka I. The knowledge-creating company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation / I. Nonaka, H. Takeuchi // Harvard Business Review, November-December. – 1991. – № 22 (28). – Pp. 40-44.

3. Мильнер Б.З. Управление знаниями в современной экономике: научный доклад / Б. З. Мильнер. – М.: Институт экономики РАН, 2008. – 76 с.
4. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: Ключ к успеху в новом тысячелетии. (Теория и практика менеджмента) / Э Брукинг. – СПб.: Питер, 2001. – 287 с.
5. Bukowitz W., Williams R. The Knowledge Management Fieldbook. London, Financial Times Prentice Hall, 1999. – P.2.
6. Вовк Ю.Я. Процесс управління знаннями підприємства та його особливості / Ю.Я. Вовк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23. - С. 343-351.
7. Мариничева М.К. Управление знаниями на 100 % / М.К. Мариничева. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 320 с.
8. Томах В.В. Сутність процесу управління знаннями підприємств промисловості / В.В. Томах // Проблеми економіки. – 2014. - № 2. - С.161-165.
9. Приймак В.М. Стратегії KM-орієнтованих організаційних змін / В.М. Приймак // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. «Економіка». – 2011.-Вип. 121-122. - С. 66-72.
10. Бабина О.Є. Управління знаннями як складовою потенціалу підприємства./ Бабина О.Є., Андреюшина Т.І.// Водний транспорт. Зб.наук. праць КДАВТ.-К.:КДАВТ, 2012.- № 2 (14). – С. 101-106.
11. Гапоненко А. Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал. / А. Л. Гапоненко.- М.: Эксмо, 2008.- 400 с.
12. Герасименко О. О. Управління знаннями на підприємстві: концептуальні засади та механізми / О. О. Герасименко // Вчені записки : зб. наук. праць. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана»; [редкол.: А. Ф. Павленко (відп. ред.) та ін.]. – К.: КНЕУ, 2009. – № 11. – С. 148 – 153.
13. Козьменко О.В. Економіко-математичні методи та моделі (економетрика) / О.В. Козьменко, О.В. Кузьменко. – Суми: Університетська книга, 2014. – 406 с.
14. Нетребя І. О. Теоретичні підходи до визначення категорії «інформаційний ресурс» / І. О. Нетребя // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. «Економіка». – 2014. – Вип. 8. – С. 70-73.

References.

1. Wiig, K. (1997), "Integrating intellectual capital and knowledge management ", Long Range Planning, vol. 30, no. 3, pp. 399-405.
2. Nonaka, I. and Takeuchi, H. (1991), "The knowledge-creating company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation ", Harvard Business Review, no. 22 (28), pp. 40-44.
3. Myl'ner, B.Z. (2008) Upravlenye znaniyami v sovremennoj ekonomye: nauchnyj doklad [Knowledge management in the economics of the modern: Scientific report], Ynstytut ekonomyky RAN, Moscow, Russia.
4. Brukynh, E. (2001) Yntellektual'nyj kapytal: Kliuch k uspekhu v novom tysiacheletyy. (Teoryia y praktyka menedzhmenta) [Intellectual capital: the key to success in the new tisyacheletii. (Theory and Practice of Management)], Pyter, St. Petersburg, Russia.
5. Bukowitz, W.and Williams, R. (1999), The Knowledge Management Fieldbook, Financial Times Prentice Hall, London, UK.
6. Vovk, Yu.Ya. (2013) "Protseess upravlinnia znanniyami pidpriemstva ta joho osoblyvosti", Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy, vol. 23, pp. 343-351 (ukr).
7. Marynycheva, M.K. (2008) Upravlenye znaniyami na 100 %. [Knowledge Management 100%], Al'pyna Byznes Buks, Moscow, Russia.
8. Tomakh, V.V. (2014) "Sutnist' protsesu upravlinnia znanniyami pidpriemstv promyslovosti", Problemy ekonomiky, vol. 2, pp.161-165 (ukr).
9. Prymak, V.M. (2011) "Stratehii KM-orientovanykh orhanizatsijnykh zmin", Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. "Ekonomika", vol. 121-122, pp. 66-72 (ukr).

10. Babyna, O.Ye. and Andreiushyna T.I (2012) "Upravlinnia znanniamy iak skladovoiu potentsialu pidpriemstva", Vodnyj transport. Zb.nauk. prats' KDAVT.-K.:KDAVT, vol. 2 (14), pp. 101-106. (ukr).
11. Haponenko, A.L. (2008), Upravlenye znanyamy. Kak prevratyt' znanyia v kapytal [Knowledge Management. How to turn knowledge into capital], Eksmo, Moscow, Russia.
12. Herasymenko O.O. (2009) "Upravlinnia znanniamy na pidpriemstvi: kontseptual'ni zasady ta mekhanizmy", Vcheni zapysky : zb. nauk. prats', vol. 11, pp. 148 – 153 (ukr).
13. Koz'menko O.V. (2014) Ekonomiko-matematychni metody ta modeli (ekonometryka) [Economic-mathematical methods and models (econometrics)], Universytets'ka knyha, Sumy, Ukraine.
14. Netreba I.O. (2014) "Teoretychni pidkhody do vyznachennia katehorii informatsijnij "resurs", Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. "Ekonomika ",vol. 8, pp. 70-73.

Нетреба И.А., к.э.н., доцент,
КНУ имени Тараса Шевченко

ФОРМИРОВАНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Систематизированы теоретические подходы к определению категории «управление знаниями». Раскрыты направления, по которым целесообразно осуществлять формирование системы управления знаниями на предприятии. Уточнены этапы управления знаниями на предприятии. Предложены показатели оценивания эффективности функционирования системы управления знаниями на предприятии.

Ключевые слова: знания и опыт персонала, система управления знаниями, интеллектуальный капитал.

Netreba I.O., PhD in Economics, Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

FORMATION AND USE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT SYSTEM AT THE ENTERPRISE

In the paper the existing theoretical approaches to the definition of the "knowledge management": (1) treatment in general systems theory, (2) the creation and enhancement of intellectual capital (3) create competitive advantages and strategy implementation. Defined organizational and managerial, and technical and ergonomic lines which should be carried out forming a system of knowledge management in the enterprise. Expediency of modular construction and problem-oriented character building system that will improve the exchange of information and optimizes the search and selection of ideas. Author determined elements of personnel motivation for the revitalization of the system. Specified stages of knowledge management in the enterprise, including (1) data collection and registration system; (2) organize data objects, features, elements; (3) The actual transformation of knowledge workers in the intellectual capital of the company; (4) the use of active systems and sales staff knowledge outside organizations; (5) evaluating the effectiveness of the system of knowledge management. Indexes evaluation of the effectiveness of the system, covering the formation and implementation of efficiency and diffusion of knowledge. Used Kobb-Duglas product function to study the sharing of costs between the growth of fixed assets investment and growth in the further development of staff in the implementation of innovations. Shows qualitative benefits that the company receives by the use of knowledge management systems: improving knowledge transfer between employees, which contributes to the generation of new ideas; raising the level of self-organization and self-control staff; interaction management, organizational, industrial innovations to create and bring to market intelektualnomistkyh goods or services; involvement of personnel in replenishing system exclusive knowledge.

Keywords: knowledge and experience of the personnel management system knowledge, intellectual capital.

УДК 339.138
JEL M31

Ткачук С.В., к.е.н., доцент,
Стахурська С.А., к.е.н., доцент,
Національний університет харчових технологій

ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНИХ СТОСУНКІВ ІЗ КЛІЄНТАМИ У СФЕРІ НЕМАТЕРІАЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА

Розглянуті основні підходи до формування лояльних стосунків зі споживачами в сфері послуг. Враховані особливості продукту нематеріального виробництва. Визначені головна мета та дії фірми щодо формування споживчої лояльності, а також фактори суб'єктивної дії з боку споживача. Окреслений механізм формування лояльних стосунків із споживачами на основі поєднання зазначених факторів.

Ключова слова: лояльність споживачів, лояльний клієнт, формування лояльності, сфера нематеріального виробництва.

Постановка проблеми. В умовах сучасної економіки, коли мають місце жорстка конкуренція та постійні зміни практично в усіх галузях та сферах діяльності, першочерговими завданнями підприємств та фірм є завоювання, утримання та укріплення позицій на ринку, що можливо зробити лише за наявності маркетингової орієнтації ведення бізнесу. Причому сьогодні недостатніми є лише виявлення та задоволення споживчих потреб у швидкоплинній перспективі взаємовідносин "виробник-споживач". Для забезпечення гідних ринкових позицій необхідно розглядати споживача як свого роду бізнес-партнера, а відповідно будувати з ним довготривалі лояльні стосунки, що покликані принести взаємну користь для обох сторін. Це стосується підприємств як матеріальної сфери, так і сфери послуг. Втім, у останньому випадку питання формування лояльних стосунків набуває ще більшого значення. Продукт сфери нематеріального виробництва відрізняється невідчутністю та мінливістю, а це посилює роль особистих психологічних чинників впливу на здійснення споживачем покупки. Саме тому запровадження ефективних програм лояльності із врахуванням всебічних факторів значною мірою впливає на успішність діяльності підприємств в сфері нематеріального виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблеми формування лояльних стосунків із споживачами присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених [1 – 13], зокрема пропонуються різноманітні підходи до визначення та розуміння поняття лояльності [1,2,3], бачення лояльності до бренду у трьох вимірах (емоційна, оціночна та поведінкова лояльність), виокремлюються поняття простої та складної лояльності та на основі комбінацій трьох названих вимірів пропонується сім нових типів лояльності [4]. Разом з тим проблема управління лояльними стосунками із клієнтами набуває все більшої актуальності, існуючі підходи та методи потребують постійного розвитку, зокрема щодо сфери послуг як такої, яка займає значний відсоток у структурі ВВП країни.

Метою статті є систематизація існуючих підходів до формування лояльності споживачів, формулювання основних чинників лояльності як з позицій виробника, так і

з позицій споживача сфери послуг, а також визначення механізму формування лояльних стосунків із клієнтами на основі поєднання сукупності зазначених чинників.

Результати дослідження. Питання формування довготривалих відносин із споживачами давно є актуальним у розвинених країнах світу. Зокрема, серед так званих "Десяти заповідей маркетингу" Ф. Котлера існують такі: "Слідкуйте за потребами, поведінкою, перевагами та враженнями споживачів. Клієнт – це дійсно головне"; "Встановлюйте партнерські відносини із усіма зацікавленими особами". В той же час недостатня увага до потреб споживачів є одним із "головних гріхів маркетолога" [2]. Тобто клієнт, його потреби та їх задоволення, мають бути в центрі уваги орієнтованої на маркетинг фірми, так само і те, що відносини з ним повинні носити довготривалий партнерський характер. Ф. Котлер також визначає поняття маркетингу взаємодії як практику побудови довготривалих привілейованих взаємовигідних відносин із ключовими партнерами, що взаємодіють на ринку. Серед таких партнерів, зокрема, виділяється споживач [3]. Метою ефективного маркетингу взаємодії із споживачем є формування споживчої лояльності і отримання фірмою, а також і самим споживачем, усіх вигід, які з цього випливають. Звернемося до трактування поняття "лояльний споживач". Так, Д. Аакер визначає лояльність як міру прихильності споживача до бренду. Вона показує ступінь вірогідності переходу споживача до іншого бренду, особливо у випадку дії цінових або інших факторів. Чим більша лояльність, тим меншою є така вірогідність [1; 5]. За визначенням компанії Мак-Кінсі, лояльним вважається споживач, який зберігає існуючий рівень покупок або збільшує його [5]. Дж. Шет та С. Парк розглядають лояльність як тенденцію до позитивної емоційної, оціночної та поведінкової реакції на певний товар або вибір людини як покупця, користувача, особи, відповідальної за вибір бренду або у комбінації трьох названих ролей [4]. Сформуємо основні ознаки споживчої лояльності:

- постійна прихильність до певної фірми, бренду, виробника;
- відсутність реакції на пропозиції конкурентів, навіть якщо вони є аналогічними чи навіть більш вигідними за певними ознаками;
- лояльні споживачі стають свого роду чудовими агентами WOM-маркетингу (від англ. "Word-of-mouth marketing" – "Маркетинг з вуст в уста").

Таким чином, побудова лояльних стосунків зі споживачами приносить фірмі ряд переваг, і один лояльний споживач може принести більше користі, ніж декілька тих, що здійснять випадкові одноразові покупки. По-перше, затрати грошей та часу на залучення кожного нового клієнта, який може виявитись "одноразовим", є значними в порівнянні з утриманням вже лояльних клієнтів. Клієнт, що отримав статус лояльного, вимагає менше зусиль на утримання, ніж залучення нових клієнтів. Лояльний клієнт може пробачити фірмі ті незначні недоліки, які новий клієнт, у якого фірма ще не користується лояльністю, буде вважати недопустимими. Хоча це ні в якому разі не означає, що клієнтська лояльність не потребує постійної підтримки. Навіть в роботі із вже лояльними клієнтами виробник повинен уникати будь-яких недоліків. По-друге, лояльний споживач менше реагує на пропозиції конкурентів навіть за умов наявних у них певних конкурентних переваг. По-третє, лояльний клієнт є чудовим агентом WOM-маркетингу. Він практично створює фірмі рекламу та піар, формуючи її позитивний імідж та інформуючи про неї широке коло своїх знайомих. В умовах розвинених інформаційних технологій WOM-маркетинг набуває неймовірно істотного значення за

рахунок спілкування у соціальних мережах (Facebook, LinkedIn, YouTube, Odnoklassniki, Vkontakte тощо), що робить інформацію доступною досить широкій аудиторії [6]. Перевагами WOM-маркетингу в порівнянні з заходами комунікаційної політики при цьому є наступні:

- фірма-виробник не платить за розповсюдження інформації, "реклама" є безкоштовною;
- інформація, що передається, не носить рекламний характер; отримувач не вбачає у ній комерційної вигоди відправника, а тому сприймає інформацію як незалежну думку. Особливо це стосується обговорень на форумах чи у соціальних мережах, а не відгуків на сайті фірми-виробника;
- інформація, як правило, спрямована на конкретну цільову аудиторію, а не на широке коло споживачів, як, наприклад, телереклама чи реклама "Out of home" (зовнішня);
- на відміну від багатьох видів реклами, у випадку WOM-маркетингу інформація не нав'язується споживачу, а сам споживач шукає потрібну йому інформацію;
- позитивні рекомендації не є саморекомендаціями фірми, а являються досвідом споживачів, які вже користувалися конкретними послугами та мають позитивний досвід;
- рекомендації йдуть із вуст друзів, знайомих, родичів, тобто людей, яким споживач довіряє.

Отже, затрати, понесені на формування лояльних стосунків зі споживачем, повинні окупити себе в багато разів. Але це матиме місце тому випадку, якщо лояльність є істинною, тобто якщо наявні усі три ознаки споживчої лояльності. Бувають випадки, коли деякі ознаки відсутні або носять формальний характер. В такому разі лояльність не є істинною. Наприклад, споживач дійсно регулярно купує послуги певної фірми, начебто демонструючи наявність перших двох ознак, прихильність до бренду та відсутність реакції на пропозиції конкурентів. Втім, істинна причина такої "лояльності" може приховуватись лише у звичці споживача чи простому небажанні витратити зусилля та нести ризики переходу до іншого виробника. При цьому, якщо пропозиції конкурента виявляться дуже привабливими або ж споживач випадково змушений буде скористатися послугами конкурента, він може легко переключитись з однієї фірми на іншу. Перераховані вигоди принесє фірмі саме істинно лояльний споживач.

Програми лояльності мають значення в усіх сферах діяльності, як у сфері матеріального виробництва, так і у сфері послуг. Втім, у сфері нематеріального виробництва маркетинг взаємовідносин має як особливе значення, так і свою специфіку. Це пов'язано із особливістю самого продукту, що пропонується споживачам. По-перше, цей продукт є невідчутним, його не можна побачити та відчутти до моменту безпосереднього споживання. Це спричиняє значну вагомість ефекту довіри до виробника, симпатії, лояльного ставлення. По-друге, послуга характеризується одночасністю процесу виробництва та споживання, невіддільністю від джерела надання. Під таким джерелом слід розуміти практично усі складові процесу обслуговування, який описують у своїй моделі "Servaction" П. Ейлгіє та Е. Лангеард: видиму для споживача частину фірми-виробника, куди відноситься контактний персонал та матеріальне середовище, а також опосередковано й інших споживачів, які можуть чинити вплив на відчуття та враження конкретного клієнта [7]. Таким чином у

сфері послуг можна виділити дві складові маркетингу взаємовідносин або маркетингу побудови лояльних стосунків (рис. 1):

1) маркетинг взаємовідносин з точки зору результату, який споживач матиме від купівлі послуги (інструментальна складова);

2) маркетинг взаємодії з точки зору процесу надання послуги (функціональна складова).

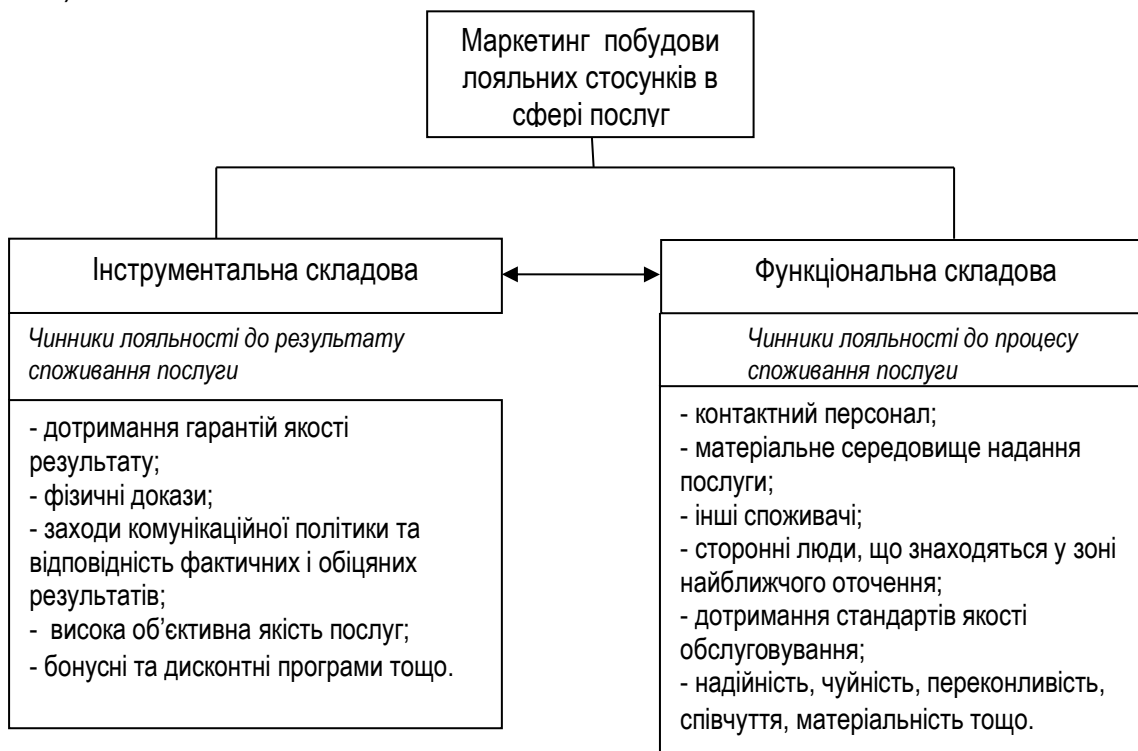


Рис. 1. Складові маркетингу побудови лояльних стосунків зі споживачами в сфері послуг

Джерело: розроблено авторами на основі: [1; 2; 3; 7; 8].

Про необхідність розмежування процесу і результату в сфері нематеріального виробництва зазначав, зокрема К. Грьонрос, представник Північної школи маркетингу послуг "Нордік скул", у своїй функціонально-інструментальній моделі якості обслуговування [8]. Згідно даної моделі для споживача має значення як якість результату (інструментальна якість), отриманого від споживання послуги, так і якість самого процесу споживання (функціональна якість). Очевидно, що і при формуванні лояльних стосунків фірмі слід працювати в обох напрямках. Спробуємо деталізувати, які чинники впливатимуть на споживчу лояльність в аспекті двох вище зазначених напрямів маркетингу.

Так, стосовно першого напрямку, що відповідає за результат від отримання послуги, маркетинг взаємовідносин більш схожий на такий, що матиме місце й у матеріальній сфері. Тут діятимуть наступні чинники:

- дотримання гарантій якості результату;
- фізичний доказ (physical evidence) як елемент маркетингового міксу сфери послуг.

Значимість фізичного доказу пов'язана із невідчутністю послуг. Такими доказами можуть слугувати наявність відповідних сертифікатів, позитивні відгуки клієнтів, наявність рекомендацій тощо;

- відповідні заходи комунікаційної політики, які також значною мірою покликані збільшити відчутність послуги (застосування інструментів піар, співпраця зі ЗМІ, хепенінги, конкурси та розіграші призів, просування у Інтернет-просторі, задіяння у рекламі відомих осіб, що користуються авторитетом у цільовій аудиторії тощо), а також відповідність фактичних та обіцяних результатів;

- дотримання усіх складових об'єктивної якості, тобто такої, яка відповідає стандартам обслуговування;

- дисконтні, бонусні програми, а також інші пропозиції, що дозволяють постійним клієнтам отримувати економічні вигоди.

Щодо маркетингу взаємодії з точки зору процесу надання послуги, тут матимуть значення такі чинники впливу на споживчу лояльність:

- контактний персонал: кваліфікація, зовнішній вигляд, вміння спілкуватись, ввічливість, гнучкість, терпимість, безпосередність;

- чинники впливу на рішення споживача, запропоновані Ф. Котлером: надійність, чуйність, переконливість, співчуття, матеріальність;

- дотримання стандартів якості обслуговування;

- матеріальне середовище надання послуги (physical premises): приміщення, обладнання, тобто все те, що бачить споживач під час надання послуги, та що впливає на його зручність та самопочуття;

- інші споживачі, що знаходяться в зоні безпосередньої взаємодії та можуть чинити вплив на клієнта (наприклад, розмежування салонів для курців та некурців у ресторані);

- сторонні люди, що не є споживачами даної послуги та представниками персоналу, але знаходяться у зоні оточення та можуть чинити вплив на клієнта (наприклад, скупчення мітингів можуть негативно вплинути на відчуття туриста під час туристичної подорожі).

Як видно з рисунку, інструментальні та функціональні складові є взаємодоповнюючими та такими, що чинять взаємний вплив один на одного. Втім, рис. 1 висвітлює маркетинг побудови лояльних стосунків із точки зору виробника. До цієї схеми необхідно додати чинники, що діють суб'єктивно, тобто те, що формує точку зору споживача не лише зусиллями фірми, але й сукупністю його суб'єктивних характеристик (рис. 2).

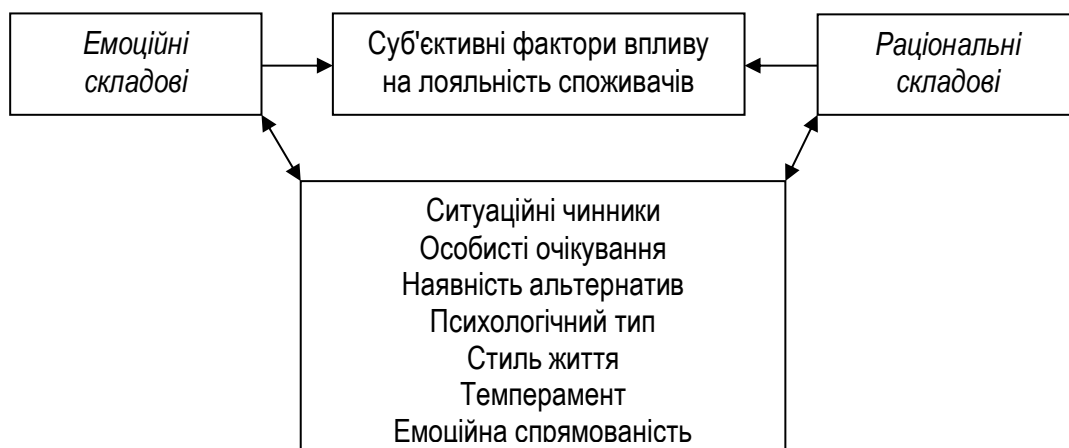


Рис. 2. Суб'єктивні фактори впливу на лояльність споживачів

Джерело: розроблено авторами на основі: [9; 10; 11]

Так, на споживача впливають дві групи факторів: емоційні та раціональні складові, причому кожні з них формуються під складною взаємодією сукупності чинників, а останні, в свою чергу, теж взаємно впливають один на інший. До ситуаційних чинників належить конкретна ситуація, в якій опиняється споживач, здійснюючи покупку, вона також частково визначає особисті очікування щодо послуги. Наприклад, відвідуючи салон краси на передодні восьмого березня, жінка очікує, що їй запропонують знижку (раціональна складова) або сподівається на особливу атмосферу (емоційна складова). Наявність альтернатив означає, що чим більше у споживача альтернатив з боку пропозиції послуг або щодо аналогічних витрат на інші блага, тим складніше буде завоювати його лояльність.

Психологічний тип споживача визначає його погляди та ставлення до багатьох речей. Існує значна кількість класифікацій психологічних типів, зокрема за типологією Майєрс-Бріггс виокремлюються наступні типи особистостей:

- 1) за орієнтацією свідомості: екстраверти (Е-тип – "extraversion") та інтроверти (І-тип – "introversion");
- 2) за орієнтацією в ситуації: ті, що керуються логікою, фактами та набутим досвідом (S-тип – "sensing") і ті, що керуються інтуїцією, передчуттями та загальною інформацією (N-тип – "intuition");
- 3) за основою прийняття рішень: раціональні, приймають рішення, зваживши всі "за" і "проти" (Т-тип – "thinking") та емоційні, приймають рішення на основі почуттів та емоцій (F-тип – "feeling");
- 4) за способом підготовки рішень: такі, що готуються заздалегідь на основі планування (J-тип – "judging") і такі, які орієнтуються по ситуації та адаптуються до неї (P-тип – "perception") [12].

Щодо стилю життя, заслуговує на увагу, зокрема, запропонована А.Р. Вінклером типологія (для європейських споживачів) або типологія, запропонована в системі сегментації VALS.

Темперамент (флегматик, сангвінік, меланхолік або холерик) також впливає на споживчу лояльність разом із типом особистості та стилем життя. Не можна не враховувати і емоційну спрямованість особистості. Зокрема, Б.І. Додонов виділяє наступну класифікацію емоцій: альтруїстичні (спрямовані на бажання допомогти іншим), глоричні (потяг до слави), гедоністичні (потяг до задоволення фізичних потреб, до фізичного комфорту), пугнічні (потяг до ризику, подолання небезпек), романтичні (потяг до незвичайного, таємничого), гностичні (потяг до нових знань та розширення кругозору), естетичні (потяг до краси та естетики), праксичні (пов'язані із ситуацією конкретної практичної діяльності), аквізитивні (емоції, пов'язані із придбанням різноманітних товарів та послуг), комунікативні (потяг до спілкування).

Варто підкреслити, що чинники, перераховані у третьому (нижньому) блоці рис. 2, перебувають у певній комбінації та взаємодії, чинять вплив один на одного, а також визначають набір та переважання емоційних і раціональних складових у сприйнятті споживачем тих або інших дій фірми. Наприклад, для сангвініка, екстраверта, в якого переважають комунікативні емоції, позитивним фактором впливу на лояльність до фірми можуть бути такі дії контактного персоналу, як бесіда, навіть на теми, не пов'язані із послугою, що надається, активна комунікація, можливо SMS-розсилки та

персональний продаж по телефону. Такі ж дії можуть негативно вплинути на лояльність до фірми інтроверта (за типом особистості) та залишити байдужим флегматика (за темпераментом). Складність для виробників послуг полягає й у тому, що набір чинників, по-перше, є унікальним у кожного окремого споживача, по-друге, його практично неможливо однозначно ідентифікувати.

Потрібно враховувати також взаємний вплив дій фірми та суб'єктивних чинників споживача. Для наочності об'єднаємо рис. 1 та 2 і отримаємо схематичне відображення механізму формування лояльних стосунків зі споживачем у сфері нематеріального виробництва (рис. 3).



Рис. 3. Механізм формування лояльних стосунків зі споживачами у сфері нематеріального виробництва

Джерело: розроблено авторами на основі: [1 - 13]

Таким чином, усі дії фірми-виробника, як щодо інструментальної, так і щодо функціональної складової, мають бути спрямовані не на економію коштів споживача (це лише один із інструментів впливу, але не головна ціль), а на вирішення тих проблем і задоволення тих потреб, які спонукали споживача купувати конкретну послугу. Причому вирішуватись проблеми мають оперативно, якісно, найкраще (краще за конкурентів) та з індивідуальним підходом до кожного клієнта. Застосування лише бонусних та дисконтних програм як ключового моменту формування лояльних стосунків на сьогодні не є ефективним, і утримує лояльність лише до тих пір, доки конкуренти не запропонують більшу економію [14].

Так само "атакування" клієнта SMS чи e-mail розсилками не завжди сприяє лояльним стосункам, не говорячи вже про те, що особисте телефонування (телемаркетинг) інколи може просто дратувати (дзвінки у незручний час тощо). Втім варто враховувати, що інструменти, застосовані виробником, знаходяться під впливом суб'єктивних факторів споживача, які повинна враховувати фірма, частково впливаючи на них.

Висновки. Отже, щоб досягти лояльних стосунків зі споживачем, фірма не повинна умовляти його знижками чи активними заходами комунікативної політики користуватися її послугами, вона має сформувати з ним партнерські відносини на основі максимального, ефективного та оперативного задоволення його потреб. Тоді такий споживач буде "шукати" дану фірму, а не фірма "шукатиме" його, і звертатиметься до її послуг знову і знову, приносячи їй прибутки та створюючи рекламу за допомогою WOM-маркетингу. Крім того, в сфері нематеріального виробництва потрібно вживати заходів щодо клієнтської лояльності по двох напрямках: результату від споживання послуги (інструментальна складова) та процесу її споживання (функціональна складова), при цьому враховуючи дію суб'єктивних факторів з боку споживача. Ефективно побудовані лояльні стосунки обов'язково окупаються в майбутньому, приносячи так званий ефект синергізму, коли затрати на утримання лояльного споживача мінімізуються, а він, натомість, "працює" на фірму, укріплюючи її імідж та залучаючи нових клієнтів.

Перспективи подальших досліджень пов'язані із деталізацією взаємодії суб'єктивних чинників споживача та формування можливих типів споживачів залежно від комбінації чинників.

Література.

1. Aaker D. A. Managing Brand Equity. / D. A. Aaker. – The Free Press, 1991. – 299 p.
2. Котлер Ф. Десять смертных грехов маркетинга / Филип Котлер ; Пер.с англ. — М.: Альпина Паблишерз, 2010. — 157 с.
3. Котлер Ф. Хаотика: управління та маркетинг в епоху турбулентності / Ф. Котлер, Дж. Касліоне ; Пер. з англ. під ред. Т. В. Співаковської та С. В. Співаковського. – К. : Хімджест, ПЛАСКЕ, 2009. – 208 с.
4. Шет Дж. Н., Парк С.У. Теория многомерной лояльности к бренду // Последние достижения в области изучения потребителей. – Том 1. – 1974. - С. 449-459.
5. Петриченко П.А. Еволюція концепцій маркетингу взаємин: пріоритети, концептуальна база, домінуюча логіка // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.google.com.ua/url?sa_2013_3_70.pdf.
6. Серновиц, Энди. Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить / перевод Таира Мамедова.— Издательство: Манн, Иванов и Фербер. – 2012. – 339 с.
7. Eiglier, P., Langeard, E., Lovelock, C.H., Bateson, J.E.C., & Young, R.F. (1977). Services as Systems: Marketing Implications in Marketing Consumer Services: New Insights. Cambridge, MA: Marketing Science Institute [in English].
8. Gronroos, C. Adopting a Service Logic for Marketing. Marketing Theory, 6(3). – 2006. – P. 317–333.
9. Собчик Л.Н. Психология индивидуальности. Теория и практика психодиагностики СПб.: Издательство "Речь". – 2005. - 624 с.
10. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг. Второе издание, Издательство: Альпина. – 2005. – 224 с.
11. Додонов Б.И. Эмоция как ценность. – М.: Политиздат. – 1978. – 270 с.
12. Майерс И., Майерс П. Определение типов. У каждого свой дар. – М: Издательство: «Бизнес Психологи». – 2010. – 320 с.
13. Головин А. Лояльность клиентов – залог успеха Вашего бизнеса // [Электронный ресурс] – Режим доступу: <http://www.nastol.ru/Go/ViewArticle?id=1528>.

References.

1. Aaker D. A. Managing Brand Equity. / D. A. Aaker. – The Free Press, 1991. – 299 p.
2. Kotler P. Desiat smertnih grehov marketinga / Philip Kotler ; Per. s angl. — M.: Al'pina Publishers, 2010. — 157 s.
3. Kotler P. Haotika: upravlinnia ta marketing v epokhu turbulentnosti / P. Kotler, J. Kaslione ; Per. s angl. pid red. T. V. Spivakovskoyi ta S. V. Spivakovskogo. – K. : Himjest, PLASKE, 2009. – 208 s.
4. Shet J. N., Park S.U. Teoriya mnogomernoy loyality k brendu // Posledniye dostizheniya v oblasti izucheniya potrebitelia. – Tom 1. – 1974. - S. 449-459.
5. Petrichenko P.A. Evolutsiya kontseptsii marketingu vzayemin: priopiteti, kontseptualna baza, dominuyutcha logika // [Elektronniy resurs] – Rejim dostupu: http://www.google.com.ua/url?sa_2013_3_70.pdf.
6. Sernovits, Endi. Sarafanniy marketing. Kak umniye kompanii zastavlyayut o sebe govorit / perevod Taira Mamedova.— Izdatelstvo: Mann, Ivanov i Ferber. – 2012. – 339 s.
7. Eiglier, P., Langeard, E., Lovelock, C.H., Bateson, J.E.C., & Young, R.F. (1977). Services as Systems: Marketing Implications in Marketing Consumer Services: New Insights. Cambridge, MA: Marketing Science Institute [in English].
8. Gronroos, C. Adopting a Service Logic for Marketing. Marketing Theory, 6(3). – 2006. – P. 317–333.
9. Sobchik L.N. Psihologiya individual'nosti. Teoriya i praktika psihodiagnostiki SPb.: Izdatelstvo "Rech". – 2005. - 624 s.
10. Bekvit G. Chetire klutcha k marketingu uslug. Vtoroe izdaniye, Izdatelstvo: Al'pina. – 2005. – 224 s.
11. Dodonov B.I. Emotsiya kak tsennost. – M.: Politizdat. – 1978. – 270 s.
12. Mayers I., Mayers P. Opredeleniye tipov. U kajdogo svoj dar. – M: Izdatelstvo: «Biznes Psihologi». – 2010. – 320 s.
13. Golovin A. Loyalty klientov – zalog uspeha Vashogo biznesa // [Elektronniy resurs] – Rejim dostupu: <http://www.nastol.ru/Go/ViewArticle?id=1528>.

Светлана Ткачук, канд. экон. наук, доц.

Светлана Стахурская, канд. экон. наук, доц.

Национального университета пищевых технологий

ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ В СФЕРЕ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Рассмотрены основные подходы к формированию лояльных отношений с потребителями в сфере услуг. Учтены особенности продукта нематериального производства. Определены главная цель и действия фирмы касательно формирования потребительской лояльности, а также факторы субъективного действия со стороны потребителя. Очерчен механизм формирования лояльных отношений с потребителями на основе соединения упомянутых факторов.

Ключевые слова: лояльность потребителей, лояльный клиент, формирование лояльности, сфера нематериального производства.

Svetlana Tkatchuk, PhD. in Econ. Sciences, Assoc. prof.
Svetlana Stakhurskaya, PhD. in Econ. Sciences, Assoc. prof.
 National University of Food Technologies

FORMING OF LOYAL RELATIONSHIPS WITH CLIENTS IN THE FIELD OF INTANGIBLE PRODUCTION

The paper studies basic approaches and methods, existing point of views to the formation of loyal relationships with clients in the field of intangible production. The specified features of services as of the products of non-material production, such as intangibility, changeability, the facts, that services can't be stored and that they are inseparable from their sources are considered. The main aim and actions of the firms in the sphere of services, which are striving to build loyal relationships with their consumers, taking into account the functional and instrumental parts of service process, are determined.

This paper also defines the subjective, personal factors of influence on the formation of loyal relationships, like psychological type of consumer, his mentality, emotional focus, life style, situational factors, alternative availability and others. The interference and cooperation of these factors are considered. On the basis of combination of firm's actions and main aim with the subjective factors of influence the mechanism of forming of loyal relationships with clients in the sphere of services is formed.

Key words: consumers' loyalty, loyal client, forming of loyalty, field of intangible production.

УДК 330.101.8
JEL L100, L190

Olena Pimenova, Ph.D

Taras Shevchenko National University of Kyiv

PROBLEMS OF COMPETITIVENESS OF THE MODERN MARKET OF ART AND HOBBY MATERIALS OF UKRAINE

Art and hobby materials market of Ukraine is studied. Basic factors of formation the competitiveness of internal market of art materials are determined. The experience of foreign countries regarding the development of art and hobby materials market is analyzed. An important factor in the competitiveness of the art and hobby materials market of Ukraine, according to international experience, is the expansion of product categories, especially for amateurs who are the main clients of art-shops and supermarkets, as well as for children and beginners is established. Moreover, the concept of assortment building and measures of promote for beginners and children should be formed so as to eventually transfer them to a group of customer's segment "amateurs."

Keywords: art and hobby materials market, competitiveness, art-shops, amateurs, product categories, customer's segment.

Introduction. The transition of the national economy of Ukraine to the model of sustainable (from German word "Nachhaltigkeit", that means self-restoration) development depends on a large extent of existing potential of expanded reproduction of the resource base of socio-ecological- economic uplift on a new institutional basis. The experience of developed countries, in particular the United States, shows that real changes in the direction of formation

of sustainable development are possible in conditions of formation not only productive, scientific and technical, resource-natural, demographic, but also socio-cultural potential of the country.

The Consequences of the Global Economic Crisis 2008 and Events in Ukraine of 2013-2015 negatively affect on the pace of expanded reproduction of the socio-ecological-economic potential of Ukraine, which complicates the transition of the national economy to the model of sustainable development. Under such conditions, the socio-ecological-economic and cultural growth of Ukraine depends on the level of development on the one hand of intellectual capital of the country and on the other hand of small and medium enterprises, in particular on the art market and on the market of *art and hobby materials*.

Literature background. The economic aspects of intellectual capital are considered in the works of modern economists such as: V. Bazylevych, O. Bura, G. Becker, G. Bilova, O. Grishnova, P. Drucker, A. Galchinsky, O. Kendiukhova, I. Mazur, L. Moldovan, V. Racha, T. Stewart, A. Chukhno, F. Fukuyama and others.

Unresolved issues. Problems of the competitiveness of the contemporary internal market of art and hobby materials, as well as the link between the development of small and medium enterprises and the level of intellectual capital remain poorly understood and require further solution and integrated research.

The aim of the work is a study of the contemporary internal market of art and hobby materials, an analysis of foreign experience and identification of enhancing factors of competitiveness of small and medium enterprises in the market of art and hobby materials of Ukraine.

Main text of the study. The competitiveness of Ukraine's economy depends on many factors, one of which is the development of small and medium enterprises. The socioeconomic and cultural growth of Ukraine is largely determined by the level of development of small and medium enterprises both in the contemporary art market and in the market of art and hobby materials, which provides the bulk of jobs, contributes to saturation of the market by works of art, raising the cultural level and the level of intellectual capital of the country's population and directly influences the prospects of the transition of Ukraine's economy to the model of sustainable development.

The transition to a model of sustainable development involves a new philosophy of the economy, where the work of the artist is considered primarily as a phenomenon of spiritual life of man and a way of self-realization.

Fundamentally new approaches to the study of subject-object relations in the process of management reflected in the fundamental work of S. Bulgakov "Philosophy of economy" [3, p.19]. The scientist firstly considered the world as an economy, emphasizing that human life is "primarily the economic process" [4, p.8].

S. Bulgakov considered the object - an economy, as: labor activity of a person; art and creative activity of the person; the spiritual phenomenon and human existence; creative attitude of man to nature.

According to the scientist, "a labor is the highest beginning of economic life" [4, p.87]. A labor is considered not only as a factor of production, but also as a creative activity of a person. But the creative work of the artist is a function that is inherent only to a creative person. The subject of economy is not only the owner and user of means of production, but also the person who is responsible for his activity and seeks to develop it.

The philosophy of economy as an informal institutional structure can be substantiated by analogy with economic, environmental and socio-cultural morality. Philosophy of economy involves the inextricable connection of man with nature, the new being of man, where the economy - not only material, but also the phenomenon of spiritual life.

Summarizing, we should note that the formal and informal institutional structure plays an important role in ensuring sustainable economic development as economic, social and cultural education, etc. Cultural traditions, religion, institutions of ownership affects not only the choice of the type of activity and the forms of economy, but also put the entrepreneur in front of a choice: to organize the economy or to make a business.

In our opinion, the art market can be characterized as a set of economic relations with regard to the purchase-sale and exchange of works of art. The main elements of the art market are art galleries, exhibitions of sale, specialized retail and antique shops, auctions, art fairs, catalogs etc. It is the art market that is one of the main ways of spreading artistic values in society and can be considered as an integral part of the national art culture.

According to T. Badinova, the internal art market began to form from the end of the XVIII century, from the moment when Peter I bought the first artworks abroad. Starting from this period, the art market becomes an integral part of culture and the most significant factor is the birth and development of private collections of works of art. Private Collectibles in the Soviet period did not stop; along with official forms of acquisition of artistic values, the unofficial turnover of works of art was actively functioning [1].

The modern art market is on a new stage of development, characterized by the active formation of a new structure of commodity circulation of artistic works, an orientation towards to the model of international art market.

The market of art and hobby materials is part of the art market. The main target consumers in the contemporary Ukrainian market of art and hobby materials are professional artists and amateurs - non-professional artists, for whom art is a favorite work, not a way to make money.

Goods, which are presented on the Ukrainian market of artistic materials are sold mainly through specialized retail stores with a total area of up to 100 M2 and consist mainly of such assortment:

- for professional artists, there are two product categories:
- 1. everything for painting and graphics:

- everything for painting: paint (oil, acrylic, gouache, tempered, watercolor); brushes (columns, protein, synthetic, bristles, ponies and for manicure); paper and cardboard; auxiliary materials for painting such as mediums, varnishes, solvents, siccatives etc.; easels, etudes, tablets; tools and accessories for artists (mastiquins, palettes, pencil cases, tubes, folders, stickers, jars, mannequins etc.);

- everything for the graphics: pastel (dry, oil, watercolor); pencils (watercolor, graphite, for drawing, pastel, color, charcoal, saucers, sanginas, markers, liners, feathers and sets for calligraphy; auxiliary materials (felts, sharpeners, rubbers, rods, paper for sharpening of rods etc.);

2. linens, modules, bases: linen (linen on a hand-made styrofoam, a canvas on a cardboard, a canvas-based hand-made work, a cardboard is grounded); modules mainly for the construction of subframes; frames (rectangular, round, oval); fibreboard (grounded and ungrounded); tablets (from fiberboard, plywood, waterproof and MDF);

- For amateurs, the category "Hobbies" consists mainly of the following subcategories:

1. stained glass, glass and ceramics painting: stained glass paints; contours; markers (for cold fixing ceramics and universal); gels, mediums (gels for bulk stained glass, gels, mediums with effect of frost); contours and paints with "glass-effect-dipped"; billets from glass; various auxiliary materials (parallon sponges, brushes etc.);

2. Scrapbooking¹: paper for scrapbooking, including handmade; leaflets and albums; Decorative elements (sets of carvings, braids, flowers, crystals and pearls, etc.); Tapes (textile, paper); Additional materials for scrapbooking (glue materials, fabric, seals, printing presses, stickers for scrubbing, etc.); tools for scrapbooking (curly, curbs, corner punchers, stamps for paper stamping, curly scissors);

3. stamping²: stamps (with inscriptions, drawings, patterns, etc.); stamped pillows (with pigment ink); blocks and markers (blocks for stamps, paper markers, pens for paper);

4. embossing³ is represented mainly by materials such as embossing powder and embossing hair dryer;

5. quilting⁴: strips for quilling; tools and materials for quilling;

6. decoration techniques: paints for decor and painting (mainly acrylic); workpieces for decoration are represented by the bases for decor (for the kitchen, for interior, costume jewelry, etc.); finish varnishes, outlines and markers for decor; tools and auxiliary materials for the decor: auxiliary materials (sequins, broths, glitter for sequins and rhinestones); stencils and stamps; tools for decorating (sponges, mainly in sets and wood burners);

¹ Scrapbooking is a kind of handicraft art that consists of making and designing family or personal photo albums.

² Stamping is a technique of scrapbooking, with the help of which you can get not only a background on any subject, but also neat pictures, patterns, frames etc. In scrapbooking the Stamping can be both an extra and a basic decor for work. The main stamping materials are stamps and ink.

³ Embossing is a technique of mechanical extrusion on the front of the plastic card of its number and expiration date, the surname and the name of the client, the company's name.

⁴ Quilling is the art of making flat or volumetric compositions of long and narrow strips of paper wrapped in spirals.

7. decoupage⁵, crackleur⁶: paper and napkins for decoupage; auxiliary materials for decoupage (glues and glue-lacquers, finishing and varnishes transcribed, crochet lacquers, mediums and bases, patina, aging pastes, glutinous pastes);

8. plastic: blistered plastic; plastic self-closing; materials for plastics (glues, varnishes, pigments for plastics, textured sheets); tools for plastic (molds, molds, cutters, knives, syringes, acrylic roller etc.);

It is possible to distinguish two more consumer groups: these are goods for children and beginners. The assortment for these customers is very poorly presented, as children and beginners are not the target customers of Ukrainian specialized art retail stores. The presentation of goods in indicated stores is more likely to resemble a warehouse than a supermarket or a small retail store, where only a professional or connoisseur can find what he needs because he is very well versed in artistic materials.

Another feature of Ukrainian specialized stores is the lack of a professional consultant or merchandiser, which complicates the development of the category of goods for children and beginners. Although some domestic shops, in particular, "The shop of the artist", "Azur" in order to develop such commodity categories as goods for amateurs, goods for children and products for newcomers organize in their territory master classes on techniques of decorating and painting. Table 1 provides an analysis of the main consumer segments of Ukrainian specialized retail art shops in Kyiv, where:

P - professional artists and students of art universities;

A - amateurs;

N – beginners (new comers);

K – children (kinder).

Table 1 also gives an analysis of the criteria for the success of the development of specialized retail stores by the ball system, where 3 is the highest score and 1 is the lowest.

⁵ Decoupage is the technique of decoration of various objects, based on the attachment of a picture, a picture or ornament (ordinary cut) to the subject and further, covering the resulting composition with a varnish for the sake of efficiency, safety and durability.

⁶ Crackleur is a splash of a colorful layer or varnish in the painting.

Table 1.

Retail shops of art and hobby materials in Kyiv

Criteria that ensure the success of retail stores	Azur	Artist's shop	Alizarin	Art shop	Master of bone	Kar-Kar	Shop TSHS	Lola	Epcenter "K7"	Artirbut
Brand presence	3	3	3	1	3	3	1	1	1	3
Convenient location	3	3	3	2	2	3	3	3	1	3
Pricing	2	1	2	1	3	1	1	1		3
Number of shops in the city	4	2	2	1	1	2	1	5+	1	1
Competence of sellers	3	2	3	2	2	1	1	1	1	1
Availability of loyalty program for regular customers	2	2	3	2	3	3	1	1		2
Consumer segments by category of PANK	Пan	Pa	PAn	Pan	PAN	Pan	Pa	PANK	PANK	Pa
Availability of online store	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	no		no

Source: composed by the author

The table shows that the main target customers of domestic specialized art shops are professional artists / students and amateurs. Partly in indicated shops, products for such consumer segments as children and beginners are presented.

In Table 1, among other specialized art shops, Epicenter "K7" is presented, in which a specialized department of artistic materials is opened and dedicated premises for conducting master classes.

Summing up the above, we can conclude that the domestic specialized retail stores of artistic materials:

- 1) focused mainly on such consumer segments as professional artists / students and amateurs, partially for children and beginners;
- 2) are small in area, preferably up to 100 M²;
- 3) are characterized by the presentation of a product that is more like to warehouse, that means: the maximum quantity of goods is presented at the minimum possible area, almost there is no cross-product;
- 4) belong to the street-retail, except for the Epicenter "K7".

An analysis and adaptation of the experience of foreign countries, in particular, the USA, Russia and Hungary, becomes especially relevant for increasing the competitiveness of Ukrainian market of art and hobby materials. So, in the specified countries art and hobby materials are sold in retail not only through specialized shops (street-retail), which in their format resemble wholesale warehouse, as well as in:

- small art shops, which creates an atmosphere of home coziness. Such stores resemble an apartment in which the mistress has everything necessary for creativity and all things are well-laid out (Hungary, a network of small shops, street-retail). Art shops differ from specialized art shops with a wide range of products not only for artists, but also for amateurs, beginners and children; display of goods;
- art-supermarkets (USA, Russia, Hungary);
- art-hypermarkets, where the concept "all under one roof" is implemented, that is, the consumer coming to the hypermarket can buy not only all the necessary basic goods, but also cross-goods. For example, if a customer wants to make a casket decoupage, then he can buy not only paint, brush, varnish and paper for decor, but also a base box and the necessary materials for the decoration on customer's choice, the literature on the subject and even the gift packaging material (USA Hypermarket "Michaels", Russia hypermarket "Leonardo").

So, opening of art - shops in Ukraine for such consumers as amateurs, beginners and children, as well as supermarkets and even hypermarkets, in our opinion, is the key to the successful development and increase of the competitiveness of Ukrainian market of art and hobby materials. But for Ukrainian entrepreneurs who want to attract more customers, it is necessary not only to change the format of retail stores, but also to expand product categories in particular in the group of amateurs, beginners and children. In our opinion, for Ukrainian market of art and hobby materials in specialized retail stores, the development of such

commodity categories may be interesting, in particular for **amateurs**. Here the category "Hobbies" can be expanded in the following subcategories:

1. manufacturing of soft toys: sets for sewing soft toys; tools and materials for making soft toys (sets of needles, musical buttons for toys); sets for doll making; tools and materials for making dolls (hair, eyes, nose for dolls, clothes, shoes, accessories). In Ukraine there is a new trend among amateurs on the sewing of dolls and soft toys, in particular, the popularity of Tilda dolls is sewing. But in order to make a doll it is necessary to get around a large number of fabrics and other stores to collect all the necessary materials. Moreover, dolls and handmade toys are manufactured in one single copy, and more material is required to buy (minimum sales). Therefore, the creation of special packings and sets for the manufacture of dolls and toys should be interesting for Ukrainian amateurs;

2. modeling: plastic models (aviation, military and special equipment, ships, architecture, cars, figures etc.); paper models (warships, civil ships, planes, helicopters, space technology, armored vehicles, automobiles and special equipment, railway machinery, implements, architecture, figures and work); wooden models (sailboats; accessories; drawings of sailboats); tools and materials (acrylic paint for modeling; glue). Modeling is maybe the only category that is interesting for male amateurs. Modeling in Ukraine is poorly presented. Those who wish to buy modeling kits must order it online or look for in children's and other stores, in particular, in the bookstore "Bukva" paper modeling is presented, in children's - wooden and plastic ("Toy House", "Reasonable child" etc.) . Shops, where a wide range of models (wooden, plastic, paper), in particular for adults, is almost absent in Ukraine.

3. knitting: yarn (made of artificial fibers, semi-cotton, with angora, cotton, for crocheting). Knitting as well as embroidery in Ukraine is presented only in fabric stores. Instead, in our opinion, adapting the experience of Hungary, the USA, Russia these categories can be represented in specialized art shops and supermarkets with a wide choice of assortment for amateurs;

4. embroidery: embroidery threads (embroidery threads; canvas and fabric for embroidery; sets for thread embroidery; patterns for thread embroidery; needles for embroidery); Embroidery with beads and beadwork (beads, sets for embroidery with beads, schemes for embroidery with beads, tools and auxiliary materials (scissors, threads etc.); embroidery with ribbons (sets for embroidery ribbons; patterns for embroidery ribbons; embroidery ribbons); embroidery blankets (clothes, service items and decor).

Another category, besides "Hobbies", which is potentially interesting for Ukrainian amateurs and is widely represented in foreign art shops, is "Decor and interior, souvenirs, gifts". The assortment of this group includes the offer of such a group of goods to provide customers to deny or create the interior of their home with their own hands. You can include the following subcategories to this group:

1. Decor and interior: vases; everything for the photo; statuettes; chests; mirrors, watches, panels; decor elements (decorative stones); artificial flowers, fruits; flower pots; interior stickers;

wedding decoration (glasses; candles; wedding decorations; photo frames, boxes, etc.); live flowers (fresh flowers; pot flowers); dishes (jars for loose, jars for honey, sweets, boxes for biscuits, wine sets, bottle stands, trays etc.); all for confectioner (forms for baking (silicone, metal, paper, ceramic, forms for the manufacture of sweets); confectionery tools and materials (attachments; syringes; bags; additives and dyes; confectionery decorations and decor); ethnic souvenirs (figurines, magnets; plates);

2. seasonal goods: seasonal souvenirs; seasonal décor;

3. gift wrap: paper; packages; boxes; ornaments (bows; feathers); postcards.

The range of goods for the consumer segment "Beginner" is presented in foreign art shops, mainly sets for creativity, which help to learn and even master the new technique. These include such sets as, for example, a picture by contours or by numbers, which include: painting, paint, brushes, drawing instructions (step-by-step master class) or decoupage sets, for example, chests, which include: chest, acrylic paints, brushes, glue-varnish, décor paper and decoupage (step-by-step master-class) etc. The purpose of assortment development for the consumer segment "Beginner" is not only to introduce the client to new equipment, but also to interest in art, to teach and to transfer him to the consumer segment "Amateur".

As for goods for children, the range of home-made specialized art stores mainly consists of pencils, felt-tip pens, paints, brushes and albums for painting. As the experience of foreign countries shows, the category of "goods for children" is much broader and consists of the following subcategories:

1. children's sets for creativity and games for development: board games (educational, for the company, for the family); designers (wooden, plastic); puzzle;

2. stationery: written charms school (pens, markers, markers, chalk, pencils, paints, clay etc.); paper stationery (paper and cardboard; notebooks, notebooks; folders; notebooks; covers for notebooks; albums; school diaries); stationery: glue; scissors; sharpeners; rubber etc.); backpacks, bags, pencil cases (pencil cases, school bags and backpacks, bags for shoes, sandwiches and bottles for beverages);

3. Printed products are mainly represented by books, coloring and calendars. In general, the products of this subcategory, in particular books on the subject, are cross-commodities to any category of goods and can be set forth next to the technique, which will help increase the sales of entrepreneurs.

Conclusions. Consequently, one of the most promising directions of the development of Ukrainian market of art and hobby materials is the opening and development of art shops, supermarkets and even hypermarkets with a wide range of assortment, not only for professional artists and students of professional colleges or universities, but also for amateurs, as well as for beginners and children. As the foreign experience shows, an important factor of the competitiveness of the Ukrainian market of art and hobby materials is the expansion of product categories for the indicated consumer segments, in particular for amateurs who are the main clients of art shops and supermarkets. The concept of construction and measures to promote

the range for beginners and children should be shaped in such way as to eventually transfer them to a group of customers "Amateurs".

Literature:

1. Badinova T. Stages of the formation of the art market in the culture of: the author's abstract. ... candidate of cultural studies: 24.00.01 / Badinova Tatyana Vladimirovna; St. Petersburg State University of Culture and Arts - St. Petersburg, 2004. - 19 p.
2. Bazilevich V. D. Market economy: basic concepts and categories: teaching. Manual - 2nd form., Ster. / V.D. Bazilevich, K.S. Bazilevich. - K.: Knowledge, 2008. - 263 p.
3. S. Bulgakov. Thinking. Creative Legacy in the Context of the XXI Century / Ed. V.D. Bazilevich - K.: Knowledge, 2006. - 903s. - (Glorious figures).
4. Bulgakov S. Philosophy of economy / S. Bulgakov. - Moscow: Nauka, 1990. - 412 p. - (Sociological heritage)
5. Gai K. The art market of Ukraine in the late XX - early XXI centuries: Sources of research. Ukraine [Electronic resource] / - Access mode: <http://nz.ethnology.lviv.ua/archiv/2012-6/20.pdf>
6. Geets V, Society, State, Economics: Phenomenology of Interaction and Development / V. Heyets; National Academy of Sciences of Ukraine; In-t ekon. and forecasting. National Academy of Sciences of Ukraine. - K., 2009. - 864 p.
7. Krupenina L. Art gallery as a moderator of the artistic environment of the city. [Electronic resource] / - Access mode: http://sn-philcultpolsoc.crimea.edu/arhiv/2013/uch_24_3filosof/018_krup.pdf
8. The site of free encyclopedia "Wikipedia". [Electronic resource] / Free encyclopedia "Wikipedia". - Electronic Data. - M.: Free encyclopedia "Wikipedia", 2010. - Access mode: <http://en.wikipedia.org>

Елена Пименова, к.э.н., ассистент
КНУ имени Тараса Шевченко

ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ МАТЕРИАЛОВ УКРАИНЫ

Исследован рынок художественных материалов Украины. Выявлены основные факторы формирования конкурентоспособности отечественного рынка художественных материалов. Проанализирован опыт зарубежных стран относительно развития рынка художественных материалов.

Ключевые слова: рынок художественных материалов, конкурентоспособность, автомагазины, любители, товарные категории, потребительские сегменты.

Піменова О.В., к.е.н., асистент
КНУ імені Тараса Шевченка

ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО РИНКУ ХУДОЖНІХ МАТЕРІАЛІВ УКРАЇНИ

Досліджено ринок художніх матеріалів України. Виявлено основні чинники формування конкурентоспроможності вітчизняного ринку художніх матеріалів. Проаналізовано досвід зарубіжних країн щодо розвитку ринку художніх матеріалів.

Ключові слова: ринок художніх матеріалів, конкурентоспроможність, арт-магазини, аматори, товарні категорії, споживчі сегменти.

УДК:338.439
JEL E270

Кундєєва Г.О., к.е.н., доцент, докторант,
Національний університет харчових технологій
Мартинюк Л.А., к.е.н., доцент,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ: СТРУКТУРНІ ЗРУШЕННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Розглянуто стан та перспективи розвитку харчової промисловості України. Визначено можливості структурних зрушень у діяльності підприємств харчової промисловості. Проаналізовано структуру виробництва, а також ідентифіковано структуру та динаміку змін експорту та імпорту основних продовольчих груп. Запропоновано основні напрямки виходу харчової промисловості з кризового стану та забезпечення продовольчої безпеки країни.

Ключові слова: харчова промисловість, продовольча безпека, експорт продовольства, імпорт продовольства.

Постановка проблеми. Проблема продовольчої безпеки є актуальною у всі часи, оскільки якість та рівень харчування населення характеризують рівень економічного розвитку країни, а рівень забезпечення населення продовольством розглядається як найважливіший фактор, що є визначальним критерієм оцінки соціального життя, ефективності економіки та державного устрою країни в цілому. Глобалізація та інтеграція України у світову економіку змінюють конкурентне середовище продовольчого ринку і ставлять під загрозу забезпечення продовольчої незалежності країни.

Проте, у контексті формування нової парадигми продовольчої безпеки України [1], розвиток харчової промисловості має здійснюватися з урахуванням впливу на стан здоров'я та тривалість життя населення, забезпечення фізичної та економічної доступності продуктів харчування для всіх верств населення та, впливу на навколишнє середовище.

Аналіз останніх публікацій. Вітчизняні та зарубіжні вчені О. Варченко, Л. Дейнеко, З. Іллїна, Д. Крисанов, О. Лисенко, Т. Мостенська, Б. Пасхавер, П. Саблук, М. Сичевський, Н. Скопенко, І. Федулова та інші досліджували особливості діяльності підприємств харчової промисловості, приділяючи значну увагу питанням продовольчої безпеки. Разом з тим, окремі питання ще залишаються недостатньо вивченими. Зокрема, практично залишається недослідженим таке складне, але дуже важливе питання, як структурні зрушення у діяльності підприємств харчової промисловості.

Метою статті є дослідження структурних зрушень у діяльності підприємств харчової промисловості у контексті забезпечення продовольчої безпеки країни.

Результати дослідження Проведений аналіз наукової літератури [2; 3; 4; 5] свідчить про те, що харчова промисловість має низку системних проблем: низький рівень інтеграції підприємств у ланцюгах доданої вартості; відсутність необхідної інфраструктури для розвитку інтеграційних процесів у галузі; незабезпеченість переробних підприємств якісною сировиною, особливо м'ясо- та молокопереробних підприємств, у зв'язку з тим,

що понад 50% сировини – це сировина від господарств населення; повільне впровадження міжнародних стандартів управління якістю та безпечністю харчової продукції на підприємствах галузі (в Україні лише близько 34 % підприємств харчової галузі впровадили міжнародні системи контролю якості та безпеки харчових продуктів [6].

Проте для визначення перспектив розвитку та структурних зрушень у харчовій промисловості, насамперед, у контексті забезпечення продовольчої безпеки країни, необхідно визначитися з ємністю вітчизняного ринку продовольства. Проведений аналіз наукових праць з даного питання, вказує на те, що місткість продовольчого ринку формується під впливом таких макроекономічних чинників, як платоспроможність населення, стан розвитку аграрного сектору та харчової промисловості, раціональність зовнішньоекономічної діяльності [7].

Джерелом даних для визначення загальних обсягів споживання основних продуктів харчування (ємність вітчизняного ринку продовольства) є звіти сільськогосподарських підприємств, заготівельних і торгівельних організацій, матеріали обстежень домогосподарств. Для визначення оцінки нормативної ємності внутрішнього споживчого ринку продовольства нами використано показники раціональної норми споживання окремих видів продовольства, що входять до складу споживчого кошика. Нормативна ємність внутрішнього ринку продовольства визначається як сума добутоків норми споживання певного виду продовольства та чисельності населення (табл. 1).

Таблиця 1

Фактична та фізіологічна ємність внутрішнього ринку продовольства в Україні за період 1995-2013 рр.

Показники	Фактична ємність внутрішнього ринку			Фізіологічна ємність (за умови дотримання раціональних норм споживання)			Абсолютне відхилення фактичної ємності ринку від фізіологічно обґрунтованої		
	1995 р.	2000 р.	2013 р.	1995 р.	2000 р.	2013 р.	1995 р.	2000 р.	2013 р.
Хліб та хлібопродукти	6641,9	6173,8	4937,9	5224,6	4992,4	4600,9	1417,3	1181,4	337
М'ясо і м'ясопродукти	2012,2	1621,3	2555,5	4138,3	3954,4	3644,2	-2126,1	-2333,1	-1088,7
Молоко та молочні продукти	12601	9841,5	10062,7	19656,8	18783,3	17310,1	-7055,8	-8941,8	-7247,4
Риба та рибні продукти	186,2	415,2	665,1	1034,6	988,6	911,1	-848,4	-573,4	-246
Яйця	510,8	473,9	812,9	868,2	827,8	762,9	-357,4	-353,9	50
Овочі та баштанні	5002,1	5027	7438,8	8328,3	7958,2	7334	-3326,2	-2931,2	104,8
Плоди, ягоди та виноград	1727,7	1448,3	2564,6	4655,6	4448,7	4099,8	-2927,9	-3000,4	-1535,2
Картопля	6404	6692,8	6167,9	6414,3	6129,3	5648,6	-10,3	563,5	519,3
Цукор	1634,6	1819	1690	1965,7	1878,3	1731	-331,1	-59,3	-41
Олія рослинна	424,2	464,6	605,9	672,5	642,6	592,2	-248,3	-178	13,7

Джерело: розраховано на основі [8]

Як свідчать наведені у таблиці дані, спостерігається стала негативна тенденція щодо споживання молока та молокопродуктів, м'яса та м'ясопродуктів, риби та рибодуктів, а також плодів, ягід. Такий стан недостатнього споживання харчових продуктів, що є постачальниками білку, ненасичених кислот та вітамінів до організму людини провокує виникнення хронічних неінфекційних захворювань. У той же час відбувається перевищення фактичного обсягу споживання хлібних продуктів та картоплі, тобто спостерігається надмірне споживання простих вуглеводів і як наслідок, виникнення ожиріння та надмірної ваги. Позитивним є перевищення фактичного споживання овочів та баштанних культур.

Обсяг внутрішнього ринку продовольчих товарів у вартісному вигляді в Україні визначається за даними бюджетних обстежень домогосподарств населення. Згідно з інформацією, наведеною в таблиці 2, вартість усіх спожитих продуктів харчування в Україні у 2013 р. становила 403,4 млрд. грн. з яких майже 14 млрд. грн. – вартість харчування поза домом.

Таблиця 2

Структура споживчих витрат на харчування в Україні

Продукція	Сукупні споживчі витрати, млн. грн.				Структура сукупних споживчих витрат, %			
	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.	2010р	2011р.	2012р.	2013р.
М'ясо та м'ясопродукти	79746,3	85935,4	94838,5	98777	23,8	22,9	24,9	24,5
Молоко та молочні продукти	43537,6	49587,1	52491,1	56039	13	13,2	13,8	13,9
Яйця	7817,9	7987,1	9316,1	10173,2	2,3	2,1	2,4	2,5
Овочі	50610,7	54832,8	42263,9	50202,5	15,1	14,6	11,1	12,4
з них-картопля	17733	18929,9	10353,5	15081,7	5,3	5	2,7	3,7
Фрукти	19981,6	23562,8	25643,3	26089,3	6	6,3	6,7	6,5
Цукор*	26839,9	29592,9	27569,3	28399	8	7,9	7,2	7
Олія	10277,2	13365,5	13504,4	13413	3,1	3,6	3,5	3,3
Риба та рибні продукти	19257,3	20625,4	22792	24196,7	5,7	5,5	6	6
Хлібні продукти	42942,2	50142,7	50029	52156,1	12,8	13,4	13,1	12,9
Інші продукти харчування	6790,8	7819,5	8156,4	8585,9	2	2,1	2,1	2,1
Безалкогольні напої	16718,2	18842,1	20662,2	21378,1	5	5	5,4	5,3
Харчування поза домом	11013,8	12891,6	13192,6	13970,6	3,3	3,4	3,5	3,5
Усього сукупних витрат на харчування	335533,5	375185,1	380458,8	403380,3	100	100	100	100

Джерело: розраховано на основі [8]

Структура споживчих витрат на харчування в Україні свідчить про те, що найбільш вагомими у грошовому вимірі для пересічного українця є харчові продукти тваринного походження, а саме на м'ясо і м'ясопродукти припадає майже чверть всіх витрат на продовольство, друге місце займають витрати на молоко та молокопродукти. Проте, за досліджуваний період скоротилась частка витрат на овочі – з 15,1% у 2010 році до 12,4% у 2013 р. Необхідно також зазначити, що всі розвинуті країни регулюють більшість цін на продукти харчування. Це робиться з метою збереження відповідного соціального статусу громадянина за рахунок підтримки певного рівня реальних доходів. Проте зміна співвідношення цін на певні види продукції стимулює структурні перетворення у галузі залежно від кон'юнктури ринку або національних інтересів.

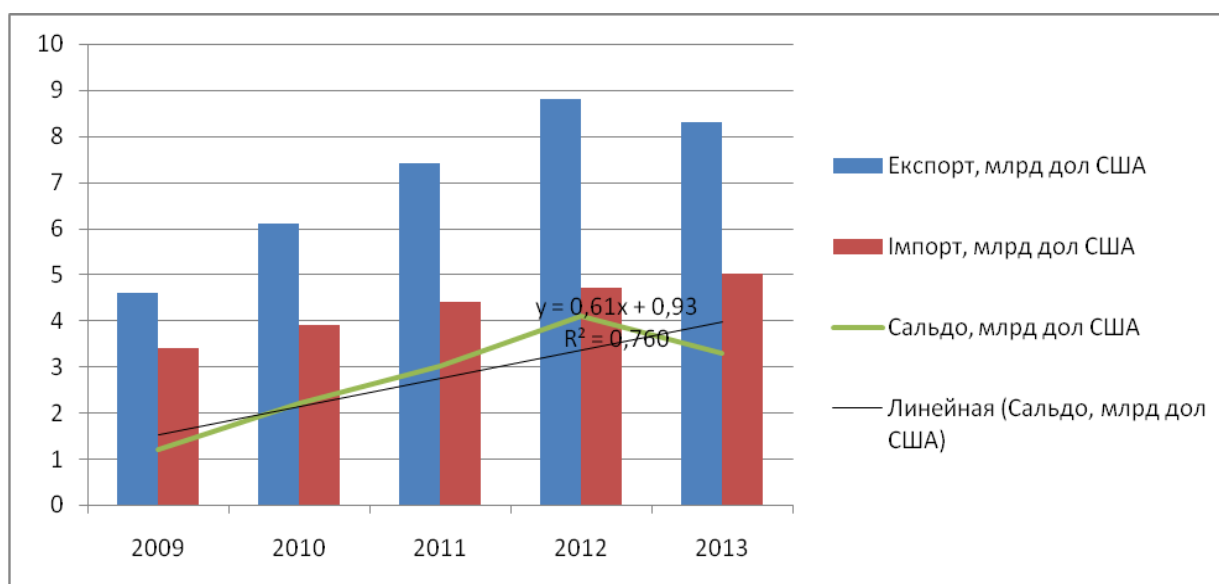
Виходячи з того, що продовольчу безпеку можна розглядати за допомогою системи ринкових інструментів як стан попиту та пропозиції на сільськогосподарську сировину і харчові продукти, то необхідно аналізувати пропозицію харчових продуктів не тільки за обсягом, а і за структурою.

У структурі реалізованої промислової продукції виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів за 2012 рік найбільша частка припадає на: виробництво напоїв – 19,3 %, м'яса та м'ясних продуктів – 15,4%, молочної продукції – 14 %, олії та тваринних жирів – 11 %, тютюнових виробів – 5,8 %, хліба і хлібобулочних виробів – 5 %, перероблення і консервування овочів та фруктів – 4,6 %, какао, шоколаду та цукристих кондитерських виробів – 3,7 %.

У 2013 році у структурі реалізованої промислової продукції виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів лідером стає виробництво олії та тваринних жирів – 15,8 %, зменшується частка напоїв – 15,3 %, м'яса та м'ясних продуктів – 13,8 %, молочних продуктів – 13,1 %, тютюнових виробів – 5,3 %, проте зростає частка хліба, хлібобулочних і борошняних виробів – 8,4 %, какао, шоколаду та цукристих кондитерських виробів – 7,1 %, перероблення та консервування фруктів і овочів – 4,4 % [8].

Слід зазначити, що забезпечення пропозиції продовольства повинно відбуватися за рахунок національного виробництва та допустимих обсягів імпорту для забезпечення фізичної та економічної доступності якісних продуктів харчування для населення України. Для цього необхідно дослідити зовнішню економічну діяльність підприємств харчової промисловості.

Нинішня модель взаємодії України зі світовим ринком характеризується надмірною відкритістю національної економіки, зростанням обсягів імпортоспоживання товарів з високою доданою вартістю і експортом переважно сировинних товарів та залежністю національної економіки від кон'юнктури світових товарних ринків. За таких умов зростання обсягів імпорту може нести загрози порушення національної безпеки та формування надвисокої залежності внутрішнього виробництва і споживання від імпортних товарів, що й обумовлює актуальність дослідження. Динаміка обсягів експорту та імпорту продукції харчової промисловості наведена на рис. 1.



Джерело: розраховано на основі [8]

Рис. 1. Динаміка сальдо зовнішньої торгівлі продукції харчової промисловості України за 2009-2013 рр., млрд. дол. США

За весь аналізований проміжок часу спостерігається значне перевищення обсягу експорту над обсягом імпорту продукції харчової промисловості, яке становить понад 60%. Але слід відзначити негативну тенденцію поступового зростання частки імпорту у структурі внутрішнього споживання протягом останніх років з 11,4 % у 2005 р. до 18,3 % у 2013 р. Втім значне перевищення обсягу експорту над обсягом імпорту продукції харчової промисловості пояснюється високою часткою продажу продовольчих товарів, вироблених на території України, у структурі роздрібного товарообороту продовольчих товарів, яка у 2013 році становила 87,2 %.

Проте тенденція щодо співвідношення експорту та імпорту продовольчих товарів з високою доданою вартістю інша (табл. 3)

Таблиця 3
Динаміка зовнішньої торгівлі готовими харчовими продуктами
(млн. дол. США)

Роки	Експорт			Імпорт			Сальдо
	млн. дол. США	до попереднього року, %	до загального обсягу, %	млн. дол. США	до попереднього року, %	до загального обсягу, %	
2007	2056,2	147,5	4,2	2090,9	126,4	3,4	-34,7
2008	2518,2	120,2	3,8	2679,2	128,1	3,1	-161
2009	2088,1	82,9	5,3	2034,3	75,9	4,5	53,8
2010	2571,1	123,1	5	2504,9	123,1	4,1	66,1
2011	2939,1	114,3	4,3	3026,7	120,8	3,7	-87,6
2012	3511,9	119,5	5,1	2965,4	98	3,5	546,5
2013	3571,7	101,7	5,6	3219,5	108,6	4,2	352,2

Джерело: розраховано на основі [8]

Сальдо зовнішньої торгівлі готовими харчовими продуктами становило у 2013 році майже 10% від сальдо зовнішньої торгівлі продовольчими продуктами, показник був нижчий ніж у 2012 році (13%). Це є підтвердженням того, що у разі пролонгування існуючої політики, Україна залишиться експортером переважно сировинних товарів з низкою доданою вартістю, про що свідчить здійснений аналіз експорту-імпорту готових продовольчих продуктів (табл. 4 і табл. 5).

Таблиця 4
Динаміка структури експорту готових харчових продуктів за період 2009-2013 рр.
(тис. дол. США)

Показники	Роки					Темп змін обсягів експорту			
	2009	2010	2011	2012	2013	2010/ 2009	2011/ 2010	2012/ 2011	2013/ 2012
IV. Готові харчові продукти	2088052	2571067	2939139	3493917	3557168	123,1	114,3	118,9	101,8
продукти з м'яса, риби	37984,8	48687,2	50072,6	65028,1	58947,9	128,2	102,8	129,9	90,6
цукор і кондитерські вироби з цукру	165184,6	206502,6	241879,3	341218,3	259390,6	125,0	117,1	141,1	76,0
какао та продукти із нього	448559,9	591611,9	675726,5	662341,4	556813,3	131,9	114,2	98,0	84,1
готові продукти із зерна	204966,5	254289,7	339018,9	377482,5	413145,4	124,1	133,3	111,3	109,4
продукти переробки овочів	148253,1	210389,5	228319,6	323453,7	404190,6	141,9	108,5	141,7	125,0
різні харчові продукти	88410,8	122919,8	162429,3	195387,8	252120,5	139,0	132,1	120,3	129,0
алкогольні і безалкогольні напої та оцет	458628,6	443700	383045,5	385003,9	396807	96,7	86,3	100,5	103,1
залишки і відходи харчової промисловості	322097,5	479069,4	626635,6	877722,8	923387,3	148,7	130,8	140,1	105,2
тютюн і промислові замітники тютюну	213966,3	213896,9	232011,6	266278,4	292365,5	100,0	108,5	114,8	109,8

Джерело: розраховано на основі [8]

Як свідчать наведені у таблиці 4 дані, серед експорту готових виробів харчової промисловості найбільшу частку складає експорт залишків та відходів харчової промисловості (26% у 2013 році) і какао та продукти із нього (15,7% у 2013 році). Проте, якщо за останні роки спостерігається зниження обсягів експорту какао та продукти із нього, то експорт залишків та відходів харчової промисловості зростає.

Таблиця 5

Динаміка структури імпорту готових харчових продуктів за період 2009-2013 рр.
(тис. дол. США)

Показники	Роки					Темп змін обсягів експорту			
	2009	2010	2011	2012	2013	2010/ 2009	2011/ 2010	2012/ 2011	2013/ 2012
IV. Готові харчові продукти	2034278	2504927	3026726	2965371	3218804	123,1	120,8	98,0	108,5
продукти з м'яса, риби	78715,5	100279,5	124377,5	140804,9	152189,1	127,4	124,0	113,2	108,1
цукор і кондитерські вироби з цукру	87551,1	231355,6	230705,3	83496,1	88333,5	264,3	99,7	36,3	105,8
какао та продукти з нього	302339,1	407333,7	491785,5	449593,2	460743,2	134,7	120,7	91,4	102,5
готові продукти із зерна	96161,7	125757,2	164765,7	170859,1	215823,9	130,8	131,0	103,7	126,3
продукти переробки овочів	196391,6	223306,6	277284,2	267017,9	297679,5	113,7	124,2	96,3	111,5
різні харчові продукти	421873,2	466458,5	592067	593535,6	659329,1	110,6	126,9	100,2	111,1
алкогольні і безалкогольні напої та оцет	189063,2	270553,3	421023,7	492814,1	604854,3	143,1	155,6	117,1	122,7
залишки і відходи харчової промисловості	206616	208437,6	247118,6	259625,7	286109,9	100,9	118,6	105,1	110,2
тютюн і промислові замінники тютюну	455566,8	471445	477598,2	507624	453741	103,5	101,3	106,3	89,4

Джерело: розраховано на основі [8]

Серед готових продуктів, що експортувалися у 2013 році в Україну, найбільшу питому вагу займали алкогольні і безалкогольні напої та оцет – 18,8% і вироби з какао – 14,3%; протягом аналізованого періоду спостерігається їх зростання. Проте, частка імпорту м'ясо- і рибопроктів незначна – 4,7%, але що є позитивним, так це зростання експортування в країну цих продуктів. Також звертаємо увагу на існування зростання імпорту залишків і відходів харчової промисловості, але їх обсяг не значний – 8,9% у 2013 році.

З метою збільшення експорту продовольчих товарів з високою доданою вартістю необхідним є перехід на інтенсивний інноваційний розвиток як харчової промисловості, так

і АПК в цілому, насамперед за рахунок впровадження енергозберігаючих технологій. Це пов'язано з тим, у вітчизняній харчовій промисловості питомі енерговитрати на одиницю продукції в 1,2–2 рази вищі, ніж в розвинених країнах. Вартість енергоресурсів у структурі собівартості продукції в більшості галузей становить майже п'яту частину, тоді як у країнах з розвинутою ринковою економікою цей показник не перевищує 5–6%, що свідчить про наявність значних резервів енергозбереження в галузі. Найбільш енергомісткими галузями харчової промисловості є цукрова, олійно-жирова, спиртова – вони споживають 85% її паливно-енергетичних ресурсів [с.40]. У цьому зв'язку, енергозбереження стає пріоритетним напрямом розвитку галузі.

Висновки. Поведений аналіз структури експорту-імпорту готової харчової продукції вказує на необхідність впровадження ресурсозберігаючих, екологічно безпечних технологій. Тому державна політика розвитку харчової промисловості на сучасному етапі має бути спрямована на:

- стимулювання залучення інвестицій у впровадження ресурсозберігаючих, екологічно безпечних технологій та систем управління якістю та безпечністю харчової продукції;
- використання сертифікації з метою обмеження імпорту неякісної та небезпечної для здоров'я людей харчової продукції;
- розширення доступу підприємств до довгострокових позикових коштів на модернізацію та створення нових виробничих потужностей;
- розвиток форм співробітництва малих та середніх підприємств галузі.

Література.

1. Саблук П. Основні положення нової економічної парадигми національної продовольчої безпеки України в ХХІ ст. /П. Саблук // Економіка України. – 2002. – № 5. – С. 54-60.
2. Варченко О. К вопросу соединения государственного и рыночного регулирования продовольственной безопасности /О. Варченко // Экономика Украины. - 2004. - № 7. - С. 53-59.
3. Дейнеко Л., Купчак П. Розвиток стратегічного потенціалу харчової промисловості України [Текст] // Харчова і переробна промисловість: Щомісячний науково-виробничий журнал.- 2009.- № 6.- с.234.
4. Крисанов Д. Ф. Потенціал харчових галузей АПК України: структурні трансформації та результативність використання /Д. Ф. Крисанов, Л. О. Удова, О. М. Варченко //Вісник Сумського національного аграрного університету. Фінанси і кредит. – 2013. – № 1. – С. 121-135.
5. Федулова І. В. Стратегічні пріоритети розвитку харчової промисловості України в контексті забезпечення продовольчої безпеки / І. В. Федулова, Т. Л. Мостенська //Європейський Союз продовольчого сектора після останнього розширення - висновки на майбутнє CAP. - Варшава: IAFE-NRI,2011. - № 6.1. - С. 209-231
6. Українські підприємства поліпшують якість продукції //Інформаційний бюлетень КМУ, режим доступу: <http://www.info-kmu.com.ua/2013-12-16-000000pm/article/17371196.html>
7. Пасхавер Б. Продовольственный аспект преодоления бедности /Б. Пасхавер // Экономика Украины. - 2004. - № 10. - С. 71-76.
8. Статистичні дані Державного комітету статистики України [Електронний ресурс] — Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/.
9. Сичевський М. П. Удосконалення організаційно-економічного механізму розвитку харчової промисловості України / М. П. Сичевський. – К.: Наук. світ, 2004. – 374 с.

References.

1. Sabluk P. Osnovni polozhennya novoyi ekonomichnoyi paradyhmy natsional'noyi prodovol'choyi bezpeky ukrayiny v khkhi st. /P. Sabluk // Ekonomika Ukrayiny. – 2002. – № 5. – s. 54-60.
2. Varchenko O. K Voprosu soedynenyya hosudarstvennoho y rynochnoho rehulyrovanyya prodovol'stvennoy bezopasnosti /O. Varchenko // ekonomika Vkrayny. - 2004. - № 7. - s. 53-59.
3. Deyneko I., Kupchak P. Rozvytok stratehichnoho potentsialu kharchovoyi promyslovosti Ukrayiny [tekst] // Kharchova i pererobna promyslovist': Shchomisyachnyy naukovy-vyrobnychyy zhurnal.- 2009.- № 6.- s.234.
- 4.Krysanov D. F. Potentsial kharchovykh haluzey APK Ukrayiny: strukturni transformatsiyi ta rezul'tatyvnist' vykorystannya /D. F. Krysanov, I. O. Udova, O. M. Varchenko //Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. Finansy i kredyt. – 2013. – № 1. – s. 121-135.
5. Fedulova I. V. Stratehichni priority rozvytku kharchovoyi promyslovosti Ukrayiny v konteksti zabezpechennya prodovol'choyi bezpeky / I. V. Fedulova, T. L. Mostens'ka //Yevropeys'kyi Soyuz prodovol'choho sektora pislya ostann'oho rozshyrennya - vysnovky na maybutnye CAP. - Varshava: IAFE - NRI ,2011. - № 6.1. - s. 209-231
6. Ukrayins'ki pidpryyemstva polipshuyut' yakist' produktsiyi //informatsiyyny byuleten' KMU, rezhym dostupu: <http://www.info-kmu.com.ua/2013-12-16-000000pm/article/17371196.html>
7. Paskhaver B. Prodovol'stvennyy aspekt preodolenyya bednosti /B. Paskhaver // ekonomika Ukrayny. - 2004. - № 10. - s. 71-76.
8. Statystychni dani Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrayiny [Elektronnyy resurs] — Rezhym dostupu: www.ukrstat.gov.ua/.
9. Sychevs'kyi M. P. Udoskonalennya orhanizatsiyno-ekonomichnoho mekhanizmu rozvytku kharchovoyi promyslovosti ukrayiny / M. P. Sychevs'kyi. – K.: Nauk. svit, 2004. – 374 s.

Кундеева Г.А., к.э.н., доцент, докторант,

Национальный университет пищевых технологий

Мартынюк Л.А., к.э.н., доцент,

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ УКРАИНЫ: СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Рассмотрены состояние и перспективы развития пищевой промышленности Украины. Определены возможности структурных сдвигов в деятельности предприятий пищевой промышленности. Проанализирована структура производства, а также идентифицирована структура и динамика изменений экспорта и импорта основных продовольственных групп. Предложены основные направления выхода пищевой промышленности из кризисного состояния и обеспечения продовольственной безопасности страны.

Ключевые слова: пищевая промышленность, продовольственная безопасность, экспорт продовольствия, импорт продовольствия.

Kundieieva G., Ph.D., associate professor, doctoral,

National University of Food Technologies

Martynyuk L., Ph.D in Economics, Associate Professor

Taras Shevchenko University of Kyiv

THE FOOD SECURITY OF UKRAINE: STRUCTURAL CHANGES IN FOOD INDUSTRY PERFORMANCE.

The conditions and development prospects of Ukrainian food industry are considered. The probability of structural changes in the food industry performance is determined. The production structure is analyzed. The structure of crucial food groups and the export turnover and the import turnover of these groups are identified. Crisis development of the food industry and the directions of the food security assurance are offered.

Keywords: food industry, food security, food export, food import.

УДК 338.24.021.8
JEL O3, O4

Рудковський О.В., к.е.н., доцент,
Національний транспортний університет

МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО КОРПОРАТИВНОЇ БЕЗПЕКИ

Розглянуто значення методологічних засад управління економічною безпекою для формування економічної безпеки підприємства. Визначено різноманітність варіантів трактування поняття «методологія». Визначено значення методологічних теоретичних напрацювань для практичної діяльності. Проаналізовано сутність та зміст поняття економічна безпека, система безпеки підприємства. Визначено етапи формування вчення «система економічної безпеки». Розглянуто економіко-математичні методи оцінки безпеки та проаналізовано значення та особливості кожного підходу.

Ключові слова: безпека, економічна безпека, система безпеки підприємства, методологія, метод оцінки.

Постановка проблеми. Сучасні динамічні ринкові відносини визначають необхідність уваги до забезпечення економічної безпеки. Напрацювання по даному питанню слід вести з наукової та практичної сторін. Але на практиці зв'язок між результатами праці двох сфер практично відсутній, тому слід адаптувати наукові напрацювання для ширшого їх використання на практиці.

Аналіз останніх публікацій. Дослідженням методологічних розробок оцінки та забезпечення економічної безпеки підприємств займалися науковці: Г.А. Пастернак-Таранушенко, В.П. Пономарьов, Г.В. Козаченко, О.М. Ляшенко, Д. Ковальов, І. Плєтнікова, Т. Сухорукова, Є.А. Олейников, С.Ф. Покропивний, М.П. Капустін, М.А. Бендіков, В. Маку-Маку, М. Зацеркляний, О. Мельников, О. Долженков, Ж. Жуковська, М. Камлик та ін.

Невирішені частини проблеми. Адаптація та практичне застосування результатів наукових напрацювань в галузі безпеки. На сьогодні система методологічних оцінок стану економічної безпеки потребує вдосконалення та спрощення.

Мета статті. Практична реалізація заходів безпеки потребує більш ширшого застосування наукових підходів та розробок, які, в свою чергу, потребують систематизації та адаптації до вимог практичного застосування.

Результати дослідження. Особливості перехідного періоду, формування ринкових відносин та механізмів ведення бізнесу, кризовий стан економіки України визначають першочергову необхідність в забезпеченні економічної безпеки підприємства, без якої неможливі стабільне ведення господарської діяльності та подальше зростання підприємства. Тому на підприємствах створюються структурні підрозділи, що наділені функціями захисту економічної безпеки підприємства та забезпечення можливостей зростання.

Досліджуючи питання безпеки, більшість вчених погоджуються з думкою, що дане питання є мало вивченим та потребує більш широкої розробки механізмів оцінки рівня забезпечення економічної безпеки підприємства та розробки ефективних методологічних засад управління економічною безпекою.

Особливість методик аналізу та оцінки рівня економічної безпеки підприємства:

відсутність загально прийнятих встановлених критеріїв та показників оцінки економічної безпеки, складність для використання на практиці, а також відсутністю систематизації оцінок економічної безпеки. Такі причини пояснюють відсутність і самої загальновизнаної методики оцінки рівня безпеки підприємства та складні математичні формулювання.

Розглянемо більш детально сутність поняття методологія. Потрібно відмітити, що поняття «методологія» використовується в значній мірі в науковій сфері та практично ні – на практиці.

В науковій літературі надано наступне визначення поняття «методологія» (від грецьк. *metodos* – спосіб, метод і *logos* – наука, знання) – це система принципів і засобів організації та побудови теоретичної і практичної діяльності, а також вчення про цю систему [21]. Поступово система принципів була сформована в окремий предмет пізнання та затверджена як сукупність загальних суспільних правил та норм теоретичної та практичної діяльності.

Інше трактування поняття «методологія»: це комплекс прийомів дослідження у будь-якій науці, тобто це вчення про методи, принципи, шляхи пізнання й перетворення світу. Суть поняття методологія це особливий вид усвідомлення науки в формі самоаналізу. Але сучасна методологія виходить за рамки вивчення методів і прийомів наукового пізнання і дослідження, досліджуючи основу, структуру і властивості наукового пізнання, його походження, закономірності розвитку і перетворень [13].

Трактування поняття «методологія» – різноманітні, загальним для кожного визначення є сприйняття методології як пізнавального процесу зі своїми механізмами та інструментами.

Поняття «методологія» розглядають з наступних точок зору: сприйняття її, як учення про методи діяльності (метод і «логос» – вчення), предметом якої є аналіз методів; уявлення її, як науки та наукової діяльності, тобто вчення про правила мислення в науці та наукових дослідженнях. Тому методологія науки – це вчення про науковий метод пізнання або систему наукових принципів, які є основою для дослідження, за її допомогою обирають засоби, прийоми і методи пізнання [9, с. 72].

Структура методології, як науки розподілена на чотири рівні: загальнонауковий - передбачає аналіз найзагальніших результатів, отриманих в різних галузях наукового знання; філософський - застосовується у загальнофілософських дослідженнях; конкретно-науковий - методологія конкретних наук: фізики, біології, психології та ін.); технологічний (конкретні методики та техніка дослідження) [14, с. 32-40].

Зважаючи на швидкі зміни та складність питання економічної безпеки, як об'єкта пізнання та процесу наукового пізнання, виникає необхідність вдосконалення методології економічної безпеки підприємства та більш ширшого використання теоретичних напрацювань в практичній діяльності.

Останні десятиліття набуває поширення думка, що методологічні напрацювання повинні широко використовуватися спеціалістами-практиками. Такої думки дотримується Г. П. Щедровицький, започаткувавши напрям в методології під назвою «системо-мислєдіяльність» методологія [20, с. 42]. На думку В. В. Краєвського, методологія – це спосіб зв'язку науки і практики [10]. На думку Н. А. Масюкової, методологія - це засіб

допомоги науки практиці [12, с. 423]. Тому на базі практичної діяльності формується напрям методології практичної діяльності.

Вважаючи, що методологія це спосіб пізнання наукової і практичної діяльності, зв'язок між цими аспектами полягає в закономірності: осмислена практична діяльність ґрунтується на науково-теоретичних компонентах, а наукове дослідження містить аспекти практичної діяльності.

Методологія економічної безпеки – це вчення про логічну структуру та організацію діяльності, що здійснюється для забезпечення економічної безпеки підприємств.

На сьогодні існує досить велика кількість трактувань поняття «система безпеки підприємства» в науковій літературі. Загальними рисами визначення є наступне трактування: «система безпеки підприємства» – це сукупність взаємозалежних заходів організаційно-правового характеру, за допомогою яких здійснюється захист підприємницької діяльності від реальних або потенційних дій внутрішніх і зовнішніх загроз, які можуть призвести до істотних економічних втрат. Вчені, які досліджували питання забезпечення економічної безпеки: В. Маку-Маку, М. Зацеркляний, О. Мельников, О. Долженков, Ж. Жуковська, М. Камлик, Г.А. Пастернак-Таранушенко. Втім питання забезпечення економічної безпеки на рівні підприємства ми вважаємо не розкритим досить широко. Тому і виникає необхідність наукових та практичних розробок забезпечення економічної безпеки підприємства.

На сьогодні існує чотири підходи до бачення стану економічної безпеки підприємства:

1. Інформаційний підхід (характерний для початку 90-х років минулого століття). Цей підхід передбачає забезпечення економічної безпеки підприємства як захист інформації. Прихильниками цього бачення є В.І. Ярочкін [22], А.І. Шаваєв [19], Василець В.І. [3], Барсуков В.С.[1], – вони вважають, що інформація – це найслабкіша ланка, і ступінь захисту інформації всієї системи визначається рівнем її захищеності. Але таке бачення економічної безпеки підприємства не враховує чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, які також є потенційною чи реальною загрозою економічній безпеці.

2. Захист від загроз з економічної безпеки.

На етапі переходу до ринкових відносин склалася нова дійсність: змінилася роль держави та її економічних функцій, вона не була головним інвестором і споживачем продукції. Для цього забезпечення економічної безпеки передбачає захист від загроз зовнішнього середовища, яке в ринковій економіці є досить динамічним та невизначеним, тобто постійно змінюється та ніколи не залишається стабільним, відповідно, економічна безпека підприємства великою мірою залежить від впливу зовнішнього середовища. Отже, поняття «економічна безпека підприємства» трактується з точки зору впливу зовнішнього середовища та захисту підприємств від небезпек та його негативного впливу. Іншими словами «економічна безпека підприємства» – це такий стан підприємства, який забезпечує здатність протистояти несприятливим зовнішнім діям.

3. Ресурсний підхід.

Прихильники цього підходу вважають економічну безпеку підприємства як «стан стійкості чи рівноваги або ефективного використання ресурсів». В рамках цього підходу зроблено аналіз найважливіших чинників, що забезпечують економічну безпеку підприємства, досліджено основні процеси, що впливають на її забезпечення,

проводиться аналіз розподілу і використання ресурсів підприємства, розглядаються економічні показники, які відображають рівень забезпечення функціональної складової економічної безпеки підприємства, і розробляються заходи по забезпеченню високого рівня забезпечення економічної безпеки підприємства.

Прихильники даного підходу вважають, що захист безпеки підприємства здійснюється шляхом оптимального поєднання та використання ресурсів. Всі економічні процеси, що відбуваються на підприємстві, виконують функцію забезпечення безпеки, а також ефективне поєднання всіх параметрів забезпечує стійкість та перспективи розвитку. Представники даного підходу: С.Ф. Покропивний [17, с. 466], Е.А. Олейников [15, с. 138], Н.О. Подлужна [16, с. 11].

4. Економічна безпека з точки зору гармонізації економічних інтересів підприємства у часі і просторі.

Згідно цього бачення, економічна безпека – це поєднання та злагодження економічних інтересів усіх сторін в часі і просторі з інтересами суб'єктів навколишнього середовища, що пов'язане з підприємством [11, с. 48]. Економічна безпека підприємства складається з набору функціональних складових, причому, залежно від характеру існуючих загроз та виду діяльності підприємства, важливість кожного показника буде різною. Тому оцінка економічної безпеки передбачає комплексний аналіз всіх факторів, що забезпечує цілісне бачення реального стану безпеки. Зауважимо, що на практиці можлива і ситуація, коли вдосконалень не потребують всі сфери діяльності, аналіз окремих складових дасть змогу запровадити вдосконалення саме там, де це необхідно.

Отже, «економічна безпека підприємства» – це комплекс заходів підприємства, що запроваджені для ефективного використання наявних ресурсів та ринкових потенціалів, узгодження та збалансування інтересів, і є передумовою для забезпечення стійкої діяльності та стабільного розвитку підприємства з врахуванням та реакцією на загрози внутрішнього та зовнішнього середовища, які можуть бути небезпечними для діяльності підприємства. На практиці підприємства запроваджують заходи безпеки, які складають комплексну систему економічної безпеки підприємства.

Основою для розробки комплексної системи забезпечення економічної безпеки підприємства є концепція безпеки підприємства з визначеною метою, завданнями, об'єктами, суб'єктами.

В свою чергу, комплексна система економічної безпеки це сукупність взаємопов'язаних організаційно-правових заходів, що вживаються для раціонального використання ресурсів та потенціалів, забезпечення стійкості та реалізації інтересів та захисту від усіх можливих загроз та ризиків.

Для аналізу використовують різноманітні підходи оцінки рівня економічної безпеки підприємств, які визначаються методами розрахунків, обраними критеріями безпеки, практичним застосуванням.

Перший підхід – індикаторний [2; 8]. В рамках цього підходу визначення рівня безпеки підприємства здійснюється за допомогою комплексу індикаторів. Індикатори – показники, що характеризують якісні та кількісні результати діяльності підприємства. Оцінка економічної безпеки суб'єктів господарювання здійснюється шляхом порівняння фактичних показників (виробничих, фінансових, соціальних) діяльності підприємств та

індикативних. Ґрунтуючись на таких результатах, оцінюється стан економічної безпеки підприємства. Особливість та складність оцінки стану безпеки на базі цього підходу визначається відсутністю сформованих індикаторів оцінки, їх постійна зміна, та залежність від зовнішнього та внутрішнього середовища. Крім того, визначення та встановлення індикаторів повинно враховувати особливості діяльності підприємства: сфера діяльності, форма власності, етап життєвого циклу. Тому встановити точні індикативні показники досить важко, що і є причиною складності аналізу безпеки за цим підходом, отже, застосування цього методу не поширене.

Другий підхід – економіко-математичний. Згідно цього підходу внутрішні і зовнішні фактори впливають на економічну безпеку підприємства, що веде до зміни показників його діяльності. Тому оцінка рівня безпеки ґрунтується на основі розрахунку критерію (інтегрального показника) економічної безпеки підприємства [8]. Звідси, залежність рівня економічної безпеки підприємства визначається впливом факторів, що характеризуються мінливістю. Застосування цього методу не отримало широкого застосування, так як фактори, які характеризують економічну безпеку підприємства не сформовані, оскільки для різних галузей економіки, для різних етапів життєвого циклу підприємства набір факторів відрізняється.

Третій підхід – ресурсно-функціональний. Використовуючи цей підхід, визначення рівня економічної безпеки здійснюється з точки зору оцінки ступеня використання ресурсів підприємства за кожною функціональною складовою [5, с.143]. Під ресурсами розуміють фактори бізнесу, які вже сьогодні набувають більшої цінності: ресурс капіталу (акціонерний капітал та фінансові ресурси), ресурс персоналу, ресурс інформації та технологій, техніки та обладнання, прав (права на використання патентів, ліцензій та квот на використання земель). На сьогодні цей метод використовується в більшій мірі. На нашу думку, головним недоліком цього підходу є суб'єктивізм. Показники для розрахунку рівня економічної безпеки отримані за допомогою сукупного критерію економічної безпеки, який розраховується на основі думок кваліфікованих експертів.

Четвертий підхід – прибутково-інвестиційний. Згідно цього методу критерієм оцінки рівня економічної безпеки є міра узгодження інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища, результатом узгодження є прибуток, який вважається показником безпеки. Автори цього методу: Г.В.Козаченко, В.П.Пономарьов, О.М. Інший спосіб оцінки рівня економічної безпеки підприємства шляхом порівняння обсягу інвестицій підприємства (з реінвестованого прибутку) та обсягу інвестиційних коштів, які необхідно використати для забезпечення економічної безпеки підприємства. На думку В.П.Пономарьова, рівень безпеки підприємства є високим за умови прибуткової виробничо-господарської діяльності, причому, розмір прибутку залежить від ефективності узгодження інтересів суб'єктів зовнішнього середовища. За допомогою показника інвестицій рівень економічної безпеки підприємства визначається порівнянням величини бруто-інвестицій підприємства та обсягу ресурсів, необхідних для інвестиційної підтримки умов, що забезпечують економічну безпеку підприємства.

Оцінюючи рівень економічної безпеки підприємства, увага приділяється не лише кількісним характеристикам, але і якісним характеристикам. В.П.Пономарьов виділив сім видів економічної безпеки підприємства: підтримуючий, мінімальний, дуже низький,

низький, середній, високий і дуже високий. Основою для розподілу є сфера ринкових інтересів, ніша ринку, яку займає підприємство, її розширення та збереження.

Проте, на наш погляд, аналіз стану безпеки з урахуванням величини прибутків та обсягів інвестицій підприємства не може бути повним, так як для аналізу слід враховувати комплекс факторів забезпечення безпеки. З іншого боку, інвестиції є залежними показниками від ряду багатьох факторів.

Оцінка рівня економічної безпеки підприємства, що ґрунтується на прогнозуванні ймовірності банкрутства, відбувається за допомогою наступних методів: модель Альтмана, двофакторна модель, метод розрахунку рейтингового числа

Резюмуючи та узагальнюючи підходи та методи, можна визнати, що різноманітність поглядів на питання оцінки та визначення факторів безпеки ускладнюють процес оцінки рівня безпеки підприємства. Крім того, деякі фактори безпеки важко або неможливо описати математично. Ефективна оцінка економічної безпеки забезпечується за умови комплексного оцінювання всіх показників, які впливають на рівень безпеки підприємства.

Концепція побудови системи забезпечення економічної безпеки підприємства, розроблена на результатах аналізу особливостей шляхів та методів забезпечення економічної безпеки підприємства, складається з чотирьох блоків:

Перший блок – моніторингу показників економічної захищеності підприємства. В рамках цього блоку розробляється комплекс заходів для оцінки досягнутого рівня безпеки, який здійснюється за допомогою моніторингу.

Другий блок – оцінювання та управління загрозами. Для цього блоку характерний ієрархічний принцип управління загрозами, тому рівнями управління є аналітичний (моніторинг та класифікація внутрішніх та зовнішніх загроз) та координаційний (регулювання впливу загроз) [18]. Ідентифікація та класифікація загроз виконують задачу забезпечення економічної захищеності підприємства. Всі загрози –взаємозалежні; причинно-наслідкові зв'язки, як правило, підсилюють дію загрози та наслідки від неї.

Третій блок – оцінювання економічної безпеки. Мета оцінки і аналізу економічної безпеки підприємства – це аналіз поточного стану безпеки підприємства та його кількісні і якісні характеристики.

Четвертий блок – підтримки прийняття рішень. На даному етапі відбувається локалізація та аналіз впливу загроз на економічну захищеність підприємства. Формується набір рішень щодо заходів впливу на загрози та їх наслідки; вибір рішення, яке найбільш ефективно для даної ситуації [6].

Ефективність управління економічною безпекою підприємства визначається якістю моделей їх діяльності та засобами реалізації управлінських рішень для забезпечення економічної безпеки. Як правило, моделі управління безпекою враховують загальні закономірності, що є характерними для підприємства, його галузеву приналежність, особливості етапу життєвого циклу підприємства.

З точки зору моделювання, термін «управління безпекою» розглядається як набір управлінських впливів, що здійснюють для досягнення певної мети, причому, підприємство поступово змінює стан з початкового на новий в запланованих рамках.

Модель безпеки – механізм створення та вдосконалення діяльності підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища, що забезпечує своєчасну реакцію основних внутрішніх систем для найбільш ефективного виконання його призначення.

Об'єктивна оцінка впливу чинників на економічну безпеку неможлива без застосування спеціальних методів управління безпекою. Це обумовлює необхідність розробки і впровадження моделі управління безпекою, спрямованої на створення певного організаційно-економічного механізму для формування (вибору) комплексу заходів, спрямованих на підвищення рівня економічної безпеки. Процес застосування такої моделі (комплексу моделей) повинен представляти цілеспрямовану послідовність етапів вироблення і прийняття рішень, що оптимізує мету функціонування та мінімізує вплив випадкових чинників, які знижують рівень прибутковості підприємства.

Висновки. Методики аналізу та оцінки рівня економічної безпеки підприємства характеризуються відсутністю загально прийнятих встановлених критеріїв та показників оцінки економічної безпеки, складністю для використання на практиці, а також відсутністю систематизації оцінок економічної безпеки. Зважаючи на швидкі зміни та складність питання економічної безпеки, як об'єкта пізнання та процесу наукового пізнання, виникає необхідність вдосконалення методології економічної безпеки підприємства та більш широкого використання теоретичних напрацювань в практичній діяльності. Методологія науки – це вчення про науковий метод пізнання або систему наукових принципів, які є основою для дослідження, за її допомогою обирають засоби, прийоми і методи пізнання. З іншого боку, методологія – це набір прийомів дослідження, що застосовуються в тій або іншій науці, а також вчення про пізнання і реформування світу.

Література

1. Барсуков В.С. Обеспечение информационной безопасности. / В.С. Барсуков – М. : 1996. – 271с
2. Безпека господарської діяльності підприємства, установи, організації : довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників / [Л. В. Гнилицька, О. І. Дічек, О. І. Захаров, О. П. Клименко, С. О. Кравцов та ін.]. – К. : Дорадо-Друк, 2011. – 56 с.
3. Василец В.И. Методические основы обеспечения конфиденциальности производственной и коммерческой деятельности акционерного общества / В.И. Василец, Голованов В.Н. // Вопросы защиты информации. – 1994. – №1. – С. 5–11.
4. Державна служба охорони. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :[http : www.dso.com.ua/index.php?lang_id=1&menu_id=2](http://www.dso.com.ua/index.php?lang_id=1&menu_id=2).
5. Ильяшенко С. Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к ее оценке / С. Н. Ильяшенко // Актуальные проблемы экономики. – 2003. – № 3. – С. 12–19.
6. Клопов І.О. Концепція моделювання економічної безпеки промислового підприємства / І.О. Клопов // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск 259: В 7 т. – Т. VI. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2010. – С. 1576–1582.
7. Ковальов Д., Плетникова І. Кількісна оцінка рівня економічної безпеки підприємства // Економіка України. – 2000. – № 4. – С.35-40.
8. Королев М. В. Страхование в системе управления экономической безопасностью / М. В. Королев. [Электронный ресурс]. – Режим доступа :<http://www.sec4all.net/modules/myarticles/article.php?storyid=700>.
9. Кустовська О. В. Методологія системного підходу та наукових досліджень / О. В. Кустовська. – Тернопіль : Економічна думка, 2005. – 123 с.

10. Краевский В. В. Методология научного исследования : пособие для студентов и аспирантов гуманитарных ун-тов / В. В. Краевский. – СПб. : СПб. ГУП, 2001. – 278 с.
11. Манойло А. В. Государственная информационная политика в особых условиях : [монография] / Андрей Викторович Манойло. — М.: МИФИ, 2003. — 388 с.
12. Масюкова Н. А. Проектирование в образовании / Н. А. Масюкова. – Минск : Технопринт, 1999. – С. 423.
13. Методологія соціально-економічного пізнання. Арутюнов В. Х., Мішин В. М., Свінціцький В. М. Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2005. — 353 с.
14. Новиков А. М. О предмете и структуре методологии / А. М. Новиков, Д. А. Новиков // Мир образования – образование в Мире. – 2008. – № 1. – С. 32–40.
15. Олейников Е.А. Основы экономической безопасности. (Государство, регион, предприятие, личность) / Олейников Е.А. – М. : ЗАО Бизнес школа «Интел-Синтез», 1997. – 288 с.
16. Подлужная Н.А. Выбор критерия экономической безопасности предприятия / Н.А. Подлужная // Наукові праці Донецького державного технічного університету. Серія: Економічна. – 2002. – Вип. 47. – С.10–16.
17. Покропивной С.Ф. Экономика предприятия: Учебник / С.Ф. Покропивной. – К. : КНЭУ, 2001. – 528 с.
18. Стратегии бизнеса: аналитический справочник. [Электронный ресурс] / Г.Б. Клейнер – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m71/>
19. Шаваев А.Г. Криминологическая безопасность негосударственных объектов экономики. / Шаваев А.Г. – М. : 1995. – 223 с.
20. Щедровицкий Г. П. К анализу топикки организационно-деятельностных игр / Г. П. Щедровицкий. – Препринт. – Пущино: ЦНБИ ИНГ АН, 1987. – С. 42.
21. Щерба С. Філософія. Підручник / С. Щерба. – К.: Кондор, 2007
22. Ярочкин В.И. Секьюритология – наука о безопасности жизнедеятельности / В.И. Ярочкин – М. : «Ось-89», 2000. – 400 с.

References

1. Barsukov V.S. Obespechenye ynformatsyonnoi bezopasnosty. / V.S. Barsukov – М. : 1996. – 271 p.2. Bezpeka hospodarskoi diialnosti pidpriemstva, ustanovy, orhanizatsii : dovidnyk kvalifikatsiinykh kharakterystyk profesii pratsivnykiv / [L. V. Hnylytska, O. I. Dichuk, O. I. Zakharov, O. P. Klymenko, S. O. Kravtsov ta in.]. – К. : Dorado-Druk, 2011. – 56 p.
3. Vasylets V.Y. Metodicheskye osnovy obespecheniya konfydentsyalnosti proyzvodstvennoi y kommercheskoi deiatelnosti aktsyonernoho obshchestva / V.Y. Vasylets, Holovanov V.N. // Voprosy zashchyty ynformatsyy. – 1994. – #1. – p. 5–11.
4. Derzhavna sluzhba okhorony. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu :[http : www.dso.com.ua/index.php?lang_id=1&menu_id=2](http://www.dso.com.ua/index.php?lang_id=1&menu_id=2).
5. Yliashenko S. N. Sostavliaiushchye ekonomicheskoi bezopasnosty predpriyatia y podkhody k ee otsenke / S. N. Yliashenko // Aktualnye problemy ekonomiky. – 2003. – # 3. –p. 12–19.
6. Klopov I.O. Kontseptsiiia modeliuvannia ekonomichnoi bezpeky promyslovoho pidpriemstva / I.O. Klopov // Ekonomika: problemy teorii ta praktyky: Zbirnyk naukovykh prats. – Vypusk 259: V 7 t. – T. VI. – Dnipropetrovsk : DNU, 2010. – p. 1576–1582.
7. Kovalov D., Plietnykova I. Kilisna otsinka rivnia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva // Ekonomika Ukrainy. – 2000. – # 4. – p.35-40.
8. Korolev M. V. Strakhovanye v systeme upravleniya ekonomicheskoi bezopasnostiu / M. V. Korolev. [Электронный ресурс]. Rezhym dostupa :<http://www.sec4all.net/modules/myarticles/article.php?storyid=700>.
9. Kustovska O. V. Metodolohiia systemnoho pidkhotu ta naukovykh doslidzhen / O. V. Kustovska. – Ternopil : Ekonomichna dumka, 2005. – 123 p.
10. Kraevskiy V. V. Metodolohiya nauchnoho yssledovaniya : posobyie dlia studentov y aspyrantov humanytarnykh un-tov / V. V. Kraevskiy. – SPb. : Spb. HUP, 2001. – 278 p.
11. Manoilo A. V. Hosudarstvennaia ynformatsyonnaia polytyka v osobykh usloviakh : [monohrafyia] / Andrei Vyktorovych Manoilo. — М.: MYFY, 2003. — 388 p.

12. Masiukova N. A. Proektyrovanye v obrazovanny / N. A. Masiukova. – Mynsk : Tekhnoprynt, 1999. – p. 423.
13. Metodolohiia sotsialno-ekonomichnoho piznannia. Arutiunov V. Kh., Mishyn V. M., Svintsitskyi V. M. Navch. posibnyk. — K.: KNEU, 2005. — 353 p.
14. Novykov A. M. O predmete y strukture metodolohyy / A. M. Novykov, D. A. Novykov // Myr obrazovanyia – obrazovanye v Myre. – 2008. – # 1. – p. 32–40.
15. Oleinykov E.A. Osnovy ekonomycheskoi bezopasnosti. (Hosudarstvo, rehyon, predpriiatye, lychnost) / Oleinykov E.A. – M. : ZAO Byznes shkola «Yntel-SynteZ», 1997. – 288 p.
16. Podluzhnaia N.A. Vybory kryteriy ekonomycheskoi bezopasnosti predpriiatyia / N.A. Podluzhnaia // Naukovi pratsi Donetskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu. Seriya: Ekonomichna. – 2002. – Vyp. 47. – p.10–16.
17. Pokropyvnoi S.F. Ekonomyka predpriiatyia: Uchebnyk / S.F. Pokropyvnoi. – K. : KNЭU, 2001. – 528 p.
18. Stratehiy byznesa: analytycheskyi spravochnyk. [Elektronnyi resurs] / H.B. Kleiner – Rezhym dostupu: <http://www.aup.ru/books/m71/>
19. Shavaev A.H. Krymynolohycheskaia bezopasnost nehosudarstvennykh ob'ektov ekonomiky. / Shavaev A.H. – M. : 1995. – 223 p.
20. Shchedrovitskyi H. P. K analyzu topyky orhanyzatsyonno-deiatel'nostnykh yhr / H. P. Shchedrovitskyi. – Preprynt. – Pushchino: TsNBY YNH AN, 1987. – p. 42.
21. Shcherba S. Filosofiia. Pidruchnyk / S. Shcherba. – K.: Kondor, 2007
22. Yarochkyn V.Y. Sekriurytolohiia – nauka o bezopasnosti zhyznedeiatel'nosti / V.Y. Yarochkyn – M. : «Os-89», 2000. – 400 p.

Рудковский А.В., к.э.н., доцент

Национальный транспортный университет

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К КОРПОРАТИВНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Рассмотрены значение методологических основ управления экономической безопасностью для формирования экономической безопасности предприятия. Определены разнообразие вариантов трактовки понятия «методология». Определены значения методологических теоретических наработок для практической деятельности. Проанализированы сущность и содержание понятия экономическая безопасность, система безопасности предприятия. Выделены этапы формирования учения «система экономической безопасности». Рассмотрены экономико-математические методы оценки безопасности и проанализировано значение и особенности каждого подхода.

Ключевые слова: безопасность, экономическая безопасность, система безопасности предприятия, методология, метод оценки.

Rudkovsky O.V., PhD in Economics,

Associate professor

National Transport university

THE METHODOLOGICAL APPROACH TO CORPORATE SECURITY

The role of methodological bases of economic security for the formation of economic security is defined. Variety of definitions of "methodology" is determined. The role of methodological theoretical developments for practical activities is identified. The essence and meaning of economic security, system security are analyzed. The stages of the process the "system of economic security" are defined. Economical and mathematical methods of security evaluation and crucial characteristics of these methods are considered.

Key words: security, economic security, system security, methodology, evaluation method.

УДК 336.774
JEL E58, D81

Кришталь Г.О., к.е.н.
АТ «Райффайзен Банк Аваль»

РОЗРАХУНОК КАПІТАЛУ НЕОБХІДНОГО ДЛЯ ПОКРИТТЯ ОПЕРАЦІЙНИХ РИЗИКІВ

Розглянуто основні підходи до оцінки й управління операційними ризиками банківських установ. Визначено поняття «операційний ризик», розглянуто методику розрахунку капіталу необхідного для покриття операційного ризику банку та надано рекомендації, щодо застосування даної методики в роботі банків України.

Ключові слова: операційний ризик; банк; капітал; бізнес-лінія.

Постановка проблеми. Показники економічного та регулятивного капіталу визначають спроможність банку забезпечити безпеку його діяльності шляхом розподілу капіталу для покриття прогнозованих збитків за операційними та іншими видами ризиків.

Запровадження вимоги до утримання банками капіталу на покриття операційного ризику є одним із найдискусійніших питань Базельської угоди II. Операційний ризик визначається Базельським комітетом як ризик збитків, спричинених збоєм внутрішніх систем, процесів, а також впливом зовнішніх подій.

Необхідність в аналізі, якісній та кількісній оцінці величини операційних ризиків банківського сектору виникає внаслідок наявності чіткого взаємозв'язку між станом банківської системи й економічним зростанням країни. А підтримка стабільного економічного росту та стабільності банківського сектору неможлива без чіткого уявлення про їх загальні проблеми, у тому числі про ризики, що виникають в процесі банківської діяльності.

Аналіз останніх публікацій. Розробці загальних і спеціальних підходів до оцінки ризиків банків і банківської системи присвячені праці вітчизняних і зарубіжних авторів, зокрема й: А. М. Герасимовича, О. В. Дзюблюка, Т.П. Демчука, О.А. Іващенко та ін. Основні підходи до оцінки та управління банківськими ризиками наведені в базових рекомендаціях Базельського комітету з питань банківського нагляду. Крім того, питанням стабільності банківського сектору приділяють багато уваги Міжнародний валютний фонд і Всесвітній банк. Основні методологічні підходи української банківської практики до оцінки та управління ризиками містяться у Методичних вказівках з інспектування банків "Система оцінки ризиків" і Методичних рекомендаціях щодо організації та функціонування систем ризик - менеджменту в банках України, розроблених НБУ.

Невирішені раніше частини проблеми. В той же час дослідженню динаміки резервів (капіталу) під операційний ризик приділялося недостатньо уваги. Слід зазначити, що в науковій літературі порівняння світового та українського досвіду носить односторонній характер, оскільки операційний ризик в Україні оцінюється незначним переліком банків в силу відсутності необхідності формування капіталу за законодавством.

Дослідження природи капіталу призначеного для покриття операційного ризику має на меті:

- визначити чистий операційний дохід банку;

- дослідити капітал на покриття операційного ризику;
- виявити особливості відношення даного капіталу до власного та регулятивного капіталу.

Метою статті є визначення поняття «операційний ризик», розгляд методики розрахунку капіталу необхідного для покриття операційного ризику банку та надання рекомендацій, щодо застосування даної методики в роботі банків України.

Результати дослідження. Операційний ризик банку в силу низької ймовірності майже не враховується банківськими установами України. В той же час реалізація таких ризиків може призвести до фатальних наслідків для банку.

Необхідність врахування ринкового ризику при оцінці капіталу зумовили гучні банкрутства кількох банків у 1980—1990-х рр., що постраждали внаслідок проблем із системами внутрішнього контролю та корпоративного управління.

Найбільша проблема операційного ризику — це неможливість його достовірно кількісно оцінити. Інколи неможливо точно визначити, що саме може бути базою розрахунку величини ризику, а отже, необхідного рівня капіталу, яка ймовірність реалізації події, що є виявом операційного ризику.

Операційний ризик банку – ризик, що виникає через неточні, помилкові або злочинні дії людей, помилки у внутрішніх процесах та системах та/або в результаті зовнішнього впливу [1]. Існує кілька методів оцінки операційного ризику банку: залежно від доходів, залежно від специфіки роботи, залежно від уже наявних прикладів реалізації ризику. В той же час статистичні дані, необхідні для оцінки ризику повинні бути накопичені за останні 5 років. Для того, щоб визначити капітал на покриття операційного ризику банку на початковому етапі, Базельський комітет запропонував методику базового індикатора. Суть даної методики полягає в розрахунку добутку усередненого чистого операційного доходу за останні три роки на базовий коефіцієнт (15%).

Європейські банки для розрахунку розміру капіталу для покриття операційного ризику застосовують стандартизований підхід (надалі - TSA). За стандартизованим підходом вся діяльність банку класифікується на вісім бізнес-ліній [3]. Відповідно до окремих складових валового доходу, який визначається IFRS (надалі GI) визначається як сума чистого процентного та непроцентного результату. Окремі складові валового доходу при розрахунку не повинні дублюватись. Наступні елементи GI приймаються до розрахунку вимог капіталу на покриття Операційних ризиків згідно Таблиці 1:

Таблиця 1

Елементи GI			
Елементи GI	Умовне значення	Статті	Примітки
Чистий процентний дохід	+	Процентні доходи	Дивіденди від повністю консолідованих дочірніх компаній виключаються
	—	Процентні витрати	
Чистий непроцентний дохід	+	Комісійний дохід	
	—	Комісійні витрати	
	+	Торговий прибуток / втрати	
	+	Інший операційний дохід	Внутрішньо групові позиції виключаються з розрахунку

Джерело: розроблено автором

Операційні витрати, результат від незвичайної діяльності та отриманий дохід від страхування не приймаються до розрахунку GI.

Для розрахунку показника GI значення кожної з перелічених статей в Таблиці 1 береться зі «Звіту про прибутки і збитки» банку зі своїм знаком. Розрахунки валових доходів здійснюється в національній валюті України.

При розрахунку GI сума по всім статтям GI по IFRS має бути рівна сумам GI, розподіленим між бізнес-лініями.

Усі продукти банку розподіляються між 8-ма бізнес-лініями відповідно до вимог Basel II. Basel II встановлює наступні вимоги Мепінгу:

- вся діяльність банку має бути розподілена між 8 – ми бізнес-лініями;
- вид діяльності, який Банк не може віднести до жодної бізнес-лінії та який не є допоміжною функцією для жодної бізнес-лінії, банк відносить GI за цією діяльністю до бізнес-лінії з максимальним β -фактором. Такий же підхід має використовуватись до будь-якої пов'язаної допоміжної діяльності;
- вид діяльності, який банк не може віднести до жодної бізнес-лінії, але який є допоміжною функцією до цієї бізнес-лінії, банк має віднести до основної бізнес-лінії, яку підтримує. Якщо цією допоміжною функцією підтримується більше ніж одна бізнес-лінія, банк має застосовувати об'єктивний критерій розподілу;
- банк має право використовувати внутрішні методи ціноутворення для розподілу валового доходу між бізнес-лініями за умови, що загальний валовий дохід для банку буде дорівнювати сумі валового доходу за всіма 8 - ми бізнес-лініями. Банк має право віднести вид діяльності від однієї до іншої бізнес-лінії, якій властиві ці ризики.

Критерії розподілу між бізнес-лініями повинні переглядатися за необхідності у зв'язку з розвитком банку та/або із запровадженням нових продуктів / послуг , але не рідше одного разу на рік, і бути скориговані (у разі потреби) з урахуванням операційних ризиків, притаманних видам діяльності банку [4].

Достатність регулятивного капіталу розраховується як середнє значення за попередні повні 3 календарні роки сум валових доходів по кожній бізнес-лінії, помножене на відповідний β -фактор бізнес-лінії (Таблиця 2).

Таблиця 2

Бізнес-лінії та β -фактори (Basel II)

Бізнес-лінії по Basel II	Вид діяльності	β -фактори
1	2	3
Корпоративні фінанси – надання банківських послуг корпоративним клієнтам органам державної влади та місцевого самоврядування на ринку капіталу	Андеррайтинг фінансових інструментів та /або розміщення фінансових інструментів на основі зобов'язань банку	18
	Надання послуг, пов'язаних з андеррайтингом	
	Надання консультаційних послуг, пов'язаних зі злиттям та придбанням юридичних осіб.	
	Надання консультаційних послуг стосовно структури капіталу, стратегії та пов'язаних з цим питань	
	Дослідження ринків	
	Надання консультаційних послуг щодо інвестицій	

Продовження табл.2		
1	2	3
Торгова діяльність – операції та угоди на ринку цінних паперів та строкових фінансових інструментів	Придбання цінних паперів з метою придбання інвестиційного доходу або з метою перепродажу	18
	Строкові угоди з цінними паперами, іноземною валютою, банківськими металами та іншими фінансовими інструментами	
	Виконання функцій маркет-мейкера	
	Біржові торги	
	Операції прямого та зворотного репо	
Роздрібні банківські операції – банківське обслуговування фізичних осіб та мікро бізнесу	Залучення вкладів (депозитів)	12
	Надання кредитів. Лізингові операції	
	Факторингові операції. Гарантії, авалі та зобов'язання	
	Відкриття та ведення банківських рахунків фізичних осіб та мікро бізнесу	
	Здійснення платежів за дорученням фізичних осіб та мікро бізнесу	
	Надання консультацій по питанням інвестування	
	Обслуговування банківських карт	
	Касове обслуговування	
	Надання інших послуг мікро бізнесу	
Комерційні банківські операції – банківське обслуговування юридичних осіб	Залучення вкладів (депозитів)	15
	Надання кредитів	
	Гарантії, авалі та зобов'язання.	
	Відкриття та ведення банківських рахунків юридичних осіб	
	Здійснення платежів за дорученням юридичних осіб	
	Операції з векселями	
	Надання банківських гарантій та зобов'язань	
	Факторингові операції	
	Касове обслуговування, інкасація	
	Надання консультаційних, інформаційних послуг	
	Надання інших послуг юридичним особам	
Платежі і розрахунки	Послуги з переказування коштів (окрім послуг з переказування коштів клієнтів банку)	18
	Здійснення розрахунків на нетто - основі, кліринг	
	Інкасові операції	
	Випуск і обслуговування чеків, векселів та інших оборотних платіжних інструментів	
Агентські (посередницькі) послуги	Послуги з відповідального зберігання та надання в оренду (майновий найм) сейфів для зберігання цінностей та документів	15
	Депозитарна діяльність зберігача цінних паперів	
Управління активами	Управління активами	12
	Довірче управління цінними паперами	
	Довірче управління грошовими коштами	
	Довірче управління іншим майном клієнтів	
Брокерські послуги, надані фізичним особам та мікро бізн.	Довірче управління коштами фондів (фондів взаємних інвестицій, недержавних пенсійних фондів тощо)	12
	Торгівля цінними паперами за дорученням та за рахунок клієнтів	

Джерело: [9]

Валовий дохід за окремою бізнес-лінією може мати від'ємне значення та додаватись до валового доходу за всіма бізнес-лініями зі своїм знаком. Але, якщо сума валових доходів за всіма бізнес-лініями за рік має від'ємне значення, тоді значення валового доходу за рік має бути нуль.

Показник регулятивного капіталу для покриття операційних ризиків відповідно до стандартизованого підходу розраховується за такою формулою:

$$K_{TSA} = \left\{ \sum_{years=1-3} \max \left[\sum (GL_{1-8} * \beta_{1-8}), 0 \right] \right\} / 3$$

де:

K_{TSA} – капітал на покриття операційного ризику;

GL_{1-8} - середній валовий річний дохід за останні повні 3 роки за кожною Бізнес-лінією,

β_{1-8} – фіксований відсоток, встановлений вимогами Basel II за кожною бізнес-лінією.

Загальна сума RWA для покриття операційних ризиків визначається шляхом множення вимог до капіталу для покриття операційних ризиків (Регулятивний капітал) на 12,5.

$$RWA(\text{Операційний ризик}) = 1 / K * K_{TSA},$$

де:

K_{TSA} - розмір капіталу для покриття операційного ризику;

K – коефіцієнт, який дорівнює 0,08 та встановлюється регулятором.

Призначенням економічного капіталу банку є: покриття втрат від можливих операційних ризиків, притаманних діяльності банку; підтримка діяльності банку на адекватному рівні навіть за умови одночасної реалізації всіх непередбачуваних операційних ризиків і відшкодування спричинених ними збитків за рахунок економічного капіталу.

На відміну від розрахунку вимог до регулятивного капіталу для покриття операційного ризику (середній показник за минулі три роки), для розрахунку економічного капіталу використовується лише показники валових доходів поточного року, приведені до річного виміру (перспективний підхід). Результати цих розрахунків можуть відрізнятись від розрахунку вимог до регулятивного капіталу, якщо валові доходи не рівномірні, а мають значні коливання в розрахунковому періоді [6].

Економічний капітал для кожного бізнес-сегменту розраховується шляхом множення валового доходу бізнес-сегменту на відповідні β -фактори. Економічний капітал таким чином, розраховується як:

$$EC^{OR} = \left(\sum_{i=1}^n GI_i * \beta_i \right) * (1 - AddOn)$$

де:

n – кількість бізнес-сегментів;

$AddOn$ – коефіцієнт штрафів, який застосовується до загальної суми Економічного капіталу під операційні ризики;

GI_i - екстрапольовані на рік значення GI за поточний рік за бізнес-сегментом (GI від початку року до звітної дати, приведений до річного виміру):

$$GI_i = \frac{\left(\sum_{q=1}^K GI_i^q \right)}{K} * 4$$

де:

К – кількість повних кварталів від початку року до звітної дати;

q - квартал.

Запровадження вимоги до капіталу на покриття операційного ризику створить для банків України додаткове навантаження на регулятивний капітал. Воно буде істотнішим, ніж навантаження, що виникає внаслідок упровадження вимоги до капіталу під ринковий ризик. Водночас з огляду на тенденції розвитку банківської системи України — стале зростання основних показників, у тому числі й рівня прибутковості, можна зробити висновок про наявність потенціалу для постійного збільшення необхідного рівня капіталу на покриття операційного ризику. Зважаючи, що рівень валового доходу банку залежить не лише від дій його керівництва, а й від конкурентної позиції банку, планування необхідної суми капіталу є складним процесом. Цим операційний ризик відрізняється від решти ризиків — кредитного і ринкового, щодо яких банк може надійніше оцінити свої майбутні потреби в капіталі, а отже, своєчасно подбати про забезпечення мінімального рівня адекватності капіталу.

Що стосується правил і підходів до оцінки операційних ризиків, то ми переконані в необхідності запровадження в українську банківську практику базового індикативного підходу до виміру ризиків для підрахунку вимог до капіталу, яким повинен володіти банк для покриття своїх операційних ризиків, і формування банками України згідно з цим підходом резервів для забезпечення операційних ризиків.

Формування системи оцінки операційного ризику на рівні банківської системи не має значного впливу на структуру резервів. В той же час, в індивідуальних розрахунках по конкретному банку формування таких резервів призводить до вилучення з обігу необхідних ресурсів, а отже, основним завданням є мінімізація витрат на формування системи управління операційним ризиком.

Якщо ж розглядати капітал на покриття операційного ризику банку у відношенні до власного та регулятивного капіталу, то можна зробити висновок, що частка системотворчого банку вища, ніж частка інших банків, а отже й ризики більші.

Висновки. Ризик є невід'ємною частиною діяльності банківських установ. Окрім прагнень знизити банківські ризики та раціонально ними управляти, серед головних завдань банківських установ є правильний розрахунок можливих ризиків та створення резервів, достатніх для їх покриття. Для цього необхідно розробити чітку методику вимірювання банківських ризиків на державному рівні, яка в свою чергу переймала б досвід провідних країн.

Для покращення стабільності банків України, на нашу думку, варто сформувати нормативно-правове забезпечення, яке б зобов'язало комерційні банки формувати капітал на покриття операційного ризику банку на рахунках НБУ, що дасть змогу регулятору контролювати стабільність банківського сектору в цілому.

Напрями подальших досліджень полягають у пошуку шляхів удосконалення методології вимірювання банківських ризиків, які впливають на формування резервних капіталів для покриття цих ризиків та їх величину.

Література

1. Герасимович А.М. Аналіз банківської діяльності: Підручник / А. М. Герасимович, М. Д. Алексєєнко, І. М. Парасій-Вергуненко та ін.; За ред. А. М. Герасимовича. — К.: КНЕУ, 2004. — 599 с.
2. Демчук Т.П. Аналіз ризиків при здійсненні підприємствами валютних операцій / Т.П. Демчук // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси» — 2009. — № 6 (24). — Ч. 2. — С. 159-167.
3. Дзюблюк О.В. Комерційні банки в умовах переходу до ринкових відносин [Текст] / О. В. Дзюблюк. - Тернопіль : [б.в.], 1996. - 140 с.
4. Зарипов И.А. Валютный риск: оценка и методы управления / И.А. Зарипов, А.В. Мазанов, А.В. Петров. — М.: Соврем. экономика и право, 2004. — 461 с.
5. James Jessica. Currency Management / Jessica James. — Incisive Financial Publishing Limited, Haymarket House, 2012. — 413 с.
6. Іващенко О.А. Фінансові інструменти управління економічними ризиками / О.А. Іващенко // Зовнішня торгівля: право та економіка. — 2009. — №2 (25). — С. 141-147.
7. Міщенко В.І. Управління валютними ризиками: Навчальний посібник / В.І. Міщенко, В.А. Ющенко. — К.: Товариство «Знання», КОО, 1998. — 444 с.
8. Brown G.W. How Firms Should Hedge / Gregory W. Brown, Klaus Bjerre Toft // Review of Financial Studies — vol. 15(4). — Oxford: University Press for Society for Financial Studies, 2002. — P. 1283-1324.
9. Shoup Gary. Currency Risk Management: A Handbook for Financial Managers, Brokers, and Their Consultants / Gary Shoup. — Amacom. American Management Association 1601 New York, 2012. — 639 p.
10. Швець Н.Р. Ризики банківських установ: проблеми, визначення та управління/ Н. Р. Швець// Регіональна економіка. — 2008. — №4. —С. 97–103.

References

1. Gerasimov A.M. Analysis Banking: Textbook / A.M. Gerasimov, M.D. Alekseyenko, I.M. Perasia Verhunenko etc.; Ed. AM Gerasimovitch. - K.: KNEU, 2004. - 599 p.
2. Demchuk T.P. Analysis of the risks in foreign exchange transactions by enterprises / T.P. Demchik // Economics. A series of "Accounting and Finance" - 2009. - No 6 (24). - Part 2. - P. 159-167.
3. Dzyublyuk O.V Commercial banks in the transition to a market economy [Text] / E.V. Dzyublyuk. - Ternopil: [BV], 1996. - 140 p.
4. Zarypov I.A Currency risk: evaluation of methods and Control / I.A. Zarypov, A.V. Mazanovo, A.V. Petrov. - M.: sovr. Economy and Law, 2004. - 461 p.
5. James Jessica. Currency Management / Jessica James. - Incisive Financial Publishing Limited, Haymarket House, 2012. - 413 p.
6. Ivashchenko A.A. Financial instruments Risk management of economic / O.A. Ivaschenko // Foreign trade: law and economics. - 2009. - No2 (25). - P. 141-147.
7. Mishchenko V.I. Currency risk: Textbook / V.I. Mishchenko, V.A. Said. - K.: Society "Knowledge" flat co, 1998. - 444 p.
8. Brown G.W. How Firms Should Hedge / Gregory W. Brown, Klaus Bjerre Toft // Review of Financial Studies - vol. 15 (4). - Oxford: University Press for Society for Financial Studies, 2002. - P. 1283-1324.
9. Shoup Gary. Currency Risk Management: A Handbook for Financial Managers, Brokers, and Their Consultants / Gary Shoup. - Amacom. American Management Association 1601 New York, 2012. - 639p.
10. Shvets N.R. Risks banks: problems, identify and control / N.G. Sweden // Regional Economics. - 2008. - No4. - WITH. 97-103.

Кришталь Г.А., к.э.н.
АО «Райффайзен Банк Аваль»

МЕТОДИКА РАСЧЕТА КАПИТАЛА НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ПОКРЫТИЯ ОПЕРАЦИОННЫХ РИСКОВ

Рассмотрены основные подходы к оценке и управлению операционными рисками банковских учреждений. Определено понятие «операционный риск», рассмотрена методика расчета капитала необходимого для покрытия операционного риска банка и даны рекомендации по применению данной методики в работе банков Украины.

Ключевые слова: операционный риск; банк; капитал; бизнес-линия.

G Kryshtal. P.h.D
RBA

METHOD OF CALCULATION ESSENTIAL CAPITAL TO COVER OPERATIONAL RISK

Besides aspirations to reduce banking risks and manage them efficiently, among the main tasks of banks is the correct calculation of risks and the creation of reserves to cover them. You must develop a clear methodology for measuring banking risks at national level, which in turn would have adopted the experience of leading countries. It should form a regulatory provision that would have obliged commercial banks to generate capital for operational risk at the bank accounts of the National Bank, which will allow the regulator to monitor the stability of the banking sector as a whole. Areas for further research is to find ways of improving the methodology for measuring banking risks that affect the formation of reserve capital to cover these risks and their value.

Keywords: operational risk; bank; capital; the business line.

УДК 330.322.2.54: 658
JEL D92, H43

Кравченко Т.В., к.е.н., асистент
КНУ імені Тараса Шевченка

ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВОГО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Розкрито сутність програмно-цільового управління інвестиційними проектами та запропоновано алгоритм його практичного впровадження на промислових підприємствах. Алгоритм передбачає поділ на окремі етапи у відповідності зі стадіями життєвого циклу інвестиційних проектів. Запропоновано визначати ефективність програмно-цільового управління інвестиційними проектами на промислових підприємствах на основі обчислення його нормативної (NE), результатної (PE) та витратної ефективності (SE). Розроблено схему процесу оцінювання ефективності програмно-цільового управління інвестиційними проектами, згідно з якою нормативна, результатна та витратна ефективності розраховуються не лише за економічними показниками, а враховують ще й екологічну, соціальну та інноваційну ефективність інвестиційних проектів.

Ключові слова: інвестиційна програма, інвестиційний проект, програмно-цільовий підхід, моніторинг, нормативна ефективність, результатна ефективність, витратна ефективність.

Постановка проблеми. Стратегія економічного зростання та інтеграція України до світового економічного простору потребують підвищення уваги до інвестиційної діяльності як одного з найважливіших напрямків розширеного відтворення основних засобів, що забезпечує гнучкість та істотне підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності підприємств різних галузей. Необхідною умовою їх успішного розвитку в ринкових умовах є не просто збільшення обсягів інвестицій, а зростання ефективних інвестицій, які дозволяють забезпечити конкурентні переваги, економічну, екологічну, інноваційну та соціальну ефективність діяльності промислових підприємств. За сучасних умов одним з найбільш дієвих методів підвищення ефективності інвестицій є програмно-цільовий підхід до управління ними, що дозволяє не лише визначити цільові орієнтири інвестиційної діяльності підприємства, але й розробити оптимальний шлях їх досягнення за рахунок розробки інвестиційних проектів і програм ефективного використання власних та залучених ресурсів [4]. Використання програмно-цільового підходу в управлінні інвестиційними проектами забезпечує найбільш ефективне вирішення комплексу оперативних, тактичних і стратегічних завдань промислових підприємств. Впровадження програмно-цільового управління інвестиційними проектами на промислових підприємствах є основою зниження ризикованості інвестиційної діяльності та надає більш широкі можливості щодо прогнозування майбутніх грошових потоків проекту в швидко змінюваних економічних та політичних умовах в країні.

Аналіз останніх публікацій. Теоретичні та прикладні аспекти дослідження основних характеристик інвестування та шляхів підвищення інвестиційного забезпечення розвитку промисловості знайшли відображення в наукових працях таких авторів, як Д. Баюра [1], Є. Бельтюков, В. Геєць [2], А. Пересада [5], Л. Федулова.

Питанням сутності програмно-цільового управління, закономірностям його використання та проблемам розробки інвестиційних проектів присвячено багато вітчизняних та зарубіжних наукових досліджень. Окремі аспекти програмно-цільового управління інвестиційними проектами відображено в працях І. Ансоффа, П. Гудзь [3], У. Кінга, Д. Кліланда, Б. Мільнера, Б. Райзберга [6].

Невирішені частини проблеми. В умовах постійної нестабільності економічної та політичної ситуації, а також неможливості здійснювати точний прогноз навіть на короткострокову перспективу умовою ефективності інвестиційної діяльності на вітчизняних підприємствах є застосування нових підходів до управління інвестиційними проектами на промислових підприємствах, зокрема, програмно-цільового управління, аналіз впровадження та оцінювання якого недостатньо розкрито в сучасних дослідженнях.

Метою статті є аналіз впровадження програмно-цільового підходу в управління інвестиційними проектами на промислових підприємствах та оцінювання його ефективності.

Результати дослідження. В сучасних умовах глобалізації економічних процесів значна частка інвестиційних проектів приймається до реалізації у складі масштабних інвестиційних програм. При формуванні інвестиційних програм здійснюється відбір проектів серед числа альтернативних, що може призвести до виникнення синергетичного ефекту. Тому необхідно розглядати різні шляхи досягнення поставлених цілей і на основі цього здійснювати вибір оптимального варіанту.

Для вирішення цього завдання при формуванні інвестиційних програм необхідно встановити чітку ієрархію інвестиційних альтернатив. Це дозволить вибрати найбільш пріоритетні напрямки інвестування. Ранжування планових інвестиційних проектів необхідно здійснювати на основі обраного критерію. На основі проведеного в попередніх роботах дослідження, можна запропонувати впровадження програмно-цільового підходу, який передбачає наступну послідовність прийняття обґрунтованого рішення щодо відбору проектів до інвестиційної програми промислового підприємства: визначення цілей стратегічного розвитку підприємства; формування цілей інвестиційного розвитку (передбачає вивчення цілей інвестиційних проектів); проведення процедурних заходів (вибір методів, критеріїв та показників оцінювання інвестиційних проектів); ранжування проектів за ступенем пріоритетності; оцінювання ефективності; аналіз результатів – виявлення відповідності цільовим установкам; відбір проектів до інвестиційної програми. Таким чином, програмно-цільовий підхід забезпечує реалізацію складних, розрахованих на довгострокову перспективу цілей, пов'язаних з використанням значних фінансових, трудових та матеріальних ресурсів. А саме таких, як програма інвестиційного розвитку промислового підприємства. Програмно-цільове управління слід розглядати як один із важливих напрямків управління інвестиційною діяльністю підприємств, який дозволить комплексно підходити до оцінювання інвестиційних проектів та дозволить робити більш чіткі прогнози, що набуває актуальності в сучасних швидко змінюваних умовах функціонування підприємств.

Для зручності використання у практичній діяльності можна запропонувати наступний алгоритм програмно-цільового управління інвестиційними проектами на промислових

підприємствах України (рис. 2), побудований на основі поділу на окремі етапи у відповідності зі стадіями життєвого циклу інвестиційних проектів (рис. 1).

На етапі розробки інвестиційного проекту здійснюється аналіз наявних ресурсів, обґрунтування концепції, розробка цілей та побудова «дерева цілей» на основі їх декомпозиції, а також планування показників ефективності проектів.



Рис. 1. Етапи програмно-цільового управління у розрізі життєвого циклу інвестиційного проекту
Джерело: авторська розробка

Етап обґрунтування концепції та визначення шляхів досягнення запланованих цілей є одним з основних етапів управління інвестиційними проектами. Результатом аналізу наявних ресурсів є планування інвестиційних витрат, що дозволяє рівномірно розподілити у часі заплановані витрати ресурсів на реалізацію інвестиційного проекту. Це дозволяє розробити бюджет інвестиційного проекту. Саме тому необхідно використовувати систему програмно-цільового управління інвестиційними проектами, яка на даному етапі передбачає: аналіз привабливості концепції інвестиційного проекту; аналіз власних інвестиційних можливостей та шляхів їх залучення; аналіз альтернативних варіантів та оцінку позитивних та негативних результатів кожного з них; формування «дерева цілей» інвестиційного проекту; аналіз можливості реалізації проекту; розробку цільових показників ефективності інвестиційного проекту (в тому числі показників екологічної, соціальної та інноваційної ефективності); планування програми реалізації проекту.

На етапі розробки організаційної структури, по-перше, на основі аналізу розміру, виду та спрямованості інвестиційного проекту визначається розмір організаційної структури; по-друге, формуються центри відповідальності; по-третє, формується система координації та контролю. Формування центрів відповідальності передбачає визначення оптимальної кількості функціональних підрозділів та їх відповідальності, а також оптимальної кількості керівного складу для забезпечення ефективної звітності, координації та контролю. Тобто визначаються якісні характеристики організаційної структури.

Аналіз різних видів організаційних структур, дозволив зробити висновок, що оптимальним видом організаційної структури для управління інвестиційними проектами є матрична, тому питання щодо вибору виду організаційної структури не виникає. Останнім кроком розробки організаційної структури є визначення форми її функціонування в залежності від обсягів інвестиційної діяльності та наявності (або відсутності) кваліфікованого персоналу – постійно діюча в межах підприємства, тимчасово діюча в

межах підприємства або діюча на умовах аутсорсингу (залучення на умовах контракту кваліфікованих кадрів).

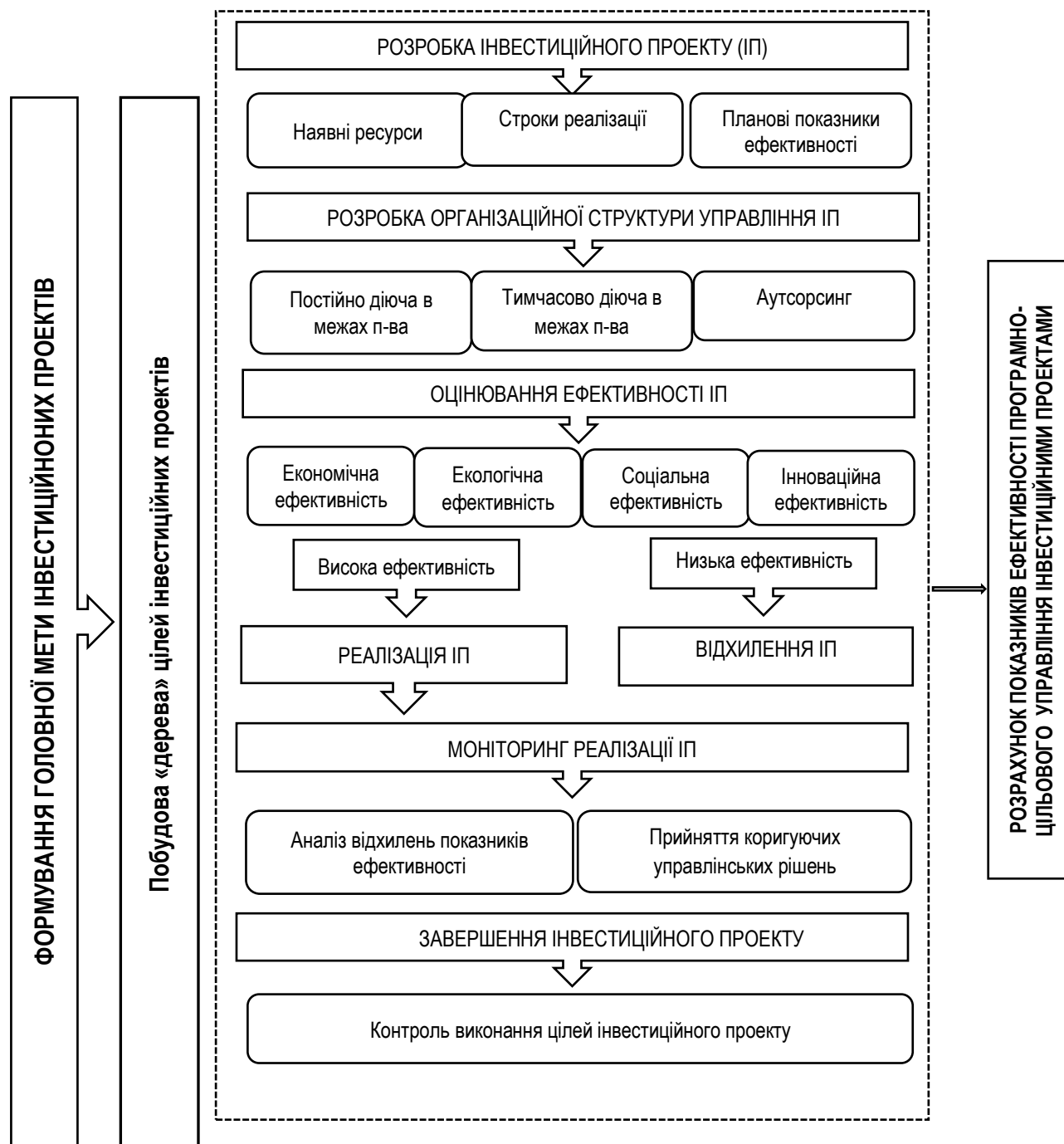


Рис. 2. Алгоритм впровадження програмно-цільового управління інвестиційними проєктами на промислових підприємствах

Джерело: розроблено автором

Наступним етапом програмно-цільового управління інвестиційними проєктами є оцінювання їх ефективності за показниками економічної, екологічної, соціальної та інноваційної ефективності, що забезпечує комплексність, яка є одним з головних елементів програмно-цільового підходу [1].

За результатами оцінювання приймаються управлінські рішення щодо реалізації або відхилення інвестиційного проекту (або щодо вибору найбільш ефективних проектів серед альтернативних). Також при прийнятті рішення за проектом крім показників ефективності необхідно враховувати такі якісні показники, як:

- відповідність проекту нормативним показникам рівня ризику та фінансової стійкості;
- відповідність вимог проекту наявним виробничим та кадровим ресурсам підприємства;
- відповідність проекту загальній інвестиційній стратегії підприємства.

Оцінювання ефективності цільової інвестиційної програми передбачає проведення на різних етапах її реалізації аналізу і досліджень, які визначають рівень досягнення цільових показників та причини відхилень фактичних результатів від запланованих. Інколи доцільно оцінювати лише окремі елементи (проекти, цілі) інвестиційної програми. По відношенню до масштабної цільової інвестиційної програми оцінювання здійснюється тричі: в процесі прийняття рішення щодо її реалізації; безпосередньо в процесі реалізації; після завершення.

Головною метою на етапі моніторингу реалізації інвестиційного проекту є контроль за відповідністю затвердженого на етапі розробки проекту плану досягнення його цілей, відхилення від якого знижує ефективність проекту. Основними принципами ефективного моніторингу в межах програмно-цільового управління інвестиційними проектами можна визначити так: виявлення найбільш важливих для моніторингу напрямів реалізації інвестиційного проекту; розробка системи ключових показників ефективності за кожним з виокремлених напрямів; визначення періодичності формування звітної бази даних за розробленими показниками ефективності; аналіз причин відхилення фактичних показників ефективності від планових, а також відхилень від плану та бюджету; виявлення шляхів та засобів усунення виявлених відхилень. У випадку неможливості або складності подолання виявлених відхилень приймається рішення щодо відмови від подальшої реалізації інвестиційного проекту.

Етап завершення інвестиційного проекту пов'язаний з моментом виконання всіх поставлених цілей та досягнення запланованих результатів. На даному етапі визначається залишкова вартість основних засобів з урахуванням їх амортизації, здійснюється моніторинг досягнення цільових показників.

Завершення може виникнути і в разі передчасного закриття проекту незалежно від ступеня досягнення поставлених цілей. Причиною прийняття такого рішення може бути зміна планів інвестора, нестача коштів на здійснення проекту, помилки у розрахунках цільових показників інвестиційного проекту, поява альтернативних проектів, реалізація яких забезпечить більш високу ефективність та результативність. Якщо є потенційна ймовірність відновлення проекту, на етапі завершення необхідно передбачити підготовку до майбутнього відновлення організаційної структури проекту та проектних робіт. Коли проект прийшов до нормального або передчасного завершення, проблему закриття проекту слід розглядати як особливий проект зі специфічними обмеженнями ресурсів.

Ефективність програмно-цільового управління інвестиційними проектами на промислових підприємствах можна визначити шляхом обчислення його нормативної (NE), результатної (PE) та витратної ефективності (CE) за формулами 1-3 [4]:

$$NE = \frac{T}{N}; PE = \frac{R}{T}; CE = \frac{R}{C}, \quad (1-3)$$

де Т (targets) – цільові показники; N (norms) – нормативні показники, R – результати, С (costs) – витрати.

Нормативна ефективність характеризує ефективність програмно-цільового управління не лише відповідно до зовнішніх потреб, але й відносно найкращих параметрів інвестиційного проекту та визначається як співвідношення цільових та нормативних показників його ефективності. В основу витратної ефективності покладено показники рентабельності, а розраховується вона, відповідно, шляхом співвідношення результатів інвестиційного проекту та витрат на його реалізацію. Результатна ефективність дає змогу проаналізувати відповідність результативних показників інвестиційного проекту їх цільовим значенням. Запропоновані види ефективності складають послідовну систему: нормативна ефективність визначає результатну, а результатна витратну.

Процес оцінювання ефективності програмно-цільового управління інвестиційними проектами на промислових підприємствах можна представити у вигляді схеми (рис.3).



Рис. 3. Оцінювання ефективності програмно-цільового управління інвестиційними проектами на промислових підприємствах

Джерело: розроблено автором

Таким чином, ефективність програмно-цільового управління можна розглядати як:

- можливість досягнення запланованих цілей у визначені строки;

- вартість ресурсів витрачених на досягнення цілей;
- ступінь задоволення інтересів учасників управління інвестиційним проектом

Аналіз запропонованих показників дозволяє визначити результативність системи програмно-цільового управління інвестиційними проектами та прискорює процес прийняття управлінських рішень щодо необхідності її впровадження. Оптимальне використання програмно-цільового підходу в управлінні інвестиційними проектами передбачає максимальну величину ефекту від його впровадження, який можна виразити наступною цільовою функцією (4):

$$\bigcup [NE; PE; CE] \rightarrow \max. \quad (4)$$

Застосування програмно-цільового управління як ефективного інструментарію використання інвестиційних ресурсів на промислових підприємствах дає змогу сформувати ефективну управлінську систему щодо їх раціонального використання при реалізації проектів різного спрямування. Крім цього, цей інструментарій дає змогу вчасно виявляти і розв'язувати проблемні питання, які виникають у процесі реалізації цільової інвестиційної програми шляхом розроблення і впровадження конкретних заходів та чітко визначених термінів їх виконання відповідними підрозділами і службами підприємства та конкретними працівниками.

Пояснити це можна тим, що воно поєднує цілий ряд функцій управління, серед яких моніторинг та аналіз, планування і контроль. Реалізація такого поєднання функцій управління забезпечує досягнення поставлених перед підприємством як оперативних, так і стратегічних цілей в результаті реалізації цільових інвестиційних програм.

Висновки. Програмно-цільовий підхід як досконалий сучасний метод управління, який матеріалізується в формуванні і реалізації цільових програм в усіх сферах діяльності, забезпечує єдність дій виконавців програми, спрямованих на узгодження цілей і задач різних рівнів управління, а також часових інтервалів їх досягнення і виконання. Із застосуванням цього інструментарію можна вважати вирішення конкретної проблеми цілеспрямованим процесом, що передбачає розчленування цільової програми на складові (підпрограми і задачі), виявлення неузгодженості у змістовому наповненні цих складових і можливостей їх усунення з метою досягнення раціональних взаємозв'язків, процесного характеру у виконанні програми, встановлення пріоритетів досягнення програмних цілей, визначення провідної ланки в сукупності завдань, які має вирішити цільова програма та обґрунтування оптимальних варіантів ресурсного забезпечення виконання заходів, передбачених цільовою програмою.

Основна особливість програмного цільового підходу полягає в тому, що він спрямовує діяльність менеджменту підприємства на майбутнє вирішення завдань, визначає його орієнтацію на досягнення позитивних результатів господарювання у довгостроковій перспективі. Поєднання цільової динамічності та локальної централізації управління в процесі виконання програм є основними методологічними засадами його організування та ефективності використання в практичній діяльності промислових підприємств в цілому.

Таким чином, застосування програмно-цільового підходу в управлінні інвестиційними проектами на промислових підприємствах відіграє значну роль у підвищенні ефективності

інвестиційних проектів та програм та, як наслідок, ефективності діяльності підприємства в цілому. Він забезпечує перехід до прогнозування, яке є основою забезпечення досягнення поставлених цілей, збалансованості й узгодженості програмних дій усіх виконавців, встановлення реальних строків та засобів досягнення поставлених завдань та підвищення ефективності управління інвестиційними проектами на вітчизняних промислових підприємствах. Використання програмно-цільового управління в сучасних швидко змінюваних умовах допомагає максимально знизити ризики інвестиційної діяльності підприємств та підвищити рівень її прибутковості.

Література

1. Баюра Д.О. Модель комплексного управління інвестиційними проектами промислових підприємств / Д.О. Баюра, Т. В. Білоног // Економічний часопис – XXI. – 2013. – № 3 – 4. – С. 54 – 57.
2. Геець В. М. Інновативно-інноваційний шлях розвитку – модернізаційний проект розвитку економіки і суспільства початку XXI ст. / В. М. Геець // Банківська справа, 2003. – №4. – С. 10-32.
3. Гудзь П.В. Основи використання програмно-цільового підходу в управлінні інвестиційною програмою розвитку металургійного підприємства / П.В. Гудзь, І.А. Нечаєва // Економічний вісник Донбасу. – 2010. - №1(19). – с. 103-109.
4. Кравченко Т.В. Програмно-цільове управління інвестиційними проектами на промислових підприємствах: автореф. дис. к-та екон. наук: спец. 08.00.04 / Тетяна Василівна Кравченко. – К.: Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2014. – 24с.
5. Пересада А. А. Інвестиційний аналіз: навчально-методичний посібник для самост. вивч.дисц. / [А. А. Пересада, С. В. Онікієнко, Ю. М. Коваленко]; Мін-во освіти і науки України, КНЕУ. – К.: КНЕУ, 2003. – 134 с.
6. Райзберг Б. А. Программно-целевое планирование и управление: [Учебник] / Б. А. Райзберг, А. Г. Лобко. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 428с.

References:

1. Bayura D.O. Model` kompleksnogo upravlinnya investy`cijny`my` proektamy` promy`slovy`x pidpry`yemstv / D.O. Bayura, T. V. Bilonog // Ekonomichny`j chasopy`s – XXI. – 2013. – # 3 – 4. – S. 54 – 57.
2. Geyecz` V. M. Innovaty`vno-innovacijny`j shlyax rozvy`tku – modernizacijny`j proekt rozvy`tku ekonomiky` i suspil`stva pochatku XXI st. / V. M. Geyecz` // Bankivs`ka sprava, 2003. – #4. – S. 10-32.
3. Gudz` P.V. Osnovy` vy`kory`stannya programno-cil`ovogo pidxodu v upravlinni investy`cijnoyu programoyu rozvy`tku metalurgijnogo pidpry`yemstva / P.V. Gudz`, I.A. Nechayeva // Ekonomichny`j visny`k Donbasu. – 2010. - #1(19). – s. 103-109.
4. Kravchenko T.V. Programno-cil`ove upravlinnya investy`cijny`my` proektamy` na promy`slovy`x pidpry`yemstvax: avtoref. dy`s. k-ta ekon. nauk: specz. 08.00.04 / Tetyana Vasy`livna Kravchenko. – K.: Ky`yiv. nacz. un-t imeni Tarasa Shevchenka, 2014. – 24s.
5. Peresada A. A. Investy`cijny`j analiz: navchal`no-metody`chny`j posibny`k dlya samost. vy`vch.dy`scz. / [A. A. Peresada, S. V. Onikiyenko, Yu. M. Kovalenko]; Min-vo osvity` i nauky` Ukrayiny`, KNEU. – K.: KNEU, 2003. – 134 s.
6. Rajzberg B. A. Programmno-celevoe plany`rovany`e y` upravleny`e: [Uchebny`k] / B. A. Rajzberg, A. G. Lobko. – M.: Y`NFRA-M, 2002. – 428s.

Кравченко Т.В., к.э.н., ассистент
КНУ имени Тараса Шевченко

ВНЕДРЕНИЕ И ОЦЕНИВАНИЕ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Раскрыта сущность программно-целевого управления инвестиционными проектами и предложен алгоритм его практического внедрения на промышленных предприятиях. Алгоритм предусматривает разделение на отдельные этапы в соответствии со стадиями жизненного цикла инвестиционных проектов. Предложено определять эффективность программно-целевого управления инвестиционными проектами на промышленных предприятиях на основе вычисления его нормативной (NE), доходной (PE) и расходной эффективности (CE). Разработана схема процесса оценки эффективности программно-целевого управления инвестиционными проектами, согласно которой нормативная, доходная и затратная эффективности рассчитываются не только по экономическим показателям, а учитывают еще и экологическую, социальную и инновационную эффективность инвестиционных проектов.

Ключевые слова: инвестиционная программа, инвестиционный проект, программно-целевой подход, мониторинг, нормативная эффективность, результатна эффективность, расходная эффективность.

Tetiana Kravchenko, Ph.D., lecturer
Taras Shevchenko National University of Kyiv

IMPLEMENTATION AND ESTIMATION OF TARGET-ORIENTED MANAGEMENT OF INVESTMENT PROJECTS IN INDUSTRIAL ENTERPRISES

The essence of the program target investment project management algorithm and its practical implementation in the industry. The algorithm provides for division into individual stages in accordance with the stages of the life cycle of investment projects. A measure the effectiveness of program-oriented management of investment projects in industrial enterprises on the basis of calculation of its normative (NE), profitable (PE) and cost-effectiveness (CE). The scheme of the process of evaluating the effectiveness of program-oriented management of investment projects, according to which normative, profitable and costly efficiency calculated not only on economic indicators but also take into account environmental, social and innovation efficiency of investment projects.

Keywords: investment program, investment project, target-oriented approach, monitoring, regulatory efficiency, productive efficiency, expenditure efficiency.

УДК 334:658:114.2
JEL M55

A.M. Magomedova, PhD, lecturer
Taras Shevchenko National University of Kyiv

OPTIMIZATION OF THE KEY PARAMETERS OF FRANCHISING ENTERPRISES PERFORMANCE

The key parameters of partnership performance of franchising enterprises in Ukraine are distinguished. The purpose functions of the model, which ensures maximization of profits for the franchisor and franchisee are determined. The system of compromises has been developed, which allows to maximize profits of one of the participants of the franchising agreement, while ensuring that the high economic results are obtained by others.

Key words: franchising partner performance, key parameters of franchising performance, franchisor, franchisee.

The problem. The franchising form of partnership has proven its efficiency, above all, because of the certain benefits that are obtained by participants in the franchise agreement. The use of a shared resource base, mutual exchange of experience and sharing business risks act as stimulating factors in the development of franchising. However, as a rule, such cooperation is not able to provide maximum economic benefits for participants at the same time. In view of this, the problem of the formation of optimal parameters of franchising enterprises, which would satisfy the economic interests of both franchisor and franchisee, remains relevant.

Analysis of recent publications. Problems of franchising development are devoted to the work of both foreign and domestic scientists. In particular, J. Deltey defines the essence and principles of successful franchising activities [1], D. Stenworth explores franchising as a way of developing small business [2], A. Tsirat considers the legal preconditions for the cooperation of franchising enterprises [3], O. Zolotov conducts an analysis of the features of the ecological franchising [4], and a number of other scholars who investigated the economic essence of franchising.

Unresolved issues. In the process of developing and improving the relations between franchise companies, there is a need to form an effective mechanism for their cooperation and to optimize the basic parameters of their activities. At the same time, the main goal of optimization is to ensure the harmonization of economic interests for the franchisor and for the franchisee in order to maximize the effect of franchising cooperation.

The purpose of the paper is to develop a model for optimizing the key parameters of the activities of both parties of the franchise agreement (franchisor and franchisee) and to substantiate the system of appropriate economic compromises.

Research results. Identification of the main parameters of the franchisor and franchisee was carried out on the example of public catering companies. This choice is due, first of all, to the significant dynamic development of this market, the high level of profitability of such franchising enterprises and the stable demand for franchise of public catering.

The ultimate goal of the chosen model is to maximize profits and profitability of enterprises by determining the main parameters of the franchise agreement, which include the following:

1. Share of the initial franchise fee (d) required for entering the franchise network, in the total amount of investments by the franchisee. Obviously, the interests of each of the parties to the franchise agreement regarding the size of the share deposit are directly opposed: the franchisee is interested in the maximum amount of the contribution (which actually corresponds to the price of the franchise), because sales of a franchise form a significant part of its income and profits. For franchisees, on the contrary, the more attractive option is when the price for entering the network is minimal. The best approach is to assume that there is no fee for joining a franchisor. This option is especially relevant for potential franchisees with limited financial resources. Accordingly, in the case of divergent interests between the franchisor and the franchisee, one of the main objectives of the model is to seek balance of interests of the parties and to determine the compromise level of the share contribution, which will satisfy both parties to the franchise agreement.

2. The amount (rate%) of royalty (r) as a percentage of the turnover, which the franchisee pays for the right to engage in business activities under franchisor's well-known brand and for the possibility of further obtaining his competent marketing, staffing and information and consulting support. It should be noted that the overwhelming majority of franchising networks consider royalties as the main component of the franchisor's income, and therefore the royalty rate is critical to ensuring the profitability of its operations. In this case, it is absolutely logical for the owner of the franchise to increase the royalty rate. However, an unreasonably high royalty rate worsens the franchisee's financial capabilities. Firstly, there is a reduction in its profit and a decrease in the profitability of economic activity. Secondly, a significant amount of deductions in the form of royalties reduces its own marketing budget to the franchisee, which leads to a weakening of the motivational factor in the development of franchising business. As a result, the quality of service provision in institutions is deteriorating and the effectiveness of management at the franchisee company decreases. Ultimately, the loss of stimulating factors leads to a reduction in the total turnover of the franchise network, which affects not only the indicators of income and profit of the franchisee, but also serves as the main reason for reducing the franchise owner's financial flows. Consequently, it can be argued that finding the optimal amount of royalty rates is an important task for establishing effective cooperation between franchisees.

3. Level of marketing partner support for the franchisee by the owner of the franchise (m_1). Ukrainian and international experience in the development of franchising public catering services shows that one of the main factors in their popularity is the desire of the franchisee to develop their business activities, using the well-known target brand, developed technologies, and competent partner support of the franchisor. Marketing support for the franchisor includes marketing research, continuous monitoring and adjustment of the marketing strategy for the development of the network, implementation of joint promotional events for the franchisee, training and staff development, etc. Accordingly, finding the optimal level of marketing support from the franchisor is also one of the strategically important tasks in the process of optimizing the scheme of interaction between franchisors and franchisees.

4. The fourth key factor affecting the optimal development of franchising relations is the level of its own marketing costs for franchisees (m_2).

As a target function of the optimization model we consider the profit and profitability of the franchisor and franchisee. Thus, the franchisor's aggregate profit is represented by the equation:

$$PF = n \cdot F + n \cdot r \sum_{t=1}^T Ot - n \cdot m_1 \sum_{t=1}^T Ot, \quad (1)$$

where PF is the operating profit of the franchisor, without taking into account its operating expenses; n - number of franchisees belonging to the franchisor network; F - lump sum franchisee (franchise price); r - royalty rate, %; m_1 - share of marketing partner support of the franchisor in total turnover (%); O_t - the value of the average annual turnover of one franchisee during the year t ; T - period of franchising network, during which the evaluation is carried out.

Consequently, the franchisor's operating profit within the model is formed due to lump sum payments by the franchisee and payment of royalties as a corresponding percentage of turnover. The franchisor's operating expenses, in turn, are formed by providing marketing partner support to the franchisee. In this model, we deliberately do not consider other operating costs of the franchisor, but we focus only on those components of income and expenditure that have a direct impact on the results of the franchise business. In the converted form, the operating profit formula of the franchisor will have the form:

$$PF = n \cdot [F + (r - m_1) \cdot \sum_{t=1}^T Ot] \quad (2)$$

In turn, the size of the contribution of the franchisee F for the right to enter the network is determined by the formula:

$$F = d \cdot SI, \quad (3)$$

where d - the proportion of franchise fees in the amount of initial investment by the franchisee; SI is the average value of initial investment by the franchisee.

The operating profitability of the franchisor is calculated as follows:

$$Re = \frac{n \cdot [d \cdot SI + (r - m_1) \cdot \sum_{t=1}^T Ot]}{\sum_{t=1}^T Ot} \quad (4)$$

Obviously, the operating profit and operating profitability of the franchisor depend on parameters such as d , r and m_1 , which correct the incoming and outgoing financial flows. However, the key factor affecting the amount of input and output cash flows of the franchisor and determines the prerequisites for profit is the amount of turnover from the sale of services that can be provided by the entire franchise network.

The amount of turnover of the franchising network is an indicator that depends on the following main factors:

- the total volume of the relevant services market (in our example, restaurant) in a period, R_t ;
- shares of the market belonging to the corresponding franchise network in the specified period, D_t ;
- the level of marketing support provided by the franchisor throughout the network, as well as the franchisee by their own efforts, $(m_1 + m_2)$;
- the level of motivation of the franchisee for the successful development of business performance, which is inversely proportional to the total amount of deductions franchisee in the form of royalties in favor of the franchisor (r) and the size of their own marketing costs (m_2) to support the brand.

Consequently, in general terms, the functional dependence of the franchising network turnover on these variables can be given as a formula:

$$O_t = f(R_t, D_t, m_1 + m_2, \frac{1}{r + m_2}) \quad (5)$$

In turn, each of the components of the parameter O_t will describe the corresponding tendencies and equations. In particular, we propose to determine the size of the market of services by the formula:

$$R_t = R_{t-1} + a \cdot T \cdot K_t, \quad (6)$$

where R_t is the volume of the relevant services market over the time period t ; T - index of the corresponding period of time; K_t is the corrective macroeconomic coefficient (we have selected the real incomes index in Ukraine), which takes into account the influence of environmental factors on the market of the relevant services; a - an unknown parameter of the regression model that characterizes the internal rate of growth of the volume of the relevant services market, calculated using statistical information on the dynamics of the market volume of the relevant services and the corrective macroeconomic coefficient, and applying the least squares method.

Research has shown that the market share of the franchise network (D_t) depends to a large extent on the level of marketing support it provides: the higher the level of marketing support for the franchisor, the greater the market share is covered by its franchising network. However, such a relationship between the indicators is not linear, and in the context of providing large-scale marketing support at a level of 5% and more growth is slowed down and suspended.

Thus, in our opinion, it is fair to determine the emergence in the franchise networks of the saturation effect of their marketing support, when the further growth of its level m is already ineffective and cannot ensure the corresponding growth of market share (D). The mathematical relationship between the level of marketing support m and the market share (D) indicator, based on the logistic curve, is described by the following formula:

$$D = a_0 \cdot \frac{\exp^m}{a_1 + \exp^m}, \quad (7)$$

where $\exp$ - exponential function; a_0 and a_1 are regression parameters that characterize the saturation effect and which need to be estimated statistically using the least squares method.

It should be noted that the aggregate level of marketing support for the whole franchise network (m) consists of two components:

$$m = m_1 + m_2, \quad (8)$$

where m_1 and m_2 are the level of marketing support for the network brand provided by the franchisor centrally (m_1) and the franchisee independently (m_2). That is, we assume that the marketing activity of both franchisor and franchisees affects the amount of turnover of services in the network and determines its market share.

The latest component, which functionally affects the turnover of the franchising network, is a motivational component for the franchisee, which characterizes his interest in the successful development of franchising business. As already mentioned, the franchisee's level of motivation for active and effective participation in the development of the franchising network is inversely proportional to the specific weight of royalty payments in favor of the franchisor (r) and the costs of marketing measures (m_2) in total turnover. In this case, the correction factor for the influence of the franchisee's motivation on the value of the turnover of the network can be determined by the formula:

$$Mk = b_0 \cdot \frac{1}{(r + m_2)}, \quad (9)$$

where Mk - corrective motivation coefficient for franchisee; b_0 - coefficient of sensitivity of the value of turnover of the franchising network to the level of motivation of the franchisee, which needs to be estimated statistically.

In particular, the functional relationship between the amount of turnover of the franchise network and the level of motivation of the franchisee is described by the formula:

$$O_i = O_{cp} \cdot Mk = O_{cp} \cdot \frac{b_0}{(r + m_2)}, \quad (10)$$

where O_i is the value of the turnover of the i -th franchise network; O_{cp} - the value of average turnover in a group of franchising networks; Mk - correction factor of motivation for franchisee in the i -th franchise network.

The final form of the equation, which allows you to estimate and predict the amount of turnover of the franchise network, is following:

$$O_t = [R_{t-1} + a \cdot T \cdot K_t] \cdot [a_0 \cdot \frac{\exp^{m_1+m_2}}{a_1 + \exp^{m_1+m_2}}] \cdot [\frac{b_0}{(r + m_2)}] \quad (11)$$

The economic interests of the franchisee should also be taken into account and cannot contradict the interests of the franchisor. The operating profit of the franchisee is given by the following equation:

$$PFfr = -(1 + d) \cdot SI + (MR - r - m_2) \sum_{i=1}^T O_i, \quad (12)$$

$PFfr$ - profit by the franchisee; MR - the margin of realization of services franchisee, which will be calculated by the formula:

$$MR = \frac{O_i - OC}{O_i}, \quad (13)$$

where O_i is the amount of turnover from the sale of services; OC is the operating expenses of the franchisee (minus the cost of royalties and marketing costs that do not belong to this item of expenses).

In view of this, the operating profitability of the franchisee is determined by:

$$Refr = \frac{-(1+d) \cdot SI + (MR - r - m_2) \sum_{i=1}^T O_i}{\sum_{i=1}^T O_i}, \quad (14)$$

Thus, we can finally formulate an optimization task, aimed at finding optimal parameters for the franchisor and franchisee.

The objective function of the model is to maximize the profits of the franchising companies:

$$\begin{cases} PF = d \cdot SI + (r - m_1) \cdot \sum_{t=1}^T O_t \rightarrow \max \\ PFfr = -(1+d) \cdot SI + (MR - r - m_2) \sum_{t=1}^T O_t \rightarrow \max \end{cases} \quad (15)$$

Note that to ensure the most complete achievement of the goals of franchising enterprises, maximizing the simultaneous profits of the franchisor and franchisee, it is impossible. Therefore, a system of appropriate compromises is needed that maximizes the profit of one of the participants, while ensuring that the economic benefits are met to another. Accordingly, the recording of the target function will look like this:

1) maximization of the franchisor's profit:

$$\begin{cases} PF = d \cdot SI + (r - m_1) \cdot \sum_{t=1}^T O_t \rightarrow \max \\ Refr = \frac{-(1+d) \cdot SI + (MR - r - m_2) \sum_{i=1}^T O_i}{\sum_{i=1}^T O_i} \geq Rfr(min) \end{cases} \quad (16)$$

2) maximization of profit by the franchisee:

$$\begin{cases} PFfr = -(1+d) \cdot SI + (MR - r - m_2) \sum_{t=1}^T O_t \rightarrow \max \end{cases}$$

$$Re = \frac{d \cdot SI + (r - m_1) \cdot \sum_{t=1}^T Ot}{\sum_{t=1}^T Ot} \geq R(\min) \quad (17)$$

Rfr (min) and R (min) - the minimum acceptable for the franchisee operating standard operating profitability.

Minimum requirements for operational profitability Rfr (min) and R (min) are set by the management of franchising enterprises, while for franchisors this amount is 1.5-2% (taking into account the specifics of the franchisor's activity, which does not carry out operating activities, and its profit, mainly, is formed due to the difference between the amount of royalty and the cost of marketing support network and, as a rule, does not exceed 4-5%), for the franchisee - more than 10%.

The main parameter of the optimization model is the value of the franchise network turnover - can be estimated on the basis of the formula (3.11). At the same time, it should be borne in mind that there are several limitations in the optimization model:

1) technical limitations on the integrality of the parameters

$$d, r, m_1, m_2 \geq 0 \quad (18)$$

2) restrictions on the economic feasibility of parameters (the values of indicators should not exceed their normal level, established by international and domestic practice)

$$d, r, m_1, m_2 \leq d(\max), r(\max), m_1(\max), m_2(\max) \quad (19)$$

3) restrictions on the priority role of the franchisor in the marketing support of the franchise network

$$m_1 \geq m_2 \quad (20)$$

Conclusions. Thus, a model of optimization of key parameters of franchise transaction participants, the main of which is lump sum, royalty, financial expenses on marketing measures of both parties, is developed, which allows to maximize the profit of one of the participants, while ensuring the receipt of high economic results of others. The practical application of the developed optimization model is carried out on the example of a group of 10 franchise networks of public catering functioning in the Ukrainian market and presented in the corresponding scientific work [5].

The prospects for further research are related to the development of practical recommendations for improving the methodology for evaluating the effectiveness of franchising enterprises.

References.

1. Deltheil J. Franchising / J. Deltheil; trans. from French V.A Petrov. - SPb. : Neva, 2003. - 125 p.
2. Stanworth J. Franchising for the small business / J. Stanworth, B. Smith; trans. from English L.N. Pavlova. - M. : Audit: UNITY, 1996. - 200 p.

3. Zolotov A.V. Environmental franchising: methodology, tools and management techniques: [monograph] / A. V. Zolotov; Christian humanitarian and economic open Univ. - O., 2009. - 293 p.
4. Tsirat A.V. Franchising and franchise agreement / A.V. Tsirat. - K.: The Truth, 2002. - 240 p.
5. Magomedova A. M. Forming the franchising business partnerships among enterprises: abstr. diss. Phd: 08.00.04 / A.M. Magomedova; Taras Shevchenko National University of Kyiv. - Kyiv, 2014. - 20 p.

Магомедова А.М., к.е.н., асистент
КНУ імені Тараса Шевченка

ОПТИМІЗАЦІЯ КЛЮЧОВИХ ПАРАМЕТРІВ ДІЯЛЬНОСТІ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Виокремлено ключові параметри партнерської діяльності франчайзингових підприємств в Україні. Визначено цільові функції моделі, які забезпечують максимізацію прибутку для франчайзера та франчайзі. Розроблено систему компромісів, яка дозволяє максимізувати прибуток одного з учасників франчайзингової угоди, забезпечивши при цьому отримання високих економічних результатів іншим.

Ключові слова: франчайзингова партнерська діяльність, ключові параметри франчайзингової діяльності, франчайзер, франчайзі.

Магомедова А.М., к.э.н., ассистент
КНУ имени Тараса Шевченко

ОПТИМИЗАЦИЯ КЛЮЧЕВЫХ ПАРАМЕТРОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Выделены ключевые параметры партнерской деятельности франчайзинговых предприятий в Украине. Определены целевые функции модели, которые обеспечивают максимизацию прибыли для франчайзера и франчайзи. Разработана система компромиссов, которая позволяет максимизировать прибыль одного из участников франчайзингового соглашения, обеспечив при этом получение высоких экономических результатов другим.

Ключевые слова: франчайзинговая партнерская деятельность, ключевые параметры франчайзинговой деятельности, франчайзер, франчайзи.

УДК 338.242.2
JEL M21

Говорунов О.Г., аспірант
КНУ імені Тараса Шевченка

НЕПЕРЕДБАЧУВАНІСТЬ ЯК ХАРАКТЕРИСТИКА УМОВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджене поняття непередбачуваності в контексті умов функціонування підприємства. Для характеристики умов функціонування підприємства застосовують поняття невизначеності. Однак все частіше відбуваються події, що вважались неймовірними, наслідки яких впливають на підприємства. Умови функціонування підприємства стають непередбачуваними. Проаналізоване середовище функціонування підприємства. Систематизовані дослідження іноземних науковців щодо непередбачуваності. Наведене визначення та класифікація непередбачуваності. Накреслено шляхи опрацювання непередбачуваності.

Ключові слова: невизначеність; непередбачуваність; перформативність; підприємство; складність.

Умови, в яких діють підприємства (організації), характеризують як умови невизначеності та ризику, тобто такі, в яких ступінь можливості настання події, що впливатиме на перебіг або результати діяльності підприємства, можна визначити, застосовуючи апарат теорії ймовірностей. Так, зокрема, для визначення ринкової вартості підприємства на фондовому ринку використовують моделі «ефективного ринку» та «випадкових блукань», відповідно до яких гравці на ринку діють раціонально, а вартість цінних паперів змінюється випадково, із загальним розподілом, близьким до нормального. Але практика останніх десятиріч свідчить, що часто відбуваються події, ймовірність яких вважалась зникно малою, а показники економічного середовища демонструють суттєві неочікувані відхилення від прогнозів. Тож умови функціонування підприємств потрібно характеризувати вже іншим поняттям — непередбачуваністю.

Питання непередбачуваності, як характеристики економіки та суспільства, є предметом дослідження низки науковців, зокрема: К. Атойєва, Д. Хендрі, В. Гліка, Д. Граси, Е. Еспозіто, Е. Егля, С. Міллера, Н. Талеба, тощо. Однак на сьогоднішній день немає однозначного визначення непередбачуваності в контексті умов, в яких функціонує підприємство. Також це питання в такому контексті майже не розглянуте українськими науковцями.

Тому метою цієї статті є систематизація думки сучасних світових вчених щодо непередбачуваності, її різновидів та попередня оцінка можливих напрямків поведінки підприємства в умовах непередбачуваності.

Підприємство є складною динамічною відкритою системою. Так, ще Д. Томпсон у своїй роботі [1] порівняв два підходи до дослідження організацій. Перший — відноситись до організації як до закритої системи, в якій всі фактори впливу детерміновані. Другий — розглядати організацію як природну систему, на стан якої впливають також змінні, значення яких невідомі в окремі моменти часу, або піддаються впливу, який підприємство не може контролювати або передбачати. Поєднуючи переваги обох підходів, Д. Томпсон запропонував концепцію організації як системи відкритої, але такої, що тяжіє до

раціоналізації, а через це потребує визначеності. Відтак однією з головних проблем складної організації є питання, як справитись з невизначеністю. [1, с. 13].

Колектив науковців у складі Ч. Міллера, Д. Огілві та В. Гліка в статті [2] всебічно дослідив питання оцінки зовнішнього середовища організацій. Ці автори теж вважають організації відкритими системами, які взаємодіють зі своїм середовищем. Причому це середовище можна охарактеризувати як мінливе та складне.

Відповідно до поглядів цих авторів, мінливість виражається в нестабільності, що є мірою прояву змін в середовищі, та в непередбачуваності, яка відображує ступінь прогнозованості таких змін. Складність же є мірою важкості середовища для розуміння та керування в окремий момент часу. Автори, узагальнюючи роботи низки вчених, які займались вивченням організацій та їх оточення, серед яких О. Вільямсон, Д. Гелбрейт, Ф. Емері, Е. Тріст, Л. Буржуа тощо, визначають чотири параметри складності:

- численність, або кількість відповідних елементів середовища;
- дисперсія, яка додатково до численності враховує величину (обсяг) обміну між процесами організації та середовищем;
- неоднорідність, що відображує якісну несхожість елементів середовища між собою;
- взаємопов'язаність, яка характеризує зв'язки між елементами оточення.

Взаємодія дисперсії та неоднорідності породжують внутрішню складність оточення, яка є більш очевидною для підприємства. Але для оцінки повної складності потрібно обов'язково врахувати взаємопов'язаність як організації з оточенням (наприклад, зв'язок підприємства з його партнерами), так і елементів оточення між собою (наприклад, зв'язок між партнерами підприємства, або між партнерами підприємства та іншими суб'єктами середовища, з якими у підприємства немає прямої взаємодії). Тож «повна складність є сумою внутрішньої складності середовища в безпосередньому оточенні підприємства, зваженої середньої внутрішньої складності прямих партнерів, та зваженої середньої внутрішньої складності непрямих партнерів (де вага для прямих партнерів відображує обсяг взаємодії підприємства з партнерами, а вага для непрямих партнерів залежить від обсягу їх взаємодії з прямими партнерами)» [2, с. 113].

Чисельні та складні зв'язки створюють мережу, вузлами якої є підприємство, його прямі та опосередковані контрагенти та інші елементи середовища. При цьому необхідно прийняти до уваги, що в вузлах такої мережі діють люди, тому підприємству та його середовищу властива перформативність⁷. Е. Еспозіто розкриває поняття перформативності та особливості застосування його в економіці [3]. Перформативність проявляється так: через те, що людина завжди включена в системи, які вона досліджує та описує, або в яких вона приймає рішення, на отримувану людиною інформацію та на рішення, які вона приймає, впливають її ж рішення та погляди, які, в свою чергу, впливають на досліджувані або керовані системи. Тобто створюється циклічний вплив середовища на людину, та вплив людини на середовище під дією впливу середовища на людину. З точки зору деяких науковців, живить таку циклічність й сама економічна наука. Так, на думку М. Каллона, економічна наука більше впливає на економіку, формує її, аніж досліджує її функціонування [4, с. 2]. Адже визначені економічною теорією підходи, прийоми, «правила гри», використовувані людьми — керівниками та працівниками

⁷ Концепція перформативності бере початок в лінгвістиці та в теорії соціальних систем. (прим.- Г. О.).

підприємств, учасниками фондового ринку, державними діячами тощо, в деякій мірі призводять до того, що економіка починає функціонувати близько до теорії. Е. Еспозіто, спираючись також на роботи К. Маккензі, А. Преди, Д. Канемана, описує прояви такої циклічності на фінансових ринках, коли учасники використовують для аналізу та прийняття рішень саме таку інформацію, яка їм і призначена та відображує, зокрема, їх власну поведінку та результати спостережень за поведінкою інших учасників, які теж отримують інформацію такого ж роду [3, с. 108].

Отже, коли підприємство взаємодіє зі своїм складним середовищем, керівники та фахівці, оцінюючи поточну ситуацію, прогнозуючи майбутній стан та реалізуючи розроблені плани, знаходяться в циклічній петлі перформативності. З урахуванням взаємопов'язаності оточення виходить, що дії підприємства впливають на поведінку його контрагентів, яка, в свою чергу, впливає на поведінку партнерів контрагентів підприємства, а загальна поведінка контрагентів всіх рівнів та інших учасників ринку впливає на прийняття рішень в підприємстві та, отже, на його поведінку. І ця циклічність додатково ускладнюється через внутрішню складність оточення та затримки в часі між подіями, надходженням інформації про них, прийняттям рішень на підставі цієї інформації та провадженням таких рішень.

Додатковими факторами є нераціональна поведінка людей та пов'язаність подій. Класична економіка та застосовна останнім часом для пояснення економічних процесів теорія ігор часто припускають незалежність подій в часі (наприклад, «ринку не має пам'яті», тому ціни кожного нового дня не залежать від минулого) та раціональну поведінку людей, коли в ситуації вибору люди обирають завжди об'єктивно найкращий варіант (наприклад, максимізацію прибутків). Але ці припущення деякі науковці піддають сумніву ще з другої половини XX сторіччя. Так, Г. Саймон, розробник теорії обмеженої раціональності, в низці своїх робіт, зокрема, в [5], висвітлює обмеження, які заважають суто раціональному вибору. Серед них: інтелект людини, обмеженість уваги, освіта, особисті вподобання, суперечливість та багатогранність питань (наприклад, як водночас задовольнити енергетичні потреби та зберегти природу), невизначеність наслідків, наявність інших задач, необхідність приймати рішення колегіально (в групах) тощо. Відтак критерієм раціональності при прийнятті рішення часто є не стільки раціональність результату, скільки раціональність самого процесу вибору: обирається підхід, що забезпечить зменшення витрат на прийняття рішення, а не оптимальність результату. Д. Канеман, П. Словік та А. Тверські, одні з розробників теорії поведінкової економіки, в роботі [6] також розкривають цілу низку причин, внаслідок яких в реальному житті зазвичай поведінка людей не є раціональною. Це й використання закону малих чисел, тобто умовиводи про характеристики послідовності подій, коли така послідовність надто мала (наприклад, висновок про надійність партнера, якщо три комерційних справи з ним закінчились вдало), і схильність приписувати невинуватену значущість інформації, яку легко запам'ятати, або яка ілюструє окремі випадки (наприклад, узагальнено казати про суттєвий тиск податківців в країні на підставі відомостей про обшуки в декількох окремих відомих компаніях). А Е. Еспозіто доводить, що й ринкові ціни мають власну пам'ять — те, що відбувається сьогодні, впливає на те, що буде завтра. Але вплив цей є нерегулярним та непередбачуваним [3, с. 121]. Обмежено раціональна поведінка людей в підприємствах

та середовищі, в якому вони функціонують, а також вплив накопиченого досвіду додатково підсилюють перформативність та підвищують складність середовища.

Відтак, умови функціонування підприємства можна охарактеризувати як мінливі та складні через велику кількість взаємопов'язаних, суттєво неоднорідних складових елементів, поведінка та взаємодія яких носить циклічно-замкнений характер, а інформаційні потоки та реальність при цьому змінюються людьми, що діють скоріше не раціонально, в тому числі під впливом вже наявної інформації, накопиченого досвіду та власного сприйняття поведінки середовища.

Чи не найбільшим популяризатором поняття непередбачуваності в економіці є Н. Талеб, який в роботі [7] розглянув події, які статистично та інтуїтивно є майже неймовірними, але часто відбуваються на практиці, тягнучи за собою серйозні наслідки як позитивного, так і негативного характеру. До таких подій Н. Талеб відносить і фінансові кризи останніх десятиріч. Е. Егль в роботі [8] зазначає, що визначенням понять випадковості та непередбачуваності сучасна наука, зокрема — філософська, думка, приділяє недостатньо уваги, хоча концепція випадковості використовується в багатьох наукових дисциплінах. Зокрема, поширеним є моделювання систем як випадкових, визнання випадковою поведінки живих істот (в тому числі людей), випадкові вибірки тощо. Та застосування поняття випадковості тут не є безсуперечним.

Так, для випадкових систем припускається, що аналіз багатьох випадкових подій дасть змогу вивести структуру ймовірності, яка враховуватиме параметри, що впливають на результат, та дозволить узагальнено прогнозувати поведінку системи (найрозповсюдженішим та найпростішим прикладом випадкової системи є підкидання монети або кидання гральних кісток; більш складною є, наприклад, модель залежності вологості ґрунтів від опадів). У моделях, що вважають випадковою поведінку живих істот (наприклад, розповсюдження генетичних рис в популяційній генетиці), результати взаємодії таких істот теж можна описати якимсь узагальненим законом.

Однак в таких підходах і моделях залишаються поза увагою особливості конкретних примірників досліджуваних систем, показники яких можуть відрізнятися від спрогнозованих за виведеними законами розподілу ймовірностей. Вважається, що окремі прояви конкретних об'єктів в таких випадках не так цікаві, як виявлення загальних законів [8, с. 752]. Такий підхід є неприйнятним для моделювання та прогнозування умов, в яких діятиме конкретне підприємство, бо конкретне підприємство з практичної точки зору більше цікавить питання, як події розвиватимуться саме для нього, а не узагальнено. А з урахуванням наведених вище відомостей про перформативність систем, учасниками яких є люди, та обмежену раціональність поведінки людей, годі й казати про випадковість людської поведінки.

Відтак стає задача розробки концепції випадковості та непередбачуваності, яка б більш повним чином відповідала багатству проявів реальності. Провівши порівняльний аналіз різних підходів до визначення випадковості (Р. фон Мізеса, А. Чьорча, П. Мартін-Льофа, А. Колмогорова, Г. Хайтіна, Р. Соломонова), Е. Егль переходить до визначення зв'язку між випадковістю та непередбачуваністю, та для вирішення цієї задачі спочатку визначає обмеження передбачення [8, с. 765]:

- пізнавальні (епістемологічні) обмеження стосуються нашої можливості точно визначити стан досліджуваної системи в окремий момент часу. Насправді, ми можемо лише встановити, що система в якомусь проміжку часу була в якійсь області простору можливих станів. Для того ж, щоб на прийнятному рівні точно прогнозувати кожен наступний (більш віддалений в часі) майбутній стани системи, вимоги до точності визначення поточного стану зростають експоненційно;

- обчислювальні обмеження передбачення пов'язані з підвищенням складності розрахунків та витрат часу на них при збільшенні кількості, складності та взаємопов'язаності вихідних параметрів, які потрібно прийняти до уваги;

- практичні обмеження передбачення виходять з недосконалості наявних теорій, підходів, технологій, інструментів вимірювання тощо: інколи ми просто не здатні визначити, чи є різними окремі стани системи, бо не маємо засобів для виявлення відмінностей.

Розкриємо ці обмеження більш детально в контексті умов функціонування підприємства, розглянутих вище.

Обмеження пізнавальних можливостей передбачення ґрунтується, з одного боку, на складності середовища, в якому провадить свою діяльність підприємство, а з іншого — на обмеженій раціональності людини. Адже для того, щоб визначити поточний стан системи «підприємство — середовище» з її великою кількістю неоднорідних елементів, різним чином взаємопов'язаних, потрібні суттєві витрати ресурсів, в тому числі — і часу. А обмежена раціональність спонукає людей, що приймають рішення, обирати менш ресурсомісткі підходи до моделі. Тому інформація навіть про поточний стан зазвичай збирається в обмеженій кількості або з обмеженою точністю. Однак тут може проявити себе властивість складних динамічних систем, наочно описана Е. Лоренцом в роботі [9] — чутливість до початкових умов (ця властивість широко відома як «ефект метелика»): невеликі зміни в початковому стані системи можуть привести (а можуть і не привести) до суттєвих змін в майбутніх станах системи. Отже, пізнавальне обмеження передбачення полягає в практичній неможливості для підприємства зібрати необхідну та достатню кількість інформації для того, щоб прийнятно з практичної точки зору спрогнозувати майбутні умови його діяльності.

Сутність обчислювальних обмежень передбачення з дещо несподіваної сторони проаналізував Д. Граса в роботі [10]. За теорією обчислюваності існують нерозв'язні задачі, тобто такі, для вирішення яких не може існувати універсального алгоритму (наприклад, «проблема зупинки» — неможливість наперед розрахувати, чи зупиниться алгоритм, що опрацьовує скінченну множину даних, чи буде виконуватись нескінченно). Зазвичай задачі з економіки та фінансів не відносяться до нерозв'язних. Однак Д. Граса, проаналізувавши метод визначення поточної ціни активу за моделлю дисконтованого грошового потоку на прикладі розрахунку ціни для активу безстрокового використання (прикладом такого активу автор наводить облігації Великобританії, так звані «консолі», випущені в XVIII сторіччі, які досі знаходяться в обігу, та по яким сплачуються відсотки), математично обґрунтував алгоритмічну нерозв'язність цієї задачі з прийнятною точністю. Передбачаючи ж критику своїх умовиводів, зокрема — аргумент щодо активного практичного використання методу дисконтованого грошового потоку для визначення ціни

активу, Д. Граса підкреслює дуже низьку точність такої оцінки та вважає, що застосування цього методу є скоріше результатом умовної домовленості, аніж точним способом визначення реальної ціни.

Дослідження Д. Граса серйозній критиці піддав колектив науковців у складі Ю. Као, В. Рагупаті, К. Велупіллі та С. Замбеллі, які спеціалізуються саме на питаннях обчислювальної економіки. В своїй статті [11] автори, узагальнивши досвід низки науковців, зокрема, К. Ерроу, Г. Шафера, В. Вовка, Е. Бішоп, Д. Бріджеса тощо, та свої власні напрацювання, вказали, зокрема, на розв'язність економічних задач, наприклад, з використанням конструктивного аналізу, та підкреслили слабку позицію Д. Граса в наведених ним економічних прикладах. Але вони підтримали сутність поставленого Д. Граса питання: взаємозв'язок між необчислюваністю та непередбачуваністю.

Отже, незважаючи на неоднозначність умовиводів Д. Граса, з точки зору умов діяльності підприємства цікавою є обґрунтована ним неможливість алгоритмічно розрахувати з прийнятною точністю показники, що характеризують нескінченну послідовність. Адже саме такі послідовності, як ми з'ясували вище, характерні для середовища функціонування підприємства: циклічно замкнені чисельні різноманітні зв'язки між учасниками системи, які впливають один на одного та опосередковано — самі на себе. Розрахунок показника, який враховуватиме наслідки дії підприємства, що спричинить активність його контрагента, яка, в свою чергу, ініціює дії партнера контрагента, які стануть причиною чергової дії підприємства... — схоже, є алгоритмічно неможливим з прийнятною точністю та практично неможливим за наявних сучасних доступних апаратних та програмних засобів підтримки прийняття рішень.

Практичні обмеження передбачення для підприємства базуються на повній неможливості або, принаймні, суттєво обмеженій можливості ідентифікувати відмінності в станах як самого підприємства, так і його оточення. В багатьох випадках просто немає об'єктивних контрольованих ознак, що відображують відмінність між станами або їх зміну. Отже, особи, що приймають рішення, не можуть прийняти до уваги зміни, що вже почались, але ще не проявились через доступні та відомі їм ознаки, і коли зміни вже стають помітними, вони можуть сприйматись як раптові, випадкові або непередбачувані.

Враховуючи розкриті вище обмеження, Е. Егль надає таке визначення передбачення: *«Функція прогнозування $\Psi_{P,T}(M,t)$ приймає на вхід розпізнаний предиктором P поточний стан M системи, описаної теорією T , та параметр пройденого часу t , та повертає визначений на окремий момент часу розподіл імовірностей Pr_t в просторі можливих станів системи. Передбачення являє собою конкретне застосування деякої функції прогнозування деяким предиктором щодо деякого початкового стану та пройденого часу, яке потім приймає Pr_t як його апостеріорну функцію довіри (в залежності від отриманих свідочств та використаної теорії) (Якщо параметр пройденого часу є від'ємним, таке використання є ретродикцією⁸)»* [8, с. 769]. Простіше кажучи, передбачення є спробою встановити, з якою ймовірністю система буде в якомусь іншому стані через деякий інтервал часу.

⁸ Ретродикція — передбачення, зроблене ретроспективно, «заднім числом» (прим. Г.О.)

Визначивши та розкривши поняття передбачення, Е. Егль формулює поняття непередбачуваності: «Подія E (в якомусь проміжку часу t) є непередбачуваною для предиктору P , якщо і тільки якщо апостеріорна довіра до E після опрацювання отриманих свідоцтв, та найкраща функція прогнозування, доступна P , не дорівнює 1, тобто, якщо функція прогнозування повертає апостеріорний розподіл ймовірностей, який не встановлює для E ймовірність 1» [8, с. 772].

На підставі визначення, розробленого Е. Еглем, визначимо для умов діяльності підприємства непередбачуваність як ситуацію, коли особи, що приймають рішення, використавши доступні їм засоби оцінки поточного стану та прогнозування, а також врахувавши всю додатково отриману інформацію, що може вплинути на ймовірність настання події, не можуть отримати стовідсоткової впевненості в настанні чи ненастанні такої події в конкретний період часу, визначений з прийнятною для підприємства точністю.

Щоб з'ясувати, чому поняття непередбачуваності важливе для характеристики умов функціонування підприємства, розглянемо її основні різновиди. Д. Хендрі та Г. Мізон, проаналізувавши поняття непередбачуваності в економічному аналізі, економетричному моделюванні та прогнозуванні [12], виокремлюють три її види.

Перший різновид — *дійсна непередбачуваність*, визначена авторами так: «Невироджена n -вимірний векторна випадкова змінна ϵ_t є дійсно непередбачуваним процесом відносно множини λ_{t-1} , яка завжди включає сигма-алгебру $\sigma[E_{t-1}]$, породжену минулим ϵ_t , на проміжку часу $\mathcal{T}$, якщо умовний розподіл $D_{\epsilon_t}(\epsilon_t | \lambda_{t-1})$ дорівнює безумовному розподілу $D_{\epsilon_t}(\epsilon_t)$ » [12, с. 187]. Тобто, з прикладної точки зору, якщо ймовірність настання деякої події, спрогнозована в деякій ситуації з використанням всієї наявної інформації про минуле, дорівнює ймовірності настання тієї ж події, визначеної взагалі без урахування ситуації та наявної інформації, така подія є дійсно непередбачуваною для такої ситуації та інформації. Отже, простіше, ситуація та наявна інформація про минуле ніяк не впливають на ймовірність події та, відповідно, не допомагають особі, що приймає рішення, прийняти рішення щодо майбутньої події.

Другий різновид — *екземплярна непередбачуваність*, яку Д. Хендрі та Г. Мізон визначають так: «Векторна випадкова змінна ϵ_t є екземплярно непередбачуваним процесом на проміжку часу $\mathcal{T}$, якщо є скільки завгодно мала, але така, якою не можна знехтувати, ймовірність «екстремальних викидів», часові та кількісні характеристики яких невідомі» [12, с. 187]. Тобто, якщо подія може відбутись з ймовірністю, хоча й малою, але якою не можна знехтувати, та при цьому невідомий можливий час настання та тривалість події, а також її масштаб — таку подію слід вважати екземплярно непередбачуваною. При оцінці ймовірності ж потрібно приймати до уваги, що для багатьох реальних процесів, пов'язаних з діяльністю підприємства та його оточенням (наприклад, поведінка фінансових ринків) некоректно використовувати нормальний (Гаусів) закон розподілу ймовірностей. Такі процеси та системи, на думку багатьох вчених, зокрема Б. Мандельброта та Н. Талеба, більш достовірно моделюються з використанням степеневих розподілів, розподілів з товстими хвостами, або з важкими хвостами. Це розподіли, що характеризуються, в порівнянні з нормальним або експоненціальним розподілом, більш повільним спаданням в зонах малих ймовірностей та, переважно, відсутністю обмежень ймовірності. Відтак в розподілі з товстим хвостом дисперсія може

бути суттєво більшою, або навіть прагнути нескінченності, а математичне очікування може бути взагалі відсутнім. Тож якщо, наприклад, для нормального розподілу подія, що відхиляється від середнього значення на величину, що в п'ять або більше разів перевищує дисперсію, зустрічається дуже рідко, а у разі перевищення дисперсії в 10 разів — взагалі або майже неможлива, для розподілу з товстим хвостом ймовірністю майже будь-якої події не можна нехтувати. Саме подіям такого типу Н. Талеб в роботі [7] дав ім'я «чорний лебідь».

Одним з можливих джерел непередбачуваності такого роду К. Атойєв в роботі [13] вважає підвищення взаємопов'язаності в суспільстві, створення комплексної мережі. Вузли цієї мережі є точками вразливості через насиченість зв'язків між ними та швидкість обміну інформацією, енергією, товарами тощо. А за розподілами з товстим хвостом, «деякі малі збудження, незначні з точки зору Гаусового розподілу, стають важливим фактором розвитку систем, та можуть призвести до катастроф з непередбачуваними екологічними, економічними та політичними наслідками» [13, с. 4].

Третій різновид непередбачуваності — *зовнішня непередбачуваність*. «Векторна випадкова змінна ϵ_t є зовнішньо непередбачуваним процесом на проміжку часу T , якщо є дійсно непередбачувані зсуви в її розподілі» [12, с. 188]. Ключовим фактором тут є дійсна непередбачуваність зсувів розподілу, навіть якщо власне змінна є передбачуваною за їх відсутності. Важлива різниця між екземплярно непередбачуваними та зовнішньо непередбачуваними подіями в тому, що в незалежній вибірці ймовірність повторення екземплярно непередбачуваної події залишається малою, а ймовірність повторення зовнішньо непередбаченої події суттєво зростає. З точки зору умов функціонування підприємства зовнішня непередбачуваність означає, що в середовищі відбулись істотні зміни, прояв яких був не помічений (наприклад, через пізнавальні або практичні обмеження передбачення) до настання якихось подій. Але настання такого роду події може свідчити про зсув розподілу ймовірностей та підвищення ймовірності повтору таких подій в майбутньому.

Як бачимо, усі проаналізовані різновиди непередбачуваності відповідають її загальному визначенню, даному Е. Еглем. Та загальне визначення лише підтверджує, що істотна частка подій, що впливають на підприємство в реальному житті, є непередбачуваними. Аналіз же різновидів непередбачуваності спрямовує до пошуку підходів, що можуть допомогти справитись з непередбачуваністю.

Ми усвідомлено обираємо слово «справитись» замість, наприклад, «перемогти» чи «подолати» через два міркування. По-перше, враховуючи проаналізовані вище обмеження передбачення та досвід економічної діяльності останніх десятиріч, є істотні сумніви щодо взагалі можливості подолання, усунення непередбачуваності в діяльності підприємств, принаймні — найближчим часом. По-друге, і це більш важливо, невизначеність взагалі та непередбачуваність зокрема несуть не тільки негативний відтінок. Адже непередбачуваними можуть бути й позитивні для підприємства події (наприклад, непередбачений новий клієнт з великим замовленням, або непередбачено суттєвий загальний зріст цікавості фондового ринку до галузі, в якій працює компанія).

Наприклад, на думку Е. Еспозіто, «невизначеність є головним засобом економічної поведінки та можливості отримувати прибутки» [3, с. 110]. Спираючись на роботи

Д. Шекла, П. Девідсона, Б. Сноудона, Х. Уайта та інших, Е. Еспозіто доводить, що без невизначеності економіка не зможе функціонувати та існувати взагалі. Адже в раціональному, передбачуваному світі немає стимулів для активної поведінки учасників ринку. Саме невизначеність для справжнього підприємництва є потужним рушієм інновацій, винаходів, розвитку взагалі, адже невизначеність в такому випадку дає підприємству шанс, створює для нього можливості, яких не було доти. Власне, на прикладі жорстко керованих економік на кшталт радянської можна перекоонатись в справедливості такої точки зору.

Тому для підприємства проблема обробки непередбачуваності складається з двох напрямків: як витримати негативні прояви непередбачуваності та як використати позитивні її прояви. Проаналізуємо ці питання в контексті умов діяльності підприємства та різновидів непередбачуваності, оглянутих вище.

Почнемо з огляду недієвого, на наш погляд, напрямку пошуку. Так, з урахуванням особливостей усіх трьох видів непередбачуваності, а також розкритих нами особливостей умов діяльності підприємства, виглядає недоцільним намагатись якомось вдосконалити методики та підходи до прогнозування. Звичні методи, основані на оцінці ймовірностей за нормальним або експоненційним законами, як було продемонстровано вище, не дають достовірних результатів в системах, характеризованих розподілами з товстими хвостами. Останнім часом набирає популярності застосування методів теорії хаосу та теорії катастроф для моделювання та прогнозування складних динамічних систем та подій в них, методів обчислювальної та конструктивної математики для більш точного розв'язування економічних задач. Так, в роботі [13] описана побудова динамічної моделі для оцінки ризиків різного типу загроз для регіонів України; колектив авторів [11] вважає розв'язуваними економічні задачі з використанням, в тому числі, їх власних напрацювань в сфері обчислювальної економіки; Б. Мандельброт та Р. Хадсон в роботі [14], Е. Еспозіто в роботі [3] пропонують аналізувати поведінку систем, щоб виявити стійкі шаблони їх поведінки, що можуть відтворюватись та повторюватись, в тому числі — фрактально. Однак, по-перше, ці моделі та методи поки що є непоширеними та неперевіреними, або взагалі знаходяться в стані активних наукових розробок. По-друге, ці методи, принаймні в тому стані, в якому вони описуються зараз, є надмірно складними для використання більшістю підприємств. В будь-якому разі, поки що невідомо про прості, практично використовувані методи, що були б застосовні підприємствами з урахуванням, в тому числі, й принципів обмеженої раціональності. По-третє, більшість такого роду методів продовжує оперувати великими масивами даних на кшталт фінансових ринків, та показниками світового або державного, в кращому випадку — галузевого або регіонального, рівня. Тобто продовжується застосування підходу, на який звертає увагу Е. Егль: особливості конкретного підприємства в конкретних умовах цікавлять дослідників набагато менше, аніж загальне розуміння системи. Але ж власникам, керівництву та працівникам підприємства цікаво, що саме буде конкретно з ним, а не тільки з регіоном або галуззю, в яких воно функціонує. Крім того, зовнішнє середовище як взаємопов'язана мережа продовжує ускладнюватись, і посилюються також прояви перформативності, що утворюють циклічно-замкнені, рекурсивні кола. Як ми відмітили вже в огляді обмежень

передбачуваності, в таких випадках задачі прогнозування можуть бути взагалі алгоритмічно нерозв'язними.

Що ж залишається робити підприємству щодо кожного з різновидів непередбачуваності?

Вище було розкрито, що дійсна непередбачуваність характеризується повною відсутністю зв'язку ймовірності настання якоїсь події з поточною ситуацією та з наявною інформацією про минуле, в тому числі — з накопиченим досвідом. Це виглядає нездоланим, тому почнемо з інших видів непередбачуваності.

За природою екземплярної та зовнішньої непередбачуваності також здається неможливим їх опрацювання. Адже екземплярній непередбачуваності властиве настання малоїмовірних подій непрогнозованого масштабу, моменту початку та строку дії. А підприємство не може готувати заходи на випадок всіх ймовірних подій — для цього просо не вистачить ресурсів, навіть якщо сутність самої події й буде зрозумілою. Через відсутність розуміння масштабу та часових характеристик не можна й ранжувати ці події за якимись критеріями. Зовнішня ж непередбачуваність взагалі базується на дійсно непередбачуваних подіях — зсувах розподілів.

Однак тут можуть допомогти відкинуті нами вище методи та підходи моделювання систем за допомогою математичного апарату теорії хаосу, теорії катастроф тощо. Але моделювання не для прогнозування, а ретроспективне. Ціллю його є виявлення ознак, що проявляються при зсувах розподілів або настанні екстремальних викидів. При цьому не є вадою й нерозуміння природи, причин прояву таких ознак. Адже мета їх виявлення не в покращенні прогнозування (як визначено вище, це виглядає неможливим), та не в пошуку причинно-наслідкових зв'язків (у підприємства зазвичай обмежені можливості управляти зовнішнім середовищем). Метою такого пошуку є отримання підприємством можливості спостерігати за проявами таких ознак в майбутньому, що може повідомляти про настання чергової непередбачуваної події. Тобто мета не спрогнозувати, а хоча б своєчасно ідентифікувати настання, наприклад, зсуву розподілу, та якомога раніше при його настанні оцінити його масштаб.

Другий засіб — здатність підприємства швидко реагувати на непередбачені раніше зміни, захищаючись від негативних проявів, та оперативно використовуючи нові можливості. Для цього потрібно зменшити інерцію підприємства (час його реакції на отримувану інформацію та впливи), та забезпечити його ізоморфність, тобто здатність адаптуватись до змін середовища. Ці питання є предметом окремого дослідження.

Третій засіб роботи з непередбачуваністю спирається на перформативність. Її позитивна роль в тому, що, коли люди ведуть свою діяльність з усвідомленою метою, мають власне бачення майбутнього та розуміють, що потрібно зробити для досягнення цього бачення (тобто планують свою діяльність), принаймні в деякій частці таке майбутнє стане реальністю. Адже люди своєю поведінкою підтримуватимуть реалізацію планів, аналізуватимуть оточення саме через призму своїх планів тощо. Також вони прямо та опосередковано спонукатимуть оточення вести себе з урахуванням планів підприємства. Звичайно, останнє більш характерно для великих підприємств, з великою внутрішньою та повною складністю, але в тій чи іншій мірі це властиво підприємствам будь-якого масштабу.

Однак при спрямуванні та плануванні діяльності підприємство має обов'язково враховувати другий з описаних засобів — тобто здатність швидко реагувати на зміни. Тож плани діяльності підприємства не мають бути, як це поширено, жорстким порядком дій на визначений період, або, що ще найгірше, догмою. План має бути легко та швидко перебудовуваним, щоб при виникненні непередбачених подій його також можна було своєчасно адаптувати під змінені умови.

Тепер повернемося до дійсної непередбачуваності та перевіримо, чи застосовні запропоновані інструменти для неї? Ретроспективне моделювання може допомогти виявити якісь види інформації, своєчасне отримання яких могло б перевести дійсну непередбачуваність в екземплярну або зовнішню. Здатність швидко реагувати на зміни допомагатиме підприємству справитись і з ситуаціями, що є дійсно непередбачуваними. Гнучке планування діяльності, хоча прямо ніяк не допомагає впоратись з дійсною непередбачуваністю, опосередковано підтримує здатність підприємства до швидкого реагування. Тож, хоча для дійсно непередбачуваних подій спектр засобів вузький, опрацювати й такі ситуації підприємство може бути здатним.

Висновки. Умови, в яких функціонує підприємство, що є мінливими та складними, а також особливості людської поведінки, що проявляються в перформативності, обмеженій раціональності тощо, майже не залишають можливостей для підприємства уникнути невизначеності. Яка, в свою чергу, часто проявляється як різного роду непередбачуваність. Але невизначеність та непередбачуваність не є суто негативними явищами, а навпаки — є засобом, який створює для підприємця нові можливості. Відтак потрібно не боротись з непередбачуваністю, а вчитись працювати з нею: своєчасно помічати настання непередбачуваних подій та швидко реагувати на них, запобігаючи їх негативному впливу на підприємство, та використовуючи створені ними можливості.

Література

1. *Thompson D. D.* Organizations in action: social science bases of administrative theory / D. D. Thompson. — New Brunswick (U.S.A.) and London (U.K.) : Transaction Publishers, 2003. — 192 p.
2. *Miller C. C.* Assessing the external environment: an enrichment of the archival tradition / C. C. Miller, W. H. Glick // *Research Methodology in Strategy and Management*. — 2006. — No. 3. — P. 97–122.
3. *Esposito E.* The structures of uncertainty: performativity and unpredictability in economic operations / E. Esposito // *Economy and Society*. — 2013. — No. 42. — P. 102–129.
4. *Callon M.* Introduction: the embeddedness of economic markets in economics / M. Callon // *The Sociological Review*. — 1998. — No. 46. — P. 1–57.
5. *Simon H. A.* Rationality as process and as product of thought. richard t. ely lecture / H. A. Simon // *American Economic Review*. — 1978. — Vol. 2, No. 68. — P. 1–16.
6. *Kahneman D.* Judgment under uncertainty: heuristics and biases / D. Kahneman, P. Slovic, A. Tversky. — Cambridge : Cambridge University Press, 1982. — 544 p.
7. *Taleb N.* The black swan: the impact of the highly improbable / N. Taleb. — New York : Random House, 2007. — 369 p.
8. *Eagle A.* Randomness is unpredictability / A. Eagle // *The British Journal for the Philosophy of Science*. — 2005. — No. 56 (4). — P. 749–790.
9. *Lorenz E. N.* Predictability; does the flap of a butterfly's wings in brazil set off a tornado in texas / E. N. Lorenz // Режим доступу: http://eaps4.mit.edu/research/Lorenz/Butterfly_1972.pdf.
10. *Graca D. S.* Noncomputability, unpredictability and financial markets / D. S. Graca // *Complexity*. — 2012. — Vol. 17, No. 6. — P. 24–30.

11. Kao Y.-F. Noncomputability, unpredictability, undecidability, and unsolvability in economic and finance theories / Y.-F. Kao, V. Ragupathy, K. Vela Velupillai, S. Zambelli // *Complexity*. — 2012. — Vol. 18, No. 1. — P. 51–55.
12. Hendry D. F. Unpredictability in economic analysis, econometric modeling and forecasting / D. F. Hendry, G. E. Mizon // *Journal of Econometrics*. — 2014. — No. 1. — P. 186–195.
13. Atojev K. Uncertainty and unpredictability as main generators of risk society: computational nonlinear models of risk assesment / K. Atojev // *Computational Models of Risks to Infrastructure*. — 2007. — Vol. 13. — P. 3–9.
14. Mandelbrot B. B. The (mis)behavior of markets / B. B. Mandelbrot, R. L. Hudson. — New York : Basic Books, 2004. — 352 p.

References

1. Thompson DD. Organizations in Action: Social Science Bases of Administrative Theory. Second edition. New Brunswick (U.S.A.) and London (U.K.): Transaction Publishers; 2003. 192 p.
2. Miller CC, Glick WH. Assessing the External Environment: An Enrichment of the Archival Tradition. *Research Methodology in Strategy and Management*. 2006;(3):97–122.
3. Esposito E. The structures of uncertainty: performativity and unpredictability in economic operations. *Economy and Society*. 2013;(42):102–29.
4. Callon M. Introduction: the embeddedness of economic markets in economics. *The Sociological Review*. 1998;(46):1–57.
5. Simon HA. Rationality as Process and as Product of Thought. Richard T. Ely Lecture. *American Economic Review*. 1978;2(68):1–16.
6. Kahneman D, Slovic P, Tversky A. Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases. Cambridge: Cambridge University Press; 1982. 544 p.
7. Taleb N. The black swan: the impact of the highly improbable. New York: Random House; 2007. 369 p.
8. Eagle A. Randomness Is Unpredictability. *The British Journal for the Philosophy of Science*. 2005;(56(4)):749–90.
9. Lorenz EN. Predictability; Does The Flap of a Butterfly's wings in Brazil Set Off a Tornado in Texas. Режим доступа: http://eaps4.mit.edu/research/Lorenz/Butterfly_1972.pdf [Интернет]. Retrieved из: http://eaps4.mit.edu/research/Lorenz/Butterfly_1972.pdf
10. Graca DS. Noncomputability, Unpredictability and Financial Markets. *Complexity*. 2012;17(6):24–30.
11. Kao Y.-F, Ragupathy V, Vela Velupillai K, Zambelli S. Noncomputability, Unpredictability, Undecidability, and Unsolvability in Economic and Finance Theories. *Complexity*. 2012;18(1):51–5.
12. Hendry DF, Mizon GE. Unpredictability in economic analysis, econometric modeling and forecasting. *Journal of Econometrics*. 2014;(1):186–95.
13. Atojev K. Uncertainty and Unpredictability as Main Generators of Risk Society: Computational Nonlinear Models of Risk Assesment. *Computational Models of Risks to Infrastructure*. 2007;13:3–9.
14. Mandelbrot BB, Hudson RL. The (mis)behavior of markets. New York: Basic Books; 2004. 352 p.

Говорунов А.Г., аспирант
КНУ имени Тараса Шевченко

НЕПРЕДСКАЗУЕМОСТЬ КАК ХАРАКТЕРИСТИКА УСЛОВИЙ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Исследовано понятие непредсказуемости в контексте условий функционирования предприятия.. Как правило, для характеристики условий функционирования предприятия применяют понятие неопределенности. Однако все чаще происходят события, которые считались невероятными, последствия которых влияют на предприятия. Условия функционирования предприятия становятся непредсказуемыми. Проанализирована среда функционирования предприятия. Систематизированы

исследования иностранных ученых по вопросам непредсказуемости. Приведено определение и классификация непредсказуемости. Очерчены пути обработки непредсказуемости.

Ключевые слова: *неопределенность; непредсказуемость; перформативность; предприятие; сложность.*

Olexander Govorunov, Ph. D. Student
Taras Shevchenko Kyiv National University

UNPREDICTABILITY AS A CHARACTERISTIC OF THE CONDITIONS OF THE ENTERPRISE FUNCTIONING

Economics theorists define conditions, in which enterprises works, as uncertain, and use statistical methods for forecasting and risk assessment. But recently we observe many events, that were considered as improbable, and their consequences have considerable effect for business. Thereby we need a new description for such environment. Unpredictability is more appropriate term for one. But the essence of unpredictability for business is not enough considered by Ukrainian scientists. Here, we had studied features of environment like mutability and complexity, had described notion of unpredictability within the context of business environment, had analyzed the three sources of unpredictability. It proposed the approach to managing of unpredictability.

Key words: uncertainty; unpredictability; performativity; enterprise; complexity.

УДК 332.15: 338.45
JEL A 23, R 58

Гусарова М.Ю., аспірант
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ТУРИСТСЬКИХ КЛАСТЕРІВ

Розглянуто значення поняття «туркласстера» та механізм формування туристського кластеру. Розкрито основні передумови створення та обґрунтовано переваги об'єднання підприємств у туристичні кластери. Виявлено, що туристський кластер відзначається експорто-орієнтованою спрямованістю, оскільки туристська галузь не може обмежуватись лише внутрішнім споживанням, а її продукт практично завжди користується попитом серед іноземних туристів. Крім того, досліджено, що межі туристського кластеру досить складно підпорядкувати стандартним системам галузевої класифікації оскільки вони можуть змінюватись у зв'язку з появою нових підприємств і галузей, зі зміною умов ринку, державного регулювання.

Ключові слова: *туристичний кластер, кластерізація, туристичний потік, нетто-інтенсивність розвитку туризму, коефіцієнти нерівномірності туристичних потоків.*

Постановка проблеми. Трансформаційні процеси в економіці України, її намагання перейти до ринкових стосунків, актуалізують пошук нових форм виробничих відносин та й самого виробництва. Економічна теорія і практика накопичили достатній обсяг аналітичного матеріалу, пропозицій, моделей розвитку тощо, осмислення та впровадження яких може допомогти нашій державі здолати труднощі сьогодення і прискорити її господарський розвиток. До позитивних надбань економічного досвіду слід

віднести практику створення територіальних виробничих об'єднань, які отримали назву «кластер».

Туристська галузь України належить до привабливих сфер застосування кластерних технологій. Країна володіє потужним туристським потенціалом, а проблеми розвитку галузі знаходяться швидше у площині психологічній, ніж матеріально – технічній. Тому виробництво національного туристського продукту треба розглядати як пріоритетний, якщо не єдиний шлях розвитку національної туристської індустрії. Світовий досвід переконує, що туризм – повноправний і надприбутковий компонент ринкової економіки. При мінімальних інвестиційних надходженнях туризм здатен забезпечувати їх максимальну віддачу.

Накопичений досвід наукових маркетингових досліджень у туризмі, дозволяє сказати, що економіка України і її туристські підприємства готові до сприйняття кластерних технологій.

Аналіз останніх публікацій. Серед вітчизняних вчених-економістів особливої уваги заслуговують роботи С. Соколенка, у яких він узагальнив досвід використання кластерних моделей у багатьох країнах, а також запропонував власні рекомендації щодо кластеризації економіки у регіонах України [13, с. 32].

Актуальні також дослідження економіста М. Войнаренка, у яких проаналізовано умови інвестування на засадах кластерних технологій, а також запропоновано складові успішної роботи кластерних об'єднань [2, с.29].

Особливої уваги заслуговують дослідження вченої Н. Мікули, у яких обґрунтовано роль кластерів у підвищенні конкурентоспроможності регіону, а також наведено теоретико-методологічні основи розвитку транскордонних кластерів [1, с.50]. Наукову цінність становлять роботи вчених В. Бороненко, О. Дейнеки, В. Демченка, Л. Ганущак - Єфіменко, О. Крайник та ін., у яких автори обґрунтовують доцільність створення кластерів, шукають інноваційні підходи їх організації та забезпечення функціонування.

Невирішені частини проблеми. Туристський кластер – це система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристських підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристського продукту. До туристських кластерів відносяться групи підприємств, які спільно використовують туристські ресурси, спеціалізовану туристську інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [3, с.152].

Однак, на наш погляд, таке трактування є не зовсім точним, адже не відображає можливості участі у кластері органів державної, місцевої влади, громадських організацій, науковців. Також, у визначенні не зазначено, що до туристських кластерів відносяться групи підприємств, які сконцентровані географічно в межах регіону, області, країни або декількох країн.

Результати дослідження. У процесі дослідження виявлено, що туристський кластер – це, в першу чергу, спільнота різних підприємств і організацій на певній території, що прямо або опосередковано пов'язані із наданням туристських послуг, мають спільну мету, співпрацюють з органами влади, громадськими організаціями, вищими навчальними

зкладами. Варто зазначити, що членство в туристському кластері є важливим засобом посилення власної конкурентоспроможності кожного з підприємств.

Межі туристського кластеру досить складно підпорядкувати стандартним системам галузевої класифікації. Туристський кластер повинен складатись із комбінації галузей, що створюють турпродукт і умови для підвищення його конкурентоспроможності. Межі туристського кластеру можуть змінюватись у зв'язку з появою нових підприємств і галузей, зі зміною умов ринку, державного регулювання.

В структурі типового туристського кластеру виділяється чотири основних сектори [6, с.29]:

- сектор виробництва туристських послуг;
- сервісний сектор;
- допоміжний сектор;
- сектор забезпечення життєдіяльності туристського кластеру.

Сектор виробництва туристських послуг включає підприємства, що безпосередньо виробляють та реалізують туристські послуги: туроператорські фірми та турагентства, заклади з розміщення, оздоровлення, перевезення, харчування та організації дозвілля туристів.

Сервісний сектор об'єднує банківсько-кредитні та страхові установи, навчальні заклади туристського профілю, наукові установи, а також бізнес-центри, лізингові компанії.

Допоміжний сектор, по-перше, включає різноманітні підприємства з виробництва сувенірів, туристського спорядження, специфічних для певної місцевості товарів, по-друге, поліграфічні підприємства, картографічні фабрики, періодичні видання, телерадіокомпанії, по-третє, органи державної влади, агенції регіонального розвитку, міжнародні та державні фонди і програми.

Сектор забезпечення життєдіяльності туристського кластеру зв'язує між собою інші сектори і координує їх діяльність. Він включає маркетинговий, рекламно-інформаційний, юридично-аудиторський відділи та відділ логістики. [6, с.30].

Наявність всіх вище перерахованих елементів туристського кластеру не є обов'язковою. Склад його учасників може розширюватись залежно від тісноти зв'язків, рівня сформованості кластеру. З частиною компаній сервісного та допоміжного секторів туристський кластер може укласти угоди про співробітництво, що не передбачають їх входження до кластеру.

Туристський кластер відзначається експорто-орієнтованою спрямованістю, оскільки туристська галузь не може обмежуватись лише внутрішнім споживанням, а її продукт практично завжди користується попитом серед іноземних туристів.

Провідну роль в туристському кластері, зрозуміло, відграють туристські підприємства (зазвичай потужні туроператори), які експортують свої послуги за межі регіону, країни. На нижчому рівні знаходяться різноманітні туристські агентства, а також численні підприємства з розміщення, харчування, транспортування туристів, надання супутніх послуг і виробництва товарів туристського попиту. І всі вони об'єднуються загальним бізнес-кліматом, в межах якого формуються необхідні для функціонування туристського кластера трудові ресурси, технології, а також діють різні стимули, включаючи податкову систему, адміністративне регулювання та бар'єри.

Туристські кластери можуть включати як незначну, так і велику кількість підприємств туристського та суміжних секторів. Вони можуть формуватися як з великих, так і з малих фірм в найрізноманітніших поєднаннях і відносинах. Наприклад, кластери в Італії об'єднують переважно малі та середні підприємства, в Шотландії (базова модель ЄС) - ядро кластера формують потужні підприємства, іноді іноземного походження [10, с.127].

Від інших форм організації спільної туристської діяльності, туристські кластери відрізняються високим рівнем взаємодії між підприємствами, організаціями, установами, організаціями, що входять до їх складу, варіюючи за формою від цільових об'єднань підприємств туристського бізнесу до потужних, добре структурованих комерційно конкурентних утворень. Туристські кластери об'єднують значно більше коло учасників, включаючи різноманітні інститути підтримки, виробничі та комерційні структури, а також регіональні і національні уряди (в особі туристської адміністрації, департамент туризму).

У туристському кластері вигода поширюється по всіх напрямках зв'язків [8]:

нові виробники, що приходять з інших галузей, прискорюють свій розвиток, стимулюючи науково-дослідні роботи та забезпечуючи необхідні кошти для впровадження нових стратегій;

відбувається вільний обмін інформацією та швидке поширення нововведень по каналах постачальників або споживачів, які мають контакти з численними конкурентами;

взаємозв'язок всередині кластера, часто абсолютно несподівано, веде до появи нових шляхів у конкуренції й породжує абсолютно нові можливості;

людські ресурси та ідеї утворюють нові комбінації.

Об'єднання підприємств у туристські кластери мають ряд переваг [9]: можливості з дослідження та розвитку; кваліфікація робочої сили; розвиток трудового потенціалу; близькість постачальників; наявність капіталу; доступ до спеціалізованих послуг; взаємні відносини з постачальниками; інтенсивність формування мереж; під-приємницька енергія; інновації та навчання; колективне бачення та керівництво [23].

Для формування туристських кластерів та їх ефективного функціонування необхідні певні стартові передумови створення [11, с. 114]:

1. Наявність конкурентоспроможних підприємств. Ключовою умовою для розвитку туристського кластеру є наявність конкурентоспроможних на ринку підприємств, які входять до кластеру. Концентрація зайнятості на депресивних підприємствах може бути передумовою для формування та розвитку кластера. В якості індикаторів конкурентоспроможності можуть розглядатися: відносно високий рівень продуктивності компаній і секторів, що входять до кластеру, високий рівень експорту продукції та послуг, високі економічні показники діяльності компаній (такі як прибутковість, акціонерна вартість).

2. Наявність в регіоні конкурентних переваг для розвитку туристського кластеру. Наприклад, вигідне географічне положення, доступ до сировини, наявність спеціалізованих людських ресурсів, постачальників комплектуючих і пов'язаних послуг, спеціалізованих навчальних закладів і освітніх програм, спеціалізованих організацій, що проводять НДДКР, необхідної інфраструктури та інші фактори. В якості індикаторів конкурентних переваг території можуть розглядатися: порівняно високий рівень залучених іноземних інвестицій на рівні підприємств або секторів, що входять до кластеру.

3. Географічна концентрація і близькість. Ключові учасники кластеру знаходяться в географічній близькості один від одного і мають можливості для активної взаємодії. Географічний масштаб може варіюватися, залежно від типу та особливостей кластера і охоплювати один або кілька регіонів держави. В якості індикаторів географічної концентрації можуть розглядатися різні показники, що характеризують високий рівень спеціалізації даного регіону.

4. Широкий набір учасників та наявність «критичної маси». Туристський кластер може складатися з компаній, що виробляють кінцеву продукцію та послуги, як прави-

ло, експортовані за межі регіону, системи постачальників комплектуючих, обладнання, спеціалізованих послуг, а також професійних освітніх установ, науково-дослідних інститутів та інших підтримуючих організацій. В якості індикаторів можуть розглядатися показники, що характеризують високий рівень зайнятості на підприємствах і в секторах, що входять до кластеру, кількість компаній та організацій, які відносяться до секторів, що входять до кластеру.

5. Наявність зв'язків і взаємодії між учасниками туристських кластерів. Одним з ключових факторів успіху для розвитку кластерів є наявність робочих зв'язків і координації зусиль між учасниками кластера. Ці зв'язки можуть мати різну природу, включаючи формалізовані взаємини між головною компанією і постачальниками, між самими постачальниками, партнерство з постачальниками обладнання і спеціалізованого сервісу; зв'язку між компаніями, вищими навчальними закладами та науково-дослідними інститутами в рамках співробітництва при реалізації спільних проектів та освітніх програм. Контакти між компаніями малого та середнього розміру можуть бути пов'язані також з координацією їх зусиль з колективного просування товарів і послуг на існуючі та нові ринки [14, с. 162].

До механізму формування туристського кластеру як управлінського інституту повинні належати такі основні блоки:

1. Визначення ініціативної групи - реальних учасників кластеру. Це можуть бути місцеві органи державної влади (управління культури і туризму місцевої державної адміністрації та їх територіальні представництва в районах), органи місцевого самоврядування (спеціалізовані відділи чи інші структурні підрозділи міських, селищних, сільських рад), провідні суб'єкти туристської діяльності (потужні туристські оператори чи туристські агенти), спеціалізовані громадські та міжнародні організації, які фінансують такі проекти, наукові та освітні установи, які проводять науково-дослідну роботу та обґрунтовують економічну ефективність таких форм співпраці.

2. Проведення комплексного маркетингового дослідження на відповідній території, яка охоплює реальних та потенційних учасників кластера. Таке дослідження, проведене ініціативною групою, повинне визначити стан розвитку туристської галузі через моніторинг базових показників та прогнози на довгострокову перспективу, виділення основних проблем розвитку туризму та шляхів їх подолання, зокрема таких, які б могли бути реалізованими учасниками кластеру.

3. Формулювання основної мети туристського кластеру. Традиційно це підвищення конкурентоспроможності туристського продукту регіону. При цьому туристський продукт регіону - це сукупність усіх видів товарів і послуг, які пропонуються у регіоні для споживачів

і розроблені на основі регіональних історико-культурних, природничих та інших ресурсів території.

4. Формулювання цілей туристського кластеру. Цілями в рамках визначеної мети можуть бути: перетворення території на провідний туристський центр; ефективне використання, збереження та нарощування туристсько-рекреаційного потенціалу регіону; ініціювання та координація проектів розвитку туризму, зокрема з залучення інвестиційного капіталу; промоція туристського продукту регіону; підвищення кваліфікації фахівців туристської галузі, що здійснюють підприємницьку та трудову (як наймані працівники) діяльність на відповідній території; отримання прибутку від діяльності в туристській галузі; співпраця з закордонними партнерами в туристській галузі.

5. Побудова структури туристського кластеру. Типову структуру туристського кластера в регіоні формують такі складові, як ядро, учасники, механізм управління, сектори. Сектори кластера відображають функціональний розподіл його учасників за наступними групами: управлінські (здебільшого це органи державної влади), виробничі (суб'єкти туристської діяльності та органи державної влади як суб'єкти підприємництва), обслуговуючі (суб'єкти підприємництва суміжних галузей, які формують мезооточення), забезпечуючі (здійснюють фінансування функціонування кластера), допоміжні (засоби масової інформації, поліграфічні фірми тощо). Між цими секторами повинні існувати тісні мережеві зв'язки, що мають координуватись через секретаріат ради туристського кластера [16].

6. Розроблення статуту туристського кластеру. Такий документ повинен бути розроблений із урахуванням усіх специфічних умов підприємницької діяльності на відповідній території та передбачати широке коло можливостей щодо сфери діяльності.

7. Державна реєстрація туристського кластеру. Окремі суб'єкти, зокрема учасники ініціативної групи, декларують свою участь у кластері через офіційне його оформлення (реєстрацію). Створення туристського кластера повинне бути затверджене рішенням обласної ради та при потребі відповідними територіальними органами виконавчої влади і органами місцевого самоврядування [7, с. 568].

Рівень розвитку туризму в межах туристичного кластеру виражається туристичними потоками. *Туристичний потік* - це постійне прибуття туристів у регіон кластерного об'єднання або виїзд туристів за його межі на певний період часу. До показників туристичного потоку відносяться:

- загальна кількість туристів, у тому числі організованих і самодіяльних;
- кількість туроднів, що розраховується за формулою [13, с. 34]:

$$ТД = Ч_{тур} * t(1.1)$$

де *ТД*- кількість туроднів;

Ч_{тур} - чисельність туристів;

t - середня тривалість перебування одного туриста в регіоні, дні.

Особливе значення для оцінки рівня розвитку туризму в межах туристичного кластеру мають показники, які характеризують інтенсивність туристичних потоків. Ці показники виступають у двох видах: нетто- і бруто-інтенсивність туристичних потоків.

Нетто-інтенсивність розвитку туризму розраховується за формулою [13, с. 35] :

$$К_{нін} = \frac{Ч_{тур}}{Ч_{нас}} * 100(1.2)$$

де $K_{ін}^H$ - коефіцієнт нетто-інтенсивності туристичних потоків, %;
 $Ч_{тур}$ - чисельність того населення кластеру (регіону), яке здійснило хоча б одну туристичну подорож за рік або за інший період часу, тобто кількість туристів;
 $Ч_{нас}$ - загальна чисельність населення певного кластеру (регіону) за той самий період.

Цей показник означає, яка частка (%) населення кластеру (регіону) здійснила хоча б одну туристичну поїздку за рік, чи за інший період часу, наприклад сезон.

Показник інтенсивності *брутто* ($K_{брін}^{бp}$) означає, скільки туристичних подорожей і припадає в середньому на одного жителя кластерного об'єднання за який-небудь період. При розрахунках використовується формула [4, с. 89]:

$$K_{брін} = \frac{N_{mn}}{Ч_{нас}} * 100 (1.3)$$

де N_{mn} - загальна кількість туристичних подорожей, зроблених населенням кластеру (регіону) за певний період часу. Показник брутто-інтенсивність по-іншому називається "частота туристичних поїздок".

Висновки. Стан економіки України на сьогоднішній день свідчить про необхідність кардинальних змін. Одним із новітніх підходів до вирішення існуючих проблем є застосування кластерного підходу в різних галузях, в тому числі і в туризмі, як сприятливого чинника для підвищення конкурентоспроможності регіону, збільшення його потенціалу та економічного зростання.

Визначено, що для формування туристських кластерів та їх ефективного функціонування необхідні певні стартові передумови створення: наявність конкурентоспроможних підприємств, наявність в регіоні конкурентних переваг для розвитку туристського кластеру, географічна концентрація і близькість, широкий набір учасників та наявність «критичної маси», наявність зв'язків і взаємодії між учасниками туристських кластерів.

В ході дослідження з'ясовано, що до механізму формування туристського кластеру як управлінського інституту повинні належати такі основні блоки: визначення ініціативної групи - реальних учасників кластеру, проведення комплексного маркетингового дослідження на відповідній території, яка охоплює реальних та потенційних учасників кластера, формулювання основної мети туристського кластеру, формулювання цілей туристського кластеру, побудова структури туристського кластеру, розроблення статуту туристського кластеру, державна реєстрація туристського кластеру.

Література.

1. Бороненко В. Изучение роли кластеров в повышении конкурентоспособности региона / В. Бороненко // Економіст : науковий та громадсько-політичний журнал. - 2008. - №10. - С. 50-51.
2. Войнаренко М. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів // Економіст. - 2008. - № 10. - С. 27-30.
3. Ганущак-Єфіменко Л. М. Формування промислових кластерів як ефективний напрям розвитку економіки регіону / Л. М. Ганущак-Єфіменко // Актуальні проблеми економіки. - 2009. - № 11. - С. 151-158.
4. Гонтаржевська Л.Г. Ринок туристських послуг в Україні: Навчальний посібник / Гонтаржевська Л.Г. - Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.
5. Горшенева О.В. Кластеры: сущность, виды, принципы организации и создания в регионах // Экон. вестник Ростов. - 2006. - Ч. 2. - № 4. - С. 77.

6. Дейнека О.І., Демченко В.В. Кластери та конкурентоспроможність прикордонних територій. "Регіональна економіка" № 2 (48), 2008, с. 276.
7. Захарченко В. І. Кластерний підхід до підвищення конкурентоспроможності регіонів України / В. І. Захарченко, С. В. Захарченко // Український географічний журнал. - 2011. - № 2. - С. 28-33.
8. Кластери в умовах глобальної конкуренції // Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети : монографія / З. С. Варналій, В. Є. Воротін, В. С. Куйбіда та ін.; за ред. З. С. Варналія ; Нац. ін-т стратег. дослідж. - К. : НІСД, 2007. - С. 560-602.
9. Крайник О., Біль М. Туристський кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект. [Електронний ресурс]: Науковий вісник "Демократичне самоврядування". - 2009. - Вип.4. // Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/krajnyk.htm
10. Крайник О.П. Кластери як елемент економічного розвитку регіону. Науковий вісник «Демократичне врядування». – 2010. – вип.5
11. Кудла Н.Є. Маркетинг туристських послуг: Навчальний посібник. Рекомендовано МОНУ / Н.Є. Кудла. – К.: Знання, 2011. – 351 с.
12. Писаревський М. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 284 с.
13. Руднева П.С. Опыт создания структурных кластеров в развитых странах // Экономика региона. – 2007, - №18, Ч.2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vlsu.ru>
14. Соколенко С. Проблеми і перспективи посилення конкурентоспроможності економіки України на основі кластерів // Економіст. – 2008. – № 10. – С. 31-35.
15. Теребух А.А. Туристичний кластер як форма посилення конкурентних переваг регіону. Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.12

References.

1. Boronenko V. Y`zucheny`e roly` klasterov v povysheny`y` konkurentosposobnosty` regy`ona / V. Boronenko // Ekonomist : naukovy`j ta gromads`ko-polity`chny`j zhurnal. - 2008. - #10. - S. 50-51.
2. Vojnarenko M. Klasteri` yak polyusy` zrostantnya konkurentospromozhnosti regioniv // Ekonomist. – 2008. – # 10. – S. 27-30.
3. Ganushhak-Yefimenko L. M. Formuvannya promy`slovy`x klasteriv yak efekty`vny`j napryam rozvy`tku ekonomiky` regionu / L. M. Ganushhak-Yefimenko // Aktual`ni problemy` ekonomiky`. - 2009. - # 11. - S. 151-158.
4. Gontarzhevs`ka L.G. Ry`nok tury`sts`ky`x poslug v Ukrayini: Navchal`ny`j posibny`k /Gontarzhevs`ka L.G. – Donec`k: Sxidny`j vy`davny`chy`j dim, 2008. – 180 s.
5. Gorsheneva O.V. Klasteri: sushhnost`, vy`dy, pry`ncy`py organy`zacy`y` y` sozdany`ya v regy`onax // Ekon. vestny`k Rostov. - 2006. - Ch. 2. - # 4. - S. 77.
6. Dejneka O.I., Demchenko V.V. Klasteri` ta konkurentospromozhnist` pry`kordonny`x tery`torij. "Regional`na ekonomika" # 2 (48), 2008, s. 276.
7. Zaxarchenko V. I. Klasterny`j pidxid do pidvy`shhennya konkurentospromozhnosti regioniv Ukrayiny` / V. I. Zaxarchenko, S. V. Zaxarchenko // Ukrayins`ky`j geografichny`j zhurnal. - 2011. - # 2. - S. 28-33.
8. Klasteri` v umovax global`noyi konkurenciyi // Derzhavna regional`na polity`ka Ukrayiny`: osobly`vosti ta strategichni priory`tety` : monografiya / Z. S. Varnalij, V. Ye. Vorotin, V. S. Kujbida ta in.; za red. Z. S. Varnaliya ; Nacz. in-t strateg. doslidzh. - K. : NISD, 2007. - S. 560-602.
9. Krajny`k O., Bil` M. Tury`sts`ky`j klaster reg`ionu yak forma social`nogo dialogu: upravlins`ky`j aspekt. [Elektronny`j resurs]: Naukovy`j visny`k "Demokraty`chne samovryaduvannya". - 2009. - Vy`p.4. // Rezhy`m dostupu: http://tourlib.net/statti_ukr/krajnyk.htm
10. Krajny`k O.P. Klasteri` yak element ekonomichnogo rozvy`tku regionu. Naukovy`j visny`k «Demokraty`chne vryaduvannya». – 2010. – vy`p.5
11. Kudla N.Ye. Markenty`ng tury`sts`ky`x poslug: Navchal`ny`j posibny`k. Rekomendovano MONU / N.Ye. Kudla. – K.: Znannya, 2011. – 351 s.

12. Py'sarevs'kyj M. Turyzm i misto: dosvid, problemy` ta perspekty`vy`: monografiya / za zag. red. I. M. Py'sarevs'kogo; Xark. nacz. akad. mis`k. gosp-va. – X.: XNAMG, 2011. – 284 s.
13. Rudneva P.S. Опыт sozdany`ya strukturny`x klasterov v razvy`tyx stranax // Экономы`ka regy`ona. – 2007, - #18, Ch.2. [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://www.vlsu.ru>
14. Sokolenko S. Problemy` i perspekty`vy` posy`lennya konkurentospromozhnosti ekonomiky` Ukrayiny` na osnovi klasteriv // Ekonomist. – 2008. – # 10. – S. 31-35.
15. Terebux A.A. Tury`sty`chny`j klaster yak forma posy`lennya konkurentny`x perevag regionu. Naukovy`j visny`k NLTU Ukrayiny`. – 2010. – Vy`p. 20.12

Гусарова М.Ю., аспирант

Черкасский национальный университет
имени Богдана Хмельницкого

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ

В статье рассматриваются основные предпосылки создания и обоснованно преимущества объединения предприятий в туристические кластеры. Изучены понятия «туристический кластер» и «механизм формирования туристического кластера. В ходе анализа идентифицировано, что туристский кластер отмечается экспортно-ориентированной направленности, поскольку туристская отрасль не может ограничиваться только внутренним потреблением, а ее продукт практически всегда пользуется спросом среди иностранных туристов. В настоящее время границы туристского кластера достаточно сложно подчинить стандартным системам отраслевой классификации. Туристский кластер должен состоять из комбинации отраслей, создающих турпродукт и условия для повышения его конкурентоспособности.

Ключевые слова: туристический кластер, кластеризация, туристический поток, нетто-интенсивность развития туризма, коэффициенты неравномерности туристических потоков.

Maryna Hysarova,

PhD Student of Bogdan Khmel'nitskij
National University of Cherkassy

THEORETICAL FOUNDATIONS OF CREATION OF TOURISM CLUSTER

The article deals with the basic premise of creating and reasonable benefits of the business combination in the tourism cluster. We studied the concept of "tourism cluster" and "the mechanism of formation of the tourism cluster. The analysis identified that the tourism cluster is marked export-oriented focus as tourism industry can not be limited by domestic consumption, and it is almost always the product is in demand among foreign tourists. Currently, border tourism cluster is rather difficult to subdue the standard industrial classification systems. Tourism cluster should consist of a combination of industry, tourism product and create conditions for improving its competitiveness.

Keywords: tourism cluster, clustering, tourist flow, net intensity of tourism development, the uneven rates of tourist flows.

УДК 658.8:005.334
JEL A23, M21, M31

Кравець С.В., аспірант
НУХТ

СУТНІСТЬ ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено сутність поняття «збутові ризики», їх види та причини виникнення. Запропоноване авторське бачення даної категорії. Проаналізовані погляди вітчизняних вчених на сутність понять «збут», «збутова політика» і «збутова діяльність». Охарактеризовано основні етапи управління ризиками збутової діяльності підприємства та запропоновано способи їх мінімізації.

Ключові слова: ризик, ризик-менеджмент, збутові ризики, види збутових ризиків, управління збутовими ризиками, збутова діяльність, маркетинг, підприємство.

Постановка проблеми. В умовах невизначеності сьогодення, динамічного розвитку ринкового середовища, постійної зміни економічної ситуації в країні всі виробничо-торгові підприємства стикаються з виникненням ризиків у своїй господарській діяльності. У ринковій економіці істотна частка ризиків стосується окремого підприємства і особисто підприємця. З одного боку, виникнення ризиків зумовлене складністю функціонування внутрішньої системи управління та наслідками прийняття управлінських рішень відносно розвитку і діяльності підприємства. З іншого боку, підприємство постійно взаємодіє із зовнішнім маркетинговим середовищем, його суб'єктами і об'єктами, реалізуючи свої маркетингові цілі (укладає торгові контракти, збуває вироблену продукцію, освоює нові ринки, реалізує цінову і рекламну стратегії та ін.). І, як правило, діючи в такому нестабільному і мінливому середовищі, підприємство постійно стикається з труднощами, які необхідно вміти долати задля забезпечення своєї довгострокової успішної діяльності.

У процесі здійснення своєї маркетингової діяльності, підприємство може зіштовхнутися з найрізноманітнішими видами ризиків: виробничими (виникають тоді, коли виробництво продукції незабезпечене всіма необхідними ресурсами, або існують перебої з їх поставкою); ціновими (зумовлені високою вхідною ціною на сировину і матеріали); транспортними (в разі, якщо існують труднощі з транспортуванням готової продукції до споживача); та найбільш небезпечними для ринкового підприємства – збутовими. Адже ігнорування ризиків, недооцінка або неправильне реагування на них ставить під загрозу не тільки функціонування сфери маркетингу підприємства, а й веде до несприятливих і небезпечних змін в господарській діяльності.

Аналіз останніх публікацій. Питання сутності «ризиків» та методів їх економічного управління знайшло своє відображення у працях таких відомих вітчизняних та зарубіжних вчених, як Вітлінського В. В., Ілляшенка С. М., Лук'янової В. В., Старостіної А. О., Донець Л. І., Балабанової Л. В., Федько В. Н. Маслової Т. Д. та ін. [1, 2, 4, 5, 9, 10, 11, 12, 13, 17].

Невирішені частини проблеми. В науковій літературі найчастіше досліджуються ризики лише з економічної та маркетингової точки зору, а їх автори не приділяють увагу ризикам, що виникають у сфері збутової діяльності підприємства. Тому, на наш погляд, питання сутності збутових ризиків та управління ними в контексті здійснення підприємницької діяльності потребує більш детального розгляду.

Метою статті є дослідження ризиків, що виникають у сфері збутової діяльності підприємства та пошук шляхів зменшення їх впливу на діяльність підприємства в цілому.

Результати дослідження. В економічній літературі, з усіх існуючих визначень поняття «ризик», найбільш послідовним є те, згідно з яким ризик у своїй першооснові є невизначеністю. Досліджуючи різні точки зору науковців щодо трактування поняття «ризик», можна також виділити кілька інших основних аспектів розуміння їх сутності: можливість відхилення від передбачуваної мети [10, с. 10]; ймовірність (загроза) втрати ресурсів, недоотримання прибутків (доходів) або появи додаткових витрат [8, 9]; діяльність з подолання невизначеності [12, 18].

Аналогічно різняться думки науковців стосовно розуміння сутності поняття «ризик збуту». Так, ризики збутової діяльності – це помилки при формуванні системи збуту, що виникають у процесі реалізації товарів і послуг, вироблених або куплених підприємством [4, 5]. Основну загрозу становить те, що підприємство, яке реалізує свою продукцію через посередників, частково втрачає контроль за подальшою долею товару і у випадку виходу посередників з бізнесу може частково чи повністю втратити ринок [11, 15].

Збутові ризики – це можливість того, що відбудеться деяка небажана подія [15]. Зокрема, у підприємницькій діяльності ризики прийнято порівнювати з можливістю втрати підприємством своїх ресурсів, зниженням запланованих доходів або появою додаткових витрат у процесі здійснення певної діяльності [11, 15].

Під ризиками збуту слід також розуміти можливість виникнення визначених подій та їх наслідків, які ускладнюють чи роблять неможливим досягнення цілей на окремих етапах збутової діяльності чи цілком у сфері збуту [11]. Так, одні науковці виокремлюють ризики збуту в системі економічного ризику, а інші розглядають їх як один з елементів маркетингового ризику, що не забезпечує ґрунтовного та наскрізного дослідження специфіки і особливостей такої складної категорії, як «ризик збуту» [11, 15].

На наш погляд, збутові ризики – це можливість виникнення небажаної ситуації, що призводить до порушень у роботі системи збуту підприємства і створює загрозу втрати прогнозованих прибутків від продажу вироблених товарів.

Для окреслення особливостей досліджуваної категорії, необхідно першочергово проаналізувати чинники, що призводять до виникнення даного кризового явища [15]:

- непередбачувані та недобросовісні дії торгових контрагентів;
- короткі терміни, необхідні для реалізації виробленої продукції;
- втрата каналів збуту продукції;
- не прогнозовані зміни у смаках споживачів та потребах ринку;
- коливання цін на вхідні виробничі ресурси;
- зміна кон'юнктури ринку;
- зміна обсягів продукції, які споживає ринок;
- зниження рівня доходів населення;
- порушення ритмічності виробництва, що ведуть до невиконання торговельних угод з контрагентами.

У практиці господарської діяльності підприємств існує два види збутових ризиків – макроризики та мікроризики [11].

До макроризиків, обумовленими об'єктивними факторами, діючими на рівні країни, відносяться економічні, інфляційні, податкові, політичні, ризики законодавчих змін та зовнішньоекономічні ризики.

Серед мікроризиків, які обумовлені суб'єктивними факторами, діючими на рівні підприємства, можна виділити:

- ризики недостатньої сегментації ринків збуту;
- ризики помилкового вибору цільового сегмента ринку;
- ризики помилкового вибору стратегії збуту продукції на ринку (сегменті ринку);
- ризики неправильної організації та отримання недостовірних результатів маркетингових досліджень;
- ризики невдалої організації мережі збуту і системи просування товару до споживача;
- ризики помилкового ціноутворення;

Розрізняють також статичний і динамічний ризики. Якщо статичний ризик пов'язаний лише з небезпекою зазнати збитків, то динамічний ризик несе в собі не лише загрозу, але й неочікуваний успіх [17, с. 243].

З метою більш чіткого розуміння категорії «збутові ризики», необхідно також дати визначення таким поняттям як «збут», «збутова політика» та «збутова діяльність».

Сучасні автори трактують поняття «збут» по-різному. Так, деякі розглядають збут як фізичне переміщення товару й ототожнюють його з поняттями «розподіл» і «товарорух». Інші автори розглядають збут як процес взаємодії з покупцем [2].

Поняття «збут» можна розглядати в широкому й вузькому значенні [1, с. 13].

Збут у широкому розумінні – процес організації транспортування, складування, підтримки запасів, доробки, просування до оптових і роздрібних торговельних ланок, передпродажної підготовки, упакування і реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання на цій основі прибутку.

Збут у вузькому розумінні (продаж, реалізація) – безпосереднє спілкування продавця і покупця, спрямоване на отримання прибутку і таке, що вимагає знань, навичок і певного рівня торговельної компетенції.

Збутовий потенціал підприємства можна визначити, як сукупність інформаційних, матеріальних, маркетингових, управлінських і комунікативних ресурсів і можливостей збуту, що забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати вивід товару на ринок, його реалізацію при постійному вдосконалюванні технології збуту, інновації продуктового ряду з урахуванням факторів маркетингового середовища [6].

Збутова політика – це поведінкова філософія або загальні принципи діяльності, яких підприємство збирається дотримуватись у сфері побудови каналів розподілу свого товару та переміщення товарів у часі та просторі [13, с. 306].

Існують погляди, які вкладають однаковий зміст у поняття «збут» і «збутова політика» [2]. Так, Годін О. М. вважає, що «збутова політика в системі маркетингу – це організація постійного руху товарів» [7, с. 139].

Збутова політика формується на базі збутового потенціалу підприємства і цілей збуту, встановлених як на стратегічному, так і тактичному рівнях.

Збутова діяльність – це все те, що забезпечує максимальну вигідність торговельної угоди для кожного з партнерів при першочерговому врахуванні інтересів і вимог проміжного або кінцевого споживача [1, с. 15].

Деякі автори ототожнюють поняття «збут» і «збутова діяльність» [2]. Так, Белінський П. І. Зазначає, що «суть збутової діяльності в узагальненому розумінні полягає в тому, що це процес просування готової продукції на ринок та організації товарного обміну з метою отримання підприємницького прибутку» [3, с. 429]. Проте, широта поняття «збутова діяльність» обумовлена стратегічною спрямованістю маркетингу підприємства [6].

Процес управління збутовими ризиками підприємства неможливо проводити без попереднього аналізу його збутової діяльності.

Аналіз системи управління збутовою діяльністю спрямований на визначення ступеня використання наявних маркетингових можливостей для досягнення стратегічних цілей підприємства у сфері збуту, а також на ідентифікацію різного роду ризиків та їх оцінку у сфері управління збутом з метою їх нівелювання або зменшення [1, с. 112].

Маркетинг дозволяє управляти ризиками, за допомогою цілеспрямованих дій знижувати їх до допустимого рівня. Але ризик може бути пов'язаний з невідомими діями підприємця, з його невмінням правильно оцінити і прогнозувати ситуацію [2].

Термін «управління збутовими ризиками» можна трактувати у вузькому і широкому сенсі. У широкому розумінні управління ризиками включає аналіз, оцінку і мінімізацію ризиків, тобто увесь спектр практичної діяльності щодо передбачення, ідентифікації, оцінювання і зниження ризиків, забезпечення умов успішного функціонування будь-якого економічного суб'єкта в умовах ризику. В такому трактуванні поняття «управління ризиками» відповідає поняттю «ризик-менеджмент» [5, 10]. У вузькому сенсі «управління ризиками» – це лише застосування методів мінімізації (зниження) ризиків, процес розробки і реалізації програми зменшення будь-яких збитків та їх наслідків [12, 16]. В такому трактуванні – це лише одна із функцій ризик-менеджменту [11].

Основні завданнями управління збутовими ризиками можна звести до наступних [17, с. 245]:

- провести глибоке дослідження ринку, оцінити ймовірність виникнення чи існування ризиків; знайти зону (сегмент ринку або ринкову нішу) з меншим рівнем ризику (за рахунок відсутності або слабкої конкуренції);
- випустити і продавати товар, що користується підвищеним попитом;
- використовувати авторитетних дистриб'юторів;
- застосовувати прогресивні методи продажу і торговельного обслуговування;
- забезпечити високий фінансово-кредитний потенціал підприємства;
- застрахувати ризики.

На основі систематизації поглядів вітчизняних і зарубіжних учених і фахівців, можна визначити загальний процес управління збутовими ризиками на рівні підприємства, який необхідно проводити у наступній послідовності [11]:

- 1-й етап: відбувається планування управління збутовими ризиками, тобто здійснюється вибір підходів до планування діяльності з управління збутовими ризиками. Даний підхід повинен урівноважити цілі з методами та інструментами управління збутовими ризиками;

- 2-й етап: здійснюється ідентифікація ризиків – визначення ризиків, здатних вплинути на збутову діяльність, а також факторів їх виникнення;
- 3-й етап: проводиться якісна та кількісна оцінка ризиків за допомогою таких методів, як статистичний метод; метод експертних оцінок; метод використання аналогів; метод «дерева рішень» та комбінованими методами;
- 4-й етап: здійснюється планування реагування на ризики – визначення процедур і методів негативних наслідків ризикових подій і використання можливих переваг. Стратегія планування та реагування повинна відповідати типам ризиків, рентабельності ресурсів і часовим параметрам;
- 5-й етап: на завершальному етапі здійснюється планування стратегії мінімізації ризиків. Засоби зменшення негативних наслідків збутових ризиків на підприємстві доцільно рекомендувати в розрізі виділених груп ризиків (табл. 1 та 2).

Таблиця 1

СПОСОБИ ВРАХУВАННЯ РИЗИКІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЗБУТОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА НА МАКРОРІВНІ

Види збутових ризиків	Способи врахування негативної дії збутових ризиків
1	2
Макроризики	
Економічні ризики	Постійний моніторинг економічної та фінансової ситуації в країні. Диверсифікація виробництва.
Інфляційні ризики	Моніторинг макроекономічної ситуації й інфляційних факторів. Пошук шляхів, що допоможуть запобігти різкому підвищенню цін на сировину, матеріали і комплектуючі.
Податкові ризики	Моніторинг податкового законодавства країни. Моніторинг рівня податкових ставок. Створення резервних фінансових фондів в середині підприємства.
Ризики законодавчих змін	Моніторинг законодавчих актів, що регулюють підприємницьку, інформаційну, маркетингову та збутову діяльність. Оперативне реагування на їх зміни.
Політичні ризики	Прогнозування внутрішньої політичної ситуації в країні. Стратегічне планування діяльності підприємства.
Зовнішньоекономічні ризики	Моніторинг зовнішньоекономічної ситуації в державі. Оперативне реагування на зміни законодавства у сфері зовнішньоекономічної політики держави. Пошук нових закордонних ринків збуту товарів.

Джерело: удосконалено автором на основі [11]

Макроризики, через свою глобальну природу, не піддаються прямому впливу з боку підприємства, їх можна лише враховувати при веденні господарської діяльності. Тому, підприємствам необхідно проводити постійний моніторинг зовнішнього економічного середовища, шукати способи пристосування та оперативного реагування на його зміни, знаходити і використовувати приховані економічні та виробничі можливості, а за необхідності – і диверсифікувати виробництво.

В процесі управління збутовими ризиками важливу роль також відіграє стадія життєвого циклу підприємства, оскільки з його зміною змінюється і рівень ризиків у сфері збуту.

Таблиця 2

ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЗБУТОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА НА МІКРОРІВНІ

Види збутових ризиків		Запропоновані шляхи зменшення та уникнення негативного впливу збутових ризиків
1		2
Мікроризики		
Ринкові	Ризики недостатньої сегментації ринку	Проведення комплексного маркетингового дослідження. Проведення детальної сегментації обраного ринку.
	Ризики помилкового вибору цільового сегмента ринку	Вивчення та аналіз стану попиту на сегменті ринку. Прогнозування зміни смаків та уподобань споживачів. Вибір альтернативного сегмента ринку.
	Ризики помилкового вибору стратегії збуту на ринку (сегменті ринку)	Прогнозування циклічних коливань кон'юнктури ринку, їхній облік в інвестиційних та виробничих планах. Підбір кваліфікованого персоналу у відділ збуту. Розробка кількох альтернативних стратегій збуту товару.
Організаційні та інформаційні	Ризики неправильної організації та отримання недостовірних результатів маркетингових досліджень	Професійна підготовка і перепідготовка маркетологів-дослідників. Організація контролю за проведенням маркетингових досліджень. Детальний збір та аналіз первинної та вторинної маркетингової інформації. Забезпечення достатнього рівня фінансування усіх процесів.
Організаційні та інформаційні	Ризики невдалої організації мережі збуту і системи просування товару до споживача	Ретельний підбір комерційних посередників з урахуванням їх переваг та недоліків. Розробка комунікаційного бюджету з урахуванням кон'юнктури ринку і можливостей підприємства. Своєчасне здійснення корегування щодо комунікаційних заходів.
Цінові	Ризики помилкового ціноутворення	Розробка ефективної стратегії ціноутворення з врахуванням стадії життєвого циклу товару. В разі підвищення постачальниками цін на ресурси, або проводити переговори з постачальниками щодо зниження цін, або пошук нових постачальників. Аналіз політики ціноутворення конкурентів та інших ціноутворюючих факторів.

Джерело: удосконалено автором на основі [11]

Найбільшу кількість невідкладних заходів щодо управління збутовими ризиками мають здійснювати підприємства, які перебувають на стадіях народження та старіння, оскільки саме на цих стадіях життєвого циклу підприємства спостерігається значна кількість ризиків у сфері стратегічного управління збутом. Крім того, усім підприємствам доцільно систематично здійснювати моніторинг законодавчої бази і створити інформаційну систему, що дозволить мінімізувати зовнішні збутові ризики.

На стадії народження підприємствам доцільно приділяти основну увагу формуванню колективу, залученню висококваліфікованих працівників, які можуть забезпечити конкурентні переваги підприємства у перші роки його діяльності. На стадії зростання

основну увагу слід приділяти розвитку збутового персоналу: підвищенню його кваліфікації і зміцненню корпоративної культури. На стадії зрілості доцільно реалізовувати заходи, спрямовані на стабілізацію збутового персоналу: здійснювати ротацію кадрів, підвищувати кваліфікацію персоналу, посилювати соціальні гарантії. На стадії старіння доцільно зменшити чисельність персоналу й оновити його структуру [14].

Однак на будь-якій стадії життєвого циклу результативність управління збутовою діяльністю залежить від правильності маркетингової політики і насамперед від уміння своєчасно виявити можливі ризики і нівелювати їх. Виявлення факторів ризику у сфері управління збутовою діяльністю повинно здійснюватись на основі постійного моніторингу маркетингового середовища підприємства. З метою нівелювання виявлених ризиків необхідно їх проаналізувати з погляду їх імовірності, небезпеки і важливості та на основі цього розробити маркетингові стратегії щодо управління ризиками у сфері управління збутовою діяльністю.

Висновки. Ефективне управління збутовою діяльністю є одним з головних факторів успіху підприємства. Проте, орієнтуючи свою систему збуту продукції на потреби ринку, підприємство постійно стикається з ризиковими ситуаціями, що можуть негативно впливати на його діяльність. Саме вони є причиною виникнення збутових ризиків.

Збутові ризики завжди приховують небезпеку для діяльності будь-якого підприємства, проте їх вчасна ідентифікація і оперативне реагування на них з боку підприємства дозволить не тільки уникнути небажаних наслідків, а й можливо, відкрити нові можливості для успішної діяльності останнього.

Література.

1. Балабанова Л. В. Маркетинговый аудит системы сбыта [Текст]: монография / Л. В. Балабанова, А. В. Балабанич. – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. – 189 с.
2. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою. Навч. посіб. / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.
3. Белінський П. І. Менеджмент виробництва та операцій [Текст]: підручник / П. І. Белінський. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 624 с.
4. Вітлінський В. В. Економічний ризик: ігрові моделі: [навч. посіб.] / В. В. Вітлінський, П. І. Верченко, А. В. Сігал, Я. С. Наконечний; за ред. В. В. Вітлінського. – К.: КНЕУ, 2002. – 446 с.
5. Вітлінський В. В. Ризик у менеджменті: [підручник] / В. В. Вітлінський, С. І. Наконечний. – К.: ТОВ Борисфен-М, 1996. – 338 с.
6. Гамалій В. Ф. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств [Електронний ресурс] / В. Ф. Гамалій, С. А. Романчук, І. В. Фабрика // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2012. – Вип. 22(2). – С. 10-13. – Бібліогр.: 7 назв. – укр. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Npkntu_e_2012_22\(2\)_4.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Npkntu_e_2012_22(2)_4.pdf).
7. Годин А. М. Маркетинг [Текст]: учеб.-метод. пособие / А. М. Годин. – М.: Дашков и Ко, 2001. – 212 с.
8. Грабовый П. Г. Риски в современном бизнесе / П. Г. Грабовый, С. Н. Петрова, С. И. Полтавец и др. – М.: Аланс, 1994. – 237 с.
9. Донець Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: [навч. посіб.] / Л. І. Донець. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 312 с.
10. Ілляшенко С. М. Економічний ризик: [навч. посібник] / С. М. Ілляшенко – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 220 с.
11. Лорві І. Ф. Управління збутовими ризиками підприємства [Електронний ресурс] / І. Ф. Лорві // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – № 6. – Т. 2. – С. 81-83. – Бібліогр.: 8 назв. – укр. – Режим доступу:

http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_2/081-083.pdf.

12. Лук'янова В. В. Економічний ризик: [навч. посібник] / В. В. Лук'янова, Т. В. Головач. – К.: Академвидав, 2007. – 464 с.

13. Маслова Т. Д. Маркетинг [Текст] / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2002. – 400 с.

14. Орлова О. В. Проблеми управління збутом в сучасних умовах [Електронний ресурс] / О. В. Орлова, М. В. Лазарев // Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини ВНЗ ВМУРП «Україна». Економічні науки. – 2013. – Бібліогр.: 2 назви. – укр. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=66093>.

15. Семочко У. М. Теоретичні аспекти ризику збуту інноваційної продукції / У. М. Семочко, В. Ю. Харчук // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури = The problems of innovation infrastructure's formation and development: тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 19-21 травня 2011 р.), конференцію присвячено 45-й річниці започаткування діяльності Інституту економіки та менеджменту; 40-й річниці кафедри економіки права та інвестицій / Національний університет «Львівська політехніка» [та ін.]. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 364-365. – Бібліогр.: 4 назви. – укр. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18123/1/210-Semochko-364-365.pdf>.

16. Старостіна А. О. Ризик-менеджмент: теорія та практика : [навч. посібник] / А. О. Старостіна, В. А. Кравченко. – К.: ІВЦ Вид-во «Політехніка», 2004. – 200 с.

17. Федько В. Н. Основы маркетинга [Текст] / В. П. Федько, П. Г. Федько. – Ростов н/Д: Феникс, 2002. – 480 с.

18. Христиановський В. В. Экономический риск и методы его измерения / В. В. Христиановський, Ю. Н. Полшков, В. П. Щербина. – Донецк : ДонГУ, 1999. – 250 с.

References

1. Balabanova L. V. Marketingovyj audit sistemy sbyta [Tekst]: monografija / L. V. Balabanova, A. B. Balabanits'. – Doneck : DonGUJeT im. M. Tugan-Baranovskogo, 2003. – 189 s.

2. Balabanova L. V. Upravlinnya zbutovoyu politykoyu. Navch. posib. / L. V. Balabanova, Yu. P. Mytrokhina. – K.: Tsentri uchbovoyi literatury, 2011. – 240 s.

3. Byelins'kyi P. I. Menedzhment vyrobnytstva ta operatsiy [Tekst]: pidruchnyk / P. I. Byelins'kyi. – K.: Tsentri navchal'noyi literatury, 2005. – 624 s.

4. Vitlins'kyi V. V. Ekonomichnyy ryzyk: ihrovi modeli: [navch. posib.] / V. V. Vitlins'kyi, P. I. Verchenko, A. V. Sihal, Ya. S. Nakonechnyy; za red. V. V. Vitlins'koho. – K.: KNEU, 2002. – 446 s.

5. Vitlins'kyi V. V. Ryzyk u menedzhmenti: [pidruchnyk] / V. V. Vitlins'kyi, S. I. Nakonechnyy. – K.: TOV Borysfen-M, 1996. – 338 s.

6. Hamaliy V. F. Suchasni problemy zbutovoyi polityky ukraïns'kykh pidpryyemstv [Elektronnyy resurs] / V. F. Hamaliy, S. A. Romanchuk, I. V. Fabryka // Naukovi pratsi Kirovohrads'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2012. – Vyp. 22(2). – S. 10-13. – Bibliohr.: 7 nazv. – ukr. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Npkntu_e_2012_22\(2\)_4.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Npkntu_e_2012_22(2)_4.pdf).

7. Godin A. M. Marketing [Tekst]: ucheb.-metod. posobie / A. M. Godin. – M.: Dashkov i Ko, 2001. – 212 s.

8. Grabovyy P. G. Riski v sovremennom biznese / P. G. Grabovyy, S. N. Petrova, S. I. Poltavets' i dr. – M.: Alans, 1994. – 237 s.

9. Donets' L. I. Ekonomichni ryzyky ta metody yikh vymiryuvannya: [navch. posib.] / L. I. Donets'. – K.: Tsentri navchal'noyi literatury, 2006. – 312 s.

10. Il'yashenko S. M. Ekonomichnyy ryzyk: [navch. posibnyk] / S. M. Il'yashenko – K.: Tsentri navchal'noyi literatury, 2004. – 220 s.

11. Lorvi I. F. Upravlinnya zbutovymy ryzykamy pidpryyemstva [Elektronnyy resurs] / I. F. Lorvi // Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2011. – № 6. – T. 2. – S. 81-83. – Bibliohr.: 8 nazv. – ukr. – Rezhym dostupu:

http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_2/081-083.pdf.

12. Luk'yanova V. V. Ekonomichnyy ryzyk: [navch. posibnyk] / V. V. Luk'yanova, T. V. Holovach. – K.: Akademydav, 2007. – 464 s.
13. Maslova T. D. Marketing [Tekst] / T. D. Maslova, S. G. Bozhuk, L. N. Kovalik. – SPb.: Piter, 2002. – 400 s.
14. Orlova O. V. Problemy upravlinnya zbutom v suchasnykh umovakh [Elektronnyy resurs] / O. V. Orlova, M. V. Lazaryev // Mykolayivs'kyi mizhrehional'nyy instytut rozvytku lyudyny VNZ VMURoL «Ukrayina». Ekonomichni nauky. – 2013. – Bibliohr.: 2 nazvy. – ukr. – Rezhym dostupu: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=66093>.
15. Semochko U. M. Teoretychni aspekty ryzyku zbutu innovatsiynoyi produktsiyi / U. M. Semochko, V. Yu. Kharchuk // Problemy formuvannya ta rozvytku innovatsiynoyi infrastruktury = The problems of innovation infrastructure's formation and development : tezy dopovidey mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi (L'viv, 19-21 travnya 2011 r.), konferentsiyu prysvyacheno 45-y richnytsi zapochatkuvannya diyal'nosti Instytutu ekonomiky ta menedzhmentu; 40-y richnytsi kafedry ekonomiky prava ta investytsiy / Natsional'nyy universytet «L'vivs'ka politehnika» [ta in.]. – L'viv: Vydavnytstvo L'vivs'koyi politekhniki, 2011. – S. 364-365. – Bibliohr.: 4 nazvy. – ukr. – Rezhym dostupu: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18123/1/210-Semochko-364-365.pdf>.
16. Starostina A.O. Ryzyk-menedzhment: teoriya ta praktyka: [navch. posibnyk] / A. O. Starostina, V. A. Kravchenko. – K.: IVTs Vyd-vo «Politehnika», 2004. – 200 s.
17. Fed'ko V. N. Osnovy marketinga [Tekst] / V. P. Fed'ko, P. G. Fed'ko. – Rostov n/D: Feniks, 2002. – 480s.
18. Hristianovs'kij V. V. Ekonomicheskij risk i metody ego izmerenija / V. V. Hristianovs'kij, Ju. N. Polshkov, V. P. Shherbina. – Doneck : DonGU, 1999. – 250 s.

Сергей Кравец, аспирант
НУПТ

СУЩНОСТЬ И УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье исследована сущность понятия «сбытовые риски», их виды и причины возникновения. Предложено авторское видение данной категории. Проанализированы взгляды отечественных ученых на сущность понятий «сбыт», «сбытовая политика» и «сбытовая деятельность». Охарактеризованы основные этапы управления рисками сбытовой деятельности предприятия и предложены способы их минимизации.

Ключевые слова: *риск, риск-менеджмент, сбытовые риски, виды сбытовых рисков, управление сбытовыми рисками, сбытовая деятельность, маркетинг, предприятие.*

Serhii Kravets, graduate
NUFT of Kyiv

THE ESSENCE AND MANAGEMENT RISKS OF THE SALES OF THE ENTERPRISE

This scientific article is devoted to the issue to the study of sales risks, their role and place in the context of sales activities of enterprise. During the study analyzed the views of scientists on the essence of economic categories «risk» and «sales risks». Proposed author's the definition of «sales risks».

Considered causes appearance of «sales risks». Listed and described types of sales risks at the macro- and micro-levels of economic activity of enterprise. As part of this scientific research, analyzed the views of local scientists on the nature of concepts «sale», «the sales potential», «sales policy», and «sales activities». Given the fundamental differences between these concepts.

Researched the definition of «management risk of sales activities» in the broad and narrow meaning, and identifies its main tasks. Presents the process management risk enterprise in the form of five stages with corresponding characteristics of each. The author's proposed methods of consideration of risks at the macro-level and ways to minimize the risks of micro-level economic activities of enterprise. Provides recommendations regarding the management of sales risk at different stages of life cycle of enterprise.

Key words: *risk, risk management, sales risks, types of sales risks, management of sales risks, sales activities, marketing, enterprise.*

УДК 330.341

JEL O100; O150; C150

Римкіна М.С., аспірант
КНУ імені Тараса Шевченка

ЕКОНОМЕТРИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЗАЛЕЖНОСТІ МІЖ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ ТА ЕФЕКТИВНІСТЮ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті проаналізовано рівень соціально-економічного розвитку підприємств енергетичного сектору України за 2010-2014 рр. Здійснено економетричне моделювання залежності між соціально-економічним розвитком підприємств та ефективністю їх діяльності. Отримані результати побудованої моделі свідчать, що більше ніж на 90% ефективність діяльності підприємства залежить від економічної, соціальної та екологічної складових соціально-економічного розвитку підприємств.

Ключові слова: підприємство, розвиток, соціально-економічний розвиток підприємства, ефективність діяльності.

Постановка проблеми. Діяльність сучасного підприємства доцільно розглядати як синтез позитивних якісних змін, нововведень у виробничому процесі, продукції та послугах, управлінні організацією, при одночасному ефективному використанні наявних фінансових, трудових, матеріальних, природних ресурсів, спрямований на зростання інтересів і задоволення потреб колективу та підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому. Такий безперервний процес удосконалення являє собою соціально-економічний розвиток підприємства. Для керівників організацій орієнтація на соціально-економічний розвиток стає ключовим фактором досягнення успіху як на мікро-, так і на макрорівні, а також сприяє підвищенню конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі. Це актуалізує питання розгляду зв'язку соціально-економічного розвитку підприємства із ефективністю його діяльності, як напрямку підвищення конкурентоспроможності економіки в цілому.

Глобальна конкуренція змушує підвищувати ефективність управління підприємствами у найбільш придатних до змін секторах економіки. Наявність альтернативних варіантів проведення змін у технологічному процесі, заінтересованість більшої частини стейкхолдерів у розвитку, наявність кваліфікованого персоналу, матеріальних та фінансових ресурсів і, найголовніше, нагальна необхідність покращення визначають необхідність вибору енергетичного сектору як об'єкту дослідження. За даними Інституту економічних досліджень та політичних консультацій [8], в 1980-90-х роках було введено 14,9 ГВт потужностей, в 1990-2000 – лише 1,2 ГВт, а в 2000-2014 – 3,0 ГВт. Відповідно, у 2014 році відсоток блоків ТЕС віком більше 40 років дорівнював 38%, в той час як у ЄС цей показник – 22%.

Аналіз останніх публікацій. Дослідженням окремих складових соціально-економічного розвитку підприємств займалися такі науковці, як: В.Г. Балан, О.Г. Брінцева [1], О.А.

Грішнова [1; 2], В.М. Гриньова, Т.С. Клебанова, Г. Мінцберг, О. В. Раєвська, Н.В. Ушенко [3], Г.Г. Савіна. Вагомий внесок у дослідження розвитку енергетичного сектору України зробили В. Боднарчук [12], Т.О. Бурячок [8], К.Ю. Вергал [4], С.В. Дубовський [8], С.О. Кудря [8], Ю.А. Ландау [8], Г.В. Лисиченко [8], М.Є. Рогоза [4].

Невирішені частини проблеми. Разом із тим, все ще залишається багато невисвітлених питань, пов'язаних із визначенням залежності між соціально-економічним розвитком підприємств енергетичного сектору та ефективністю їх діяльності. Вирішення даної проблеми дозволить підвищити результативність діяльності та ефективність управління на вітчизняних підприємствах, що є основою забезпечення їх конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Результати дослідження. Енергетичний сектор країни – економічна запорука державного суверенітету, елемент належного врядування, надійний базис стійкого розвитку конкурентної економіки та невід'ємна частина європейського енергетичного простору. Втрата частини енергетичних активів через анексію Криму та пошкодження об'єктів енергетичної інфраструктури внаслідок військових дій на Сході України є додатковими обтяжуючими чинниками в питанні енергозабезпечення країни [13].

В наш складний швидкозмінний час для підприємств енергетичного сектору виникає потреба перегляду орієнтирів розвитку. Пріоритетними для підвищення конкурентоспроможності залишаються стратегічно важливі результати діяльності, а не лише підвищення рівня доходності. На державному рівні схвалено прийняття пропозицій ЄС та визначено напрями для модернізації енергетичного сектору українських підприємств згідно міжнародних стандартів. Так, у 2010 році узгоджено програму дій до 2030 року, згідно якої визначено мету та шляхи реалізації енергетичної політики України на довгостроковий період, а також окреслено механізми її реалізації. Однак, за висновками звіту, підготовленого весною 2015 року, Україна не зможе відновити енергетичний комплекс в такий короткий термін. Тому, за домовленістю сторін, прийнято рішення стосовно продовження Енергетичної Стратегії до 2035 року.

Проте, задля здійснення реорганізації всього вітчизняного енергетичного сектору необхідно впроваджувати дієве управління соціально-економічним розвитком підприємств на мікрорівні. Суттєвим кроком до таких змін є: раціональне використання наявних ресурсів та потенційних можливостей підприємств, швидке реагування на наявні загрози; коригування управління на відповідність сучасним умовам функціонування та міжнародним стандартам; пошук шляхів ефективного довгострокового функціонування для енергетичного сектору в цілому.

Безумовно, що більшість із загальновизнаних методів, принципів та засад управління розвитком підприємства є ефективними на практиці, але їх подальше застосування саме при управлінні соціально-економічним розвитком підприємства потребує додаткових коригувань. З метою визначення альтернативних напрямів управління, було розраховано рівень взаємозалежності досягнутого соціально-економічного розвитку підприємств енергетичного сектору України з економічною ефективністю їх функціонування.

Для подальшого аналізу та виявлення взаємозв'язку між соціально-економічним розвитком підприємств та ефективністю їх діяльності обрано 10 функціонуючих підприємств України за такими критеріями:

- підприємства офіційно зареєстровані в Україні, діють відкрито та прозоро, надаючи усю необхідну інформацію згідно вимог законодавства;
- підприємства відносяться до енергетичного сектору України;
- кожне з підприємств об'єднує проектні інститути, інжинірингові центри, будівельно-монтажні організації, тобто ці підприємства поставляють технологічне обладнання та охоплюють весь спектр послуг від проведення пошуків замовника, проектування, постачання обладнання та матеріалів, виконання будівельно-монтажних і пуско-налагоджувальних робіт до впровадження об'єктів в експлуатацію та подальшого їх сервісного обслуговування;
- за аналізований період підприємства показували отриманий чистий прибуток, нарощували обсяги виробництва (про що свідчать результати фінансової звітності та дані на офіційних сайтах підприємств);
- досліджувані підприємства заявляють про часткове залучення альтернативних джерел енергії та їх подальше повноцінне впровадження.

До переліку таких підприємств увійшли: Корпорація «СОЮЗ» (м. Харків, м. Одеса); ТОВ «ЕНЕРГОРЕСУРСИ» (м. Дніпропетровськ); ПАТ «ПТКІ «УКРКРАНЕНЕРГО» (м. Харків); ПАТ «Південьзахіделектромережбуд» (м. Львів); ВАТ «ЛьвівОргрес» (м. Львів); ПАТ «ПІВДЕНТЕПЛОЕНЕРГОМОНТАЖ» (м. Київ); ПАТ «ПЕК» (м. Вінниця); ПрАТ «ТЕХЕНЕРГО» (м. Львів); ПАТ «ЕЛЕКТРОПІВДЕНМОНТАЖ-10» (м. Запоріжжя); ПрАТ «СВС-Дніпро» (м. Київ). На основі даних зазначених підприємств були здійснені усі подальші розрахунки.

Для визначення залежності соціально-економічного розвитку підприємств та ефективності їх діяльності на першому етапі було здійснено аналіз на основі запропонованої раніше автором системи показників [14], що відображають кількісні та якісні характеристики розвитку об'єкта управління (набл.1).

Таблиця 1

Показники соціально-економічного розвитку підприємства (СЕРП)

№	Складова СЕРП	Показник	Рекомендоване значення; характер залежності	Максимальне значення	Мінімальне значення
1	2	3	4	5	6
1.	СОЦІАЛЬНА СКЛАДОВА	Рівень травматизму	Додатній; повинен зменшуватись, рекомендоване значення 0.	0,1179	0,00
2.		Рівень професійного навчання	Додатній; повинен зростати; рекомендовані межі [0,1~0,3].	0,1977	0,0065
3.		Рівень преміювання персоналу	Додатній; рекомендоване значення не менше 0,1	0,3825	0,0048
4.		Індекс КСВ	Додатній; повинен зростати; рекомендовані межі [0,7~0,9].	0,5633	0,1375
5.		Рівень оздоровлення	Додатній; повинен зростати; рекомендоване значення не менше 0,1	0,2000	0,0154

6.		Показник рівня корпоративної культури	Додатний; повинен зростати; рекомендовані межі [0,8~1].	0,8000	0,4300
<i>Продовження табл.1</i>					
1	2	3	4	5	6
7.	ЕКОНОМІЧНА СКЛАДОВА	Капіталоємність	Додатний; повинен зростати; вимірюється в тис. грн./чол..	11,5067	0,0491
8.		Ефективність витрат на заробітну плату	Додатний; повинен зростати; рекомендоване значення не менше 0,1	0,2510	0,0137
9.		Ефективність інвестицій в інновації	Додатний; повинен зростати; рекомендоване значення не менше 0,1	0,1316	0,00
10.		Індекс задоволення потреб споживачів	Зважений; повинен зростати; рекомендовані межі [0,6~0,8].	0,8500	0,1086
11.		Продуктивність праці (виробіток)	Додатний; вимірюється в тис. грн./чол.; повинен зростати	12 915,3292	90,5856
12.		Відношення мінімальної до максимальної з/п на підприємстві	Додатний; повинен зростати; рекомендоване значення показника 0,1.	0,2066	0,0282
13.	ЕКОЛОГІЧНА СКЛАДОВА	Коефіцієнт антропогенного навантаження	Додатний; повинен зменшуватись, рекомендовані межі [0~0,05].	0,0322	-
14.		Коефіцієнт інтенсивності проведення екологічного аудиту	Додатний, повинен зростати, рекомендовані межі [0,1~0,3].	0,1944	0,0278
15.		Рентабельність екологічного ведення бізнесу	Додатний; повинен зростати.	0,2130	-
16.		Ефективність програм по удосконаленню довкілля	Додатний; повинен зростати.	0,0744	-
17.		EBITDA margin	Додатний; повинен зростати.	0,0776	-
18.		Показник відповідності екологічним стандартам якості	Додатний; повинен зростати; рекомендоване значення не менше 0,5	0,6497	0,0367

Джерело: складено автором

Для узагальнення отриманих даних при оцінюванні соціально-економічного розвитку підприємств енергетичного сектору України у 2010-2014рр. було проведено нормування усіх показників. В основу використаної методики приведення показників до порівняльного виду покладена модифікація методу інтерполяції числових інтервалів, яка дозволяє звести будь-які порівнювальні данні до замкнутого інтервалу [0;1]. Після того, для кожної складової соціально-економічного розвитку підприємств енергетичного сектору України були зведені сумарні значення, що знаходяться в інтервалі від 0 до 6.

Аналіз рівня та динаміки соціально-економічного розвитку досліджуваних підприємств показав, що усі об'єкти у більшості отриманих значень демонструють низький рівень

складових соціально-економічного розвитку. Це означає, що даний сектор економіки потребує перегляду умов функціонування, особливо принципів управління на мікро- та макрорівнях.

На наступному етапі було розраховано узагальнюючий показник ефективності застосовуваних ресурсів підприємства за такою формулою [11, с.455]:

$$E_{зр} = \frac{V_{чп}}{Ч_n + (\Phi_{ос} + \Phi_{об}) \cdot K_{пвп}}, \quad (1)$$

де $E_{зр}$ – ефективність застосовуваних ресурсів, тобто рівень продуктивності суспільної (живої та уречевленої) праці;

$V_{чп}$ – обсяг чистої продукції підприємства;

$Ч_n$ – чисельність працівників підприємства;

$\Phi_{ос}$ – середньорічний обсяг основних засобів за відновною вартістю;

$\Phi_{об}$ – вартість оборотних засобів підприємства;

$K_{пвп}$ – коефіцієнт повних витрат праці, що визначається на макрорівні як відношення чисельності працівників у сфері матеріального виробництва до обсягу утвореного за розрахунковий рік національного доходу і застосовується для перерахунку уречевленої у виробничих засобах праці в середньорічну чисельність працівників [11, с.455].

В результаті було визначено узагальнюючий показник ефективності (*Efect*) для кожного із аналізованих підприємств енергетичного сектору України у 2010-2014 роках, значення якого знаходиться у інтервалі [0;1].

Розрахована ефективність господарської діяльності підприємств енергетичного сектору України у 2010-2014 рр. з використанням узагальненого показника дає можливість зробити такий висновок: на підприємствах ефективність використання ресурсів знаходиться на достатньо високому рівні (мінімальне значення – 0,773; максимальне значення – 0,9874). Збільшення показників ефективності на десяти або навіть соті (у значенні інтегрального показника) дає вигоду підприємству у кілька позицій серед конкурентів.

На основі проведених розрахунків було здійснено відбір необхідної статистичної інформації за період 2010–2014 рр. та сформовано чотири ряди даних за допомогою "MS Excel" з подальшим їх імпортуванням до ПП "Eviews", за допомогою якого й було здійснено всі подальші розрахунки в даній економетричній моделі. Розроблена методика оцінювання рівня соціально-економічного розвитку підприємств передбачає максимальне усунення ускладненості додатковими чинниками. Тому даний економічний процес доцільно досліджувати шляхом застосування лінійних моделей.

Базуючись на проведеному теоретичному дослідженні та запропонованій концептуальній моделі управління соціально-економічним розвитком підприємства, соціально-економічний розвиток підприємства можна описати такою системою рівнянь:

$$\begin{cases} Econom = \sum_{j=1}^6 k_j, \text{ де } 0 \leq Econom \leq 6 \\ Socio = \sum_{j=1}^6 n_j, \text{ де } 0 \leq Socio \leq 6 \\ Ecolog = \sum_{j=1}^6 f_j, \text{ де } 0 \leq Ecolog \leq 6 \end{cases} \quad (2)$$

де *Econom* – економічна складова соціально-економічного розвитку підприємства, що визначається як сума k ($k \in [0;6]$) показників і може набувати значення від 0 до 6;

Socio – соціальна складова соціально-економічного розвитку підприємства, що визначається як сума n ($n \in [0;6]$) показників і може набувати значення від 0 до 6;

Ecolog – екологічна складова соціально-економічного розвитку підприємства, що визначається як сума f ($f \in [0;6]$) показників і може набувати значення від 0 до 6.

Наступним етапом здійснено побудову кореляційної матриці для досліджуваних показників з метою визначення характеру та величини впливу складових соціально-економічного розвитку підприємств на ефективність їх діяльності. Зведені результати подано в табл. 2.

Таблиця 2

Кореляційна матриця між досліджуваними показниками моделі				
	Efect	Ecolog	Econom	Socio
Efect	1,000	0,562	0,883	0,813
Ecolog	0,562	1,000	0,290	0,241
Econom	0,883	0,290	1,000	0,577
Socio	0,813	0,241	0,577	1,000

Джерело: розраховано автором

У наведеній кореляційній матриці між незалежними змінними немає значення, яке більше за 0,9. Це свідчить про адекватність їх вибору та включення до моделі, оскільки немає мультиколінеарності між незалежними змінними – немає прямої залежності між розрахованими показниками.

На основі проведених вище етапів, побудовано таку економетричну модель:

$$Efect = u + 0.458282 * Socio + 0.201448 * Econom + 0.233311 * Ecolog \quad (3)$$

де u – випадкова величина.

Таким чином, отримані результати проаналізованої моделі свідчать, що більше ніж на 90% ефективність діяльності підприємства залежить від економічної, соціальної та екологічної складових соціально-економічного розвитку підприємств. Отримано й частку кожної складової в кінцевому рівні соціально-економічного розвитку підприємства, а саме: соціальна – 45,83%; економічна – 20,14%; екологічна – 23,31%. Це означає, що соціальна складова є домінуючою при визначенні рівня соціально-економічного розвитку та ефективності діяльності підприємства в цілому. Сумарне значення екологічної та економічної складових рівне значенню соціальної складової. Умови побудованої моделі включають можливість впливу на ефективність інших факторів, що таким чином не потрапили до розрахованих показників. Частка таких у загальній ефективності діяльності становить 9,28%.

При визначенні ступеня адекватності обраної моделі здійснено її оцінювання в ПП "Eviews" за рядом критеріїв, серед яких:

1. скоригований коефіцієнт детермінації (adjusted R2);

2. F-статистика Фішера;
3. критерій Akaike;
4. критерій Schwarz.

Відповідно, обрана для дослідження модель має такі оціночні значення критеріїв:

- скоригований коефіцієнт детермінації "Adjustedr2" є на прийнятному рівні і має значення 0,996804 (99,7% варіації залежної змінної пояснюється варіацією незалежних змінних);
- F-статистика Фішера є на рівні 956,2884, що свідчить про адекватність моделі;
- критерій Akaike має значення 0,893760 що характерно для адекватної моделі;
- критерій Schwarz має значення 1,543847, що підтверджує адекватність обраної моделі.

Здійснивши подальшу перевірку якості обраної моделі, зважаючи на додаткові критерії, було виявлено, що:

1. значущість коефіцієнтів рівняння регресії в обраній моделі є прийнятною, тому що кожен з них має значення $\text{Prob (t-statistic)} < 0,05$;
2. $\text{Prob (F-statistic)} = 0,00 < 0,05$ при рівні значущості $\alpha = 0,05$, тобто модель є адекватною.

Таким чином, згідно результатів перевірки обрана модель є адекватною за рядом критеріїв, і тому є достатньо якісною для її використання при подальшому дослідженні. Дана модель була розширена шляхом оцінювання рівня соціально-економічного розвитку вітчизняних підприємств, а саме окремих його складових – соціальної, економічної та екологічної. Результативність діяльності промислових підприємств обумовлена впливом соціальних факторів соціально-економічного розвитку підприємства на 45,83%, економічних факторів – 20,14%, екологічних факторів – 23,31%. Отримані результати побудованої моделі показали пряму залежність між ефективністю діяльності підприємства та складовими рівня його соціально-економічного розвитку.

Висновки. Соціально-економічний розвиток підприємства виступає індикатором ефективності його господарської діяльності. Проте, наявність широкого спектру загально визнаних методів, принципів та засад управління розвитком підприємства не забезпечує збільшення конкурентних переваг в сучасних умовах. Для цього необхідні додаткові дії та удосконалення методики управління підприємствами для застосування їх саме при управлінні соціально-економічним розвитком підприємства. Для підвищення конкурентоспроможності економіки України, якості управління та результативності діяльності вітчизняних підприємств, було визначено залежність досягнутого рівня соціально-економічного розвитку підприємств України з економічною ефективністю їх функціонування.

Проведене дослідження стану соціально-економічного розвитку підприємств енергетичного сектору у період з 2010 – 2014 рр. показало, що все ще немає відчутних зрушень у відродженні енергетики України. Результати розрахунків узагальненого показника ефективності діяльності аналізованих підприємств у 2010-2014 рр. дали змогу відібрати необхідну статистичну інформацію для подальшого моделювання. На основі теоретичних та практичних досліджень здійснено опис соціально-економічного розвитку підприємств за допомогою системи рівнянь. Отримана модель за усіма критеріями є

адекватною і показала, що більше 90% ефективності діяльності підприємства залежить від економічної, соціальної та екологічної складових їх соціально-економічного розвитку. Такі дані підтверджують, що при виборі показників для аналізу були максимально враховані всі аспекти діяльності. Тому саме для зростання енергоефективності економіки України, надзвичайно важливо постійно підвищувати рівень соціально-економічного розвитку підприємств енергетичного сектору.

Дане дослідження є продовженням низки робіт автора, присвячених управлінню соціально-економічним розвитком підприємств України. Матеріали цієї роботи є основою для подальших досліджень, серед яких перспективною є розробка методики управління соціально-економічним розвитком підприємств.

Література

1. Грішнова О.А. Відповідальність підприємства щодо персоналу як новий формат розбудови соціально-трудових відносин / О.А. Грішнова, О.Г. Брінцева // Економіка и управление. Научно-практический журнал. — №4. — 2012. — С. 49—56.
2. Грішнова О.А. Нагромадження людського, інтелектуального і соціального капіталу підприємства як основна форма його капіталізації/ О.А. Грішнова // Вісник Донецького університету економіки та права: зб. наук. пр./ Донецьк: ДонУЕП. — №1. — 2011. — С.10-13.
3. Управління соціально-економічним розвитком: держава, регіон, підприємство [Текст] : монографія / [Л. І. Антошкіна, і. К. Бондар, Д. М. Стеченко, И. В. Ушенко та ін.; наук. ред. Н. В. Ушенко] ; Бердян. ун-т менедж. і бізнесу. - Донецьк : Юго-Восток. — 2010. - 292 с.
4. Рогоза М.Є. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми: монографія / М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал. — Полтава : РВВ ПУЕТ. — 2011. — 136 с.
5. Фінансова звітність аналізованих підприємств за 2010-2014рр.// Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://smida.gov.ua/>
6. Офіційний сайт державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Закон України «Про електроенергетику» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/575/97-%D0%B2%D1%80>
8. Енергетика: історія, сучасність і майбутнє/ Книга 5. Електроенергетика та охорона навколишнього середовища. Функціонування енергетики в сучасному світі/ Т.О. Бурячок, С.В. Дубовський, С.О. Кудря, Ю.А. Ландау, Г.В. Лисиченко та ін.// 2013р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://energetika.in.ua/ua/books/book-5/part-1/section-3>
9. Енергетичний сектор України. Дослідження компанією «KPMG» на основі опитування учасників галузевого ринку. 2013 р. — [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.kpmg.com/ua/uk/issuesandinsights/articlespublications/press-releases/pages/energysurvey2013.aspx
10. Electricity Information 2015 / International Energy Agency. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.oecd-ilibrary.org/energy/electricity-information-2015_electricity-2015-en;jsessionid=1ehz03vmp5zbc.x-oecd-live-03
11. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства [Підручник]/ С.Ф. Покропивний // 3тє вид., без змін. — К.: КНЕУ, 2006.- 528 с., с.455
12. Боднарчук В. Стан оптового ринку електричної енергії України та перспективи планування стратегічного розвитку енергогенеруючих підприємств/ В. Боднарчук // Сіверянський літопис. — 2007. — № 5. — С. 205-214.
13. Енергетична Стратегія України на період до 2035 року. Біла книга Енергетичної політики України. «Безпека та конкурентоспроможність». — К.,2015р. — 40с. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/doccatalog/list?currDir=50358>

14. Римкіна М.С. Методичні основи оцінювання соціально-економічного розвитку підприємства/ М.С. Римкіна // Наук.-практ. журнал: «Інвестиції: практика та досвід». – №9. – 2015. – С.60-65.

References.

1. Grishnova, O.A., Brinzeva, O.G. (2012) Vidpovidal'nist' pidpryyemstva shchodo personalu yak novyy format rozbudovy sotsial'no-trudovykh vidnosyn [The responsibility of the company staff on the new format development of industrial relations] *Ekonomika i upravlenie. Nauchno-prakticheskiy zhurnal. — Economics and Management. Scientific journal*, 4, 49—56. [in Ukrainian].
2. Grishnova, O.A. (2011) Nahromadzhennya lyuds'koho, intelektual'noho i sotsial'noho kapitalu pidpryyemstva yak osnovna forma yoho kapitalizatsiyi [The accumulation of human, intellectual and social capital of the enterprise as the main form of capitalization] *Visnyk Donets'koho universytetu ekonomiky ta prava: zb. nauk. pr. — Bulletin of Donetsk University of Economics and Law: scientific research journal*, 1, 10—13. [in Ukrainian].
3. Antoshkina, L.I., Bondar, I.K., Stechenko, D.M., Uschenko I.V. (2010) Upravlinnja cosialno-ekonomichnim rozvitkom: derjava, region, pidpruemstvo [Management of socio-economic development: state, region, enterprise]. Donetsk : Ugo-Vostok. [in Ukrainian].
4. Rohoza, M. Ye., & Verhal, K. Yu. (2011). Stratehichnyy innovatsiyyny rozvytok pidpryyemstv: modeli ta mekhanizmy [The strategic development of the innovative companies: models and mechanisms]. Poltava : RVV PUET [in Ukrainian].
5. Finansova zvitnist' analizovanykh pidpryyemstv za 2010-2014r. Ofitsiyyny sayt Ahent-stva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrayiny. [The financial statements for the companies analyzed 2010-2014 . The official website of the Agency for Development infrastructure of the stock market of Ukraine.] smida.gov.ua Retrieved from <http://smida.gov.ua/> [in Ukrainian].
6. Sait derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrayiny. [The official site of State Statistics Service of Ukraine]. ukrstat.gov.ua. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
7. Zakon Ukrayiny «Pro elektroenerhetyku» [The law of Ukraine «On Electricity»] (n.d.). zakon2.rada.gov.ua. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/575/97-%D0%B2%D1%80>.
8. Buryachok, T.O., Dubovs'kuy, S.V., Kudrya, S.O., Landau, Yu.A., Lysychenko H.V., et al. (2013). Knyha 5. Elektroenerhetyka ta okhorna navkolyshn'oho seredovyshcha. Funktsionuvannya enerhetyky v suchasnomu sviti [Book 5 Electricity and Environment. The functioning of Energy in the contemporary world]. Enerhetyka: istoriya, suchasnist' i maybutnye – Energy: Past, Present and Future. Retrieved from <http://energetika.in.ua/ua/books/book-5/part-1/section-3>.
9. Enerhetychnyy sektor Ukrayiny. Doslidzhennya kompaniyeyu «KPMG» na osnovi opytuvannya uchasnykiv haluzevoho rynu. [The energy sector of Ukraine. The research of the company «KPMG» based on the survey of market participants] (2013). (n.d.). kpmg.com. Retrieved from kpmg.com/ua/uk/issuesandinsights/articlespublications/press-releases/pages/energysurvey2013.aspx.
10. Electricity Information 2015 [Electricity Information 2015] International Energy Agency. Retrieved from http://www.oecd-ilibrary.org/energy/electricity-information-2015_electricity-2015-en;jsessionid=1ehz03vmp5zbc.x-oecd-live-03.
11. Pokropyvnyy, S.F.(2006) *Ekonomika pidpryyemstva* [Enterprise Economics]. Kyiv: KNEU
12. Bodnarchuk, V. (2007). Stan optovoho rynku elektrychnoyi enerhiyi Ukrayiny ta perspektyvy planuvannya stratehichnoho rozvytku enerhoheneruyuchykh pidpryyemstv [Condition of the wholesale electricity market of Ukraine and prospects of strategic development planning of energy generating companies]. Siveryans'kyi litopys — Siveryansky chronicle, 5, 205-214.
13. Enerhetychna Stratehiya Ukrayiny na period do 2035 roku. Bila knyha Enerhetychnoyi polityky Ukrayiny. «Bezpeka ta konkurentospromozhnist'» [Energy Strategy of Ukraine till 2035. The White Paper of the Energy Policy of Ukraine. "Security and Competitiveness."]. (2015) (n.d.). mpe.kmu.gov.ua. Retrieved from <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/doccatalog/list?currDir=50358>.

14. Rymkina M. (2015) *Metodychni osnovy ocinjuvannja social'no-ekonomichnogo rozvytku pidpryjemstva* [Methodological basis of assessment of socio-economic development of the enterprise]. *Nauk.-prakt. zhurnal: Investyicii: praktyka ta dosvid – scientific-practic. magazine: Investments: Practice and Experience*, 9, 60-65

Римкина М.С., аспирант
КНУ имени Тараса Шевченка

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье проанализирован уровень социально-экономического развития предприятий энергетического сектора Украины в 2010-2014 гг. Осуществлено эконометрическое моделирование зависимости между социально-экономическим развитием предприятий и эффективностью их деятельности. Полученные результаты построенной модели свидетельствуют, что более 90% полученной эффективности деятельности предприятия зависят от экономической, социальной и экологической составляющих социально-экономического развития предприятий.

Ключевые слова: предприятие, развитие, социально-экономическое развитие предприятия, эффективность деятельности.

Maryna Rymkina, PhD student
Taras Shevchenko Kyiv National University

ECONOMETRIC MODELING OF DEPENDENCIES BETWEEN SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISES AND THEIR EFFECTIVENESS

The article highlights the current conditions of socio-economic development of the enterprises in the energy sector of Ukraine. Modern economic development has a number of characteristics that contribute to change in conditions of functioning of enterprises. Changing main factors of production advocates an important component of the enterprises management and needs to be further profound research at current conditions. Increasingly the successful of doing business depends on intellectual opportunities that implemented in the production process. Thus, intellectual, human and social capitals become in the foreground. For today, exactly these levers form the dependable development long-term and competitiveness of enterprises globally and in Ukraine in particular. Analysis of international studies and publications indicates the balance between social, economic and environmental aspects that give rise to the development of energy in Ukraine.

Conducted in the article an overview and analysis of scientific literature on socio-economic development of the enterprises of the energy sector of Ukraine. The analysis, consist on the author proposed indicators, the level of socio-economic development of the enterprises of the energy sector Ukraine at 2010-2014. There were done econometric modeling of relationship between socio-economic development of enterprises and the efficiency of their activities.

Keywords: enterprise, development, socio-economic development, enterprise efficiency.

УДК 65.016
JEL E22, E32

Магдич І. П., здобувач
КНУ імені Тараса Шевченка

АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ТА НАПРЯМІВ ВИКОРИСТАННЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Досліджено рух грошових коштів, формування позитивних та негативних грошових потоків, їх структури, джерел формування та напрямів використання на пивоварних підприємствах, що контролюють більше 90% ринку пивоварної галузі України.

Проаналізовано динаміку чистих грошових потоків пивоварних підприємств протягом 2010-2014 рр., що дало змогу виявити причини негативного впливу грошових потоків на інвестиційну діяльність пивоварної галузі України.

Ключові слова: грошовий потік, пивоварна галузь, інвестиційна діяльність, джерела формування грошових потоків, структура грошових потоків.

Вступ. У сучасних умовах з метою забезпечення ефективної діяльності та розвитку підприємств, у тому числі підприємств пивоварної галузі, важливим є аналіз руху коштів, джерел формування грошових потоків та оптимізація напрямів їх використання. Аналіз грошових потоків підприємства є важливою складовою оцінки його фінансового стану. Постійний моніторинг руху коштів дає можливість мінімізувати ризик неплатоспроможності підприємства та є запорукою його успішної діяльності в довгостроковій перспективі. Достовірні та своєчасні дані щодо динаміки та структури грошових потоків надають підприємству необхідну інформацію для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Достатність грошових коштів для покриття зобов'язань та ефективне управління ними є необхідною умовою стабільного фінансового стану підприємств, сприяє активізації їх інвестиційної та інноваційної діяльності, що забезпечує успіх у конкурентній боротьбі та підвищує міжнародну конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. Попередній аналіз достатності грошових коштів для покриття поточних зобов'язань п'яти підприємств пивоварної галузі України протягом 2008-2014 рр. показав, що на всіх досліджуваних підприємствах у 2014 році навіть половина виплат за поточними зобов'язаннями не забезпечується власними грошовими коштами, що свідчить про зростання поточних зобов'язань та малу частку власних грошових коштів підприємств у їх покритті [4]. Саме тому необхідно більше уваги приділяти аналізу руху грошових коштів, формуванню позитивного та негативного грошових потоків, дослідженню їх структури, джерел формування та напрямів використання грошових коштів пивоварних підприємств.

Аналіз останніх публікацій. Дослідженням теоретичних і практичних питань розвитку світового та українського пивного ринку, джерел формування і напрямів використання фінансових ресурсів займалися провідні науковці: В. Д. Базилевич [1], Д. І. Берницька [1], І. В. Мельник [7], Т. В. Білоног [2], П. Даніалі [3], В. І. Ємцев [5], Яблонська Н. В. [13] та ін. Проте динамічні зміни в економічній та політичній ситуації в країні наочно свідчать про гостру необхідність подальшого вивчення проблемних питань галузі, пошуку шляхів виведення її з кризи та подальшого розвитку.

Метою даної статі є дослідження руху грошових коштів, формування позитивного та негативного грошових потоків, їх структури, джерел формування та напрямів використання грошових коштів пивоварних підприємств

Результати дослідження. Не зважаючи на присутність великої кількості виробників пива, більше 90% ринку контролюють чотири підприємства. Основними представниками пивоварної галузі України, є: ПАТ “САН ІнБев Україна” (ринкова частка становить 32%), ПАТ “Карлсберг Україна” (29,5%), ПАТ “Оболонь” (24,5%), ПрАТ “Ефес Україна” (5,2%) та ПАТ “Пиво-безалкогольний комбінат “Радомишль” (2,8%). Частки малих пивоварень становлять приблизно 6% і поступово зменшується. У 2014 році частка виробництва пива становила 1,42% у загальному обсязі виробництва продукції переробної промисловості [4].

Динаміка загального грошового потоку ПАТ “Карлсберг Україна” не має стійкої тенденції протягом 2008-2014 рр. (рис. 1). Найбільше зменшення загального грошового потоку підприємства спостерігалось у 2014 році (на 1268,2 млн. грн. порівняно з 2013 роком). Це пов'язано із загальним спадом економіки України та кризою у пивоварній галузі. У підприємства не вистачало грошових коштів для фінансування своєї діяльності, тому воно змушене було взяти позику на значну суму, що негативно вплинуло на грошовий потік від фінансової діяльності. Ці фактори призвели до виникнення негативного загального грошового потоку підприємства, який, крім 2014 року, спостерігався ще у 2011 та 2009 роках.

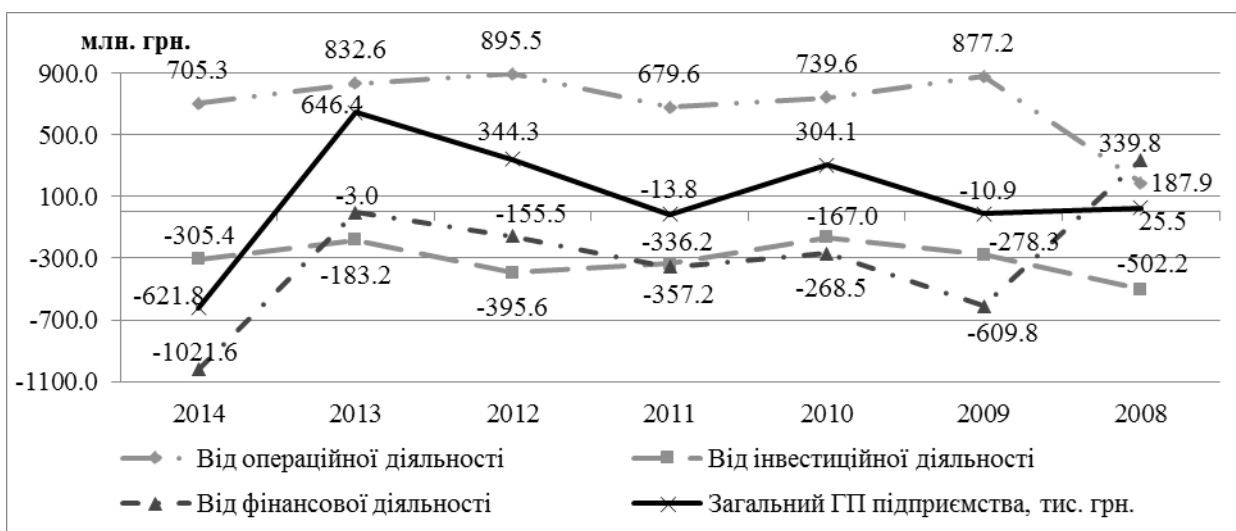


Рис. 1. Динаміка грошових потоків ПАТ “Карлсберг Україна” протягом 2008-2014 рр., млн. грн.

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності підприємства (форма №3 “Звіт про рух грошових коштів”) [9]

У структурі позитивних грошових потоків від звичайної діяльності переважають надходження від операційної діяльності протягом 2009-2014 рр. У структурі вихідного грошового потоку від звичайної діяльності найбільша частка належить витратам, що пов'язані з фінансовою діяльністю (81,3%). Якщо така ситуація зберігатиметься у подальших роках, то це означатиме, що підприємство фінансує витрати своєї діяльності за рахунок позичених коштів і при цьому має незначні надходження грошових коштів в

результаті своєї основної діяльності. Це неминуче призведе до втрати платоспроможності, фінансової залежності та банкрутства.

У структурі позитивного грошового потоку від інвестиційної діяльності ПАТ «Карлсберг» протягом 2008-2014 рр. 100% займають надходження від реалізації необоротних активів. Негативний грошовий потік від інвестиційної діяльності формують витрати на придбання необоротних активів, а в 2010 році підприємство здійснювало ще витрати на придбання фінансових інвестицій (1,2% від загальної суми витрат на інвестиційну діяльність). Чистий грошовий потік від інвестиційної діяльності має від'ємні значення, характеризується значними коливаннями протягом 2008-2014 років. Найнижчого свого рівня чистий грошовий потік від інвестиційної діяльності досяг у 2008 році (-502155 тис. грн.), а найвищого рівня – у 2010 році (-166981 тис. грн.).

Грошовий потік у результаті фінансової діяльності формується за рахунок надходжень, у структурі яких 100% належить отриманим позикам, та витрачання, що пов'язані з погашенням позик, сплатою відсотків та іншими витратами від фінансової діяльності підприємства. Негативне значення загального чистого грошового потоку підприємства спостерігалось у 2009, 2011 та 2014 роках. Це пов'язано з недостатнім обсягом надходжень грошових коштів від звичайної діяльності для фінансування її витрат.

Чистий грошовий потік від звичайної діяльності ПрАТ «Ефес Україна» зменшився у 2010 році на 90,1 млн. грн. порівняно з 2009 роком і становив -2,1 млн. грн. У 2011 році тенденція до скорочення чистого грошового потоку від звичайної діяльності зберіглась (рис. 2).

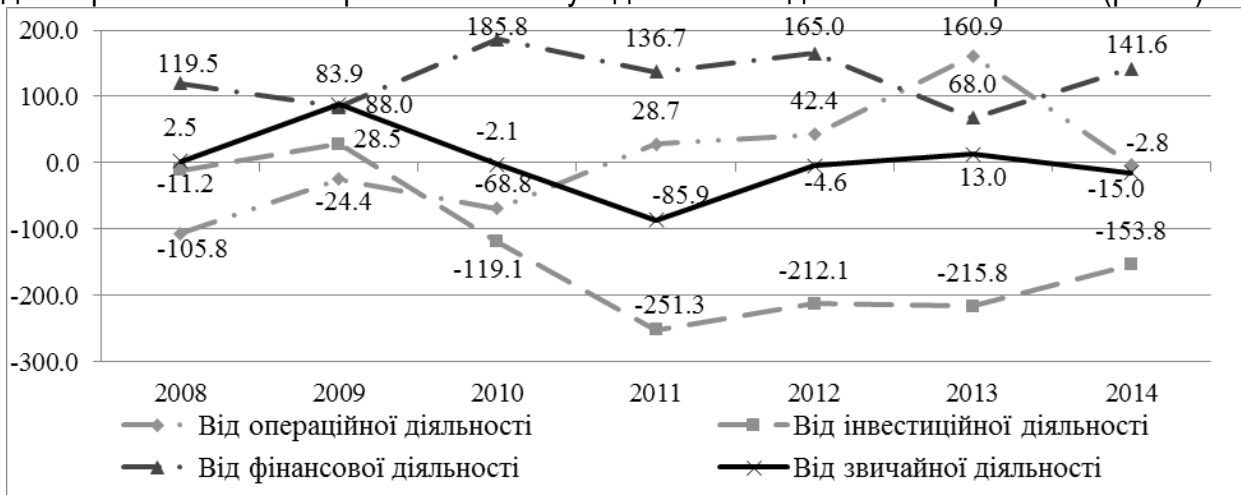


Рис. 2. Динаміка грошових потоків ПрАТ Ефес Україна протягом 2008-2014 рр., млн. грн.

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності підприємства (форма №3 "Звіт про рух грошових коштів") [12]

Протягом 2008-2010 рр. чистий грошовий потік від операційної діяльності на ПрАТ «Ефес Україна» мав від'ємні значення, а приріст коштів забезпечувався за рахунок надходжень від фінансової діяльності. У цьому випадку нові суми позик не використовуються в повній мірі для розвитку підприємства, а висока плата за них знижує ефективність його діяльності. Подібна ситуація у довгостроковому періоді може призвести до того, що підприємство не матиме можливості платити за зобов'язаннями, адже основним джерелом їх погашення є надходження від операційної діяльності.

У 2013 році витрати, пов'язані з інвестиційною діяльністю також значні, проте надходжень від операційної та фінансової діяльності достатньо для їх покриття, і підприємство має додатне значення чистого грошового потоку від звичайної діяльності. Джерелами формування грошового потоку від інвестиційної діяльності є надходження від реалізації необоротних активів та отриманих відсотків. Позитивний грошовий потік підприємства в результаті фінансової діяльності формується за рахунок отриманих позик та інших надходжень.

Чистий грошовий потік від звичайної діяльності ПАТ “Оболонь” зростає протягом 2008-2013 рр. У 2014 році внаслідок складної ситуації в країні та у зв'язку з призупиненням діяльності підрозділу корпорації ПАТ “Севастопольський завод напоїв”, що знаходиться в АРК, та втратою важливого ринку збуту, відповідно чистий грошовий потік від звичайної діяльності різко скоротився на 151,2 млн. грн.. Чистий грошовий потік від фінансової діяльності різко скоротився у 2010 році на 497,6 млн. грн. порівняно з 2009 роком. Протягом 2011-2014 рр. тенденція до зменшення чистого грошового потоку від фінансової діяльності зберігається, що пов'язано із отриманням великих позик та необхідністю їх погашення (рис. 3).

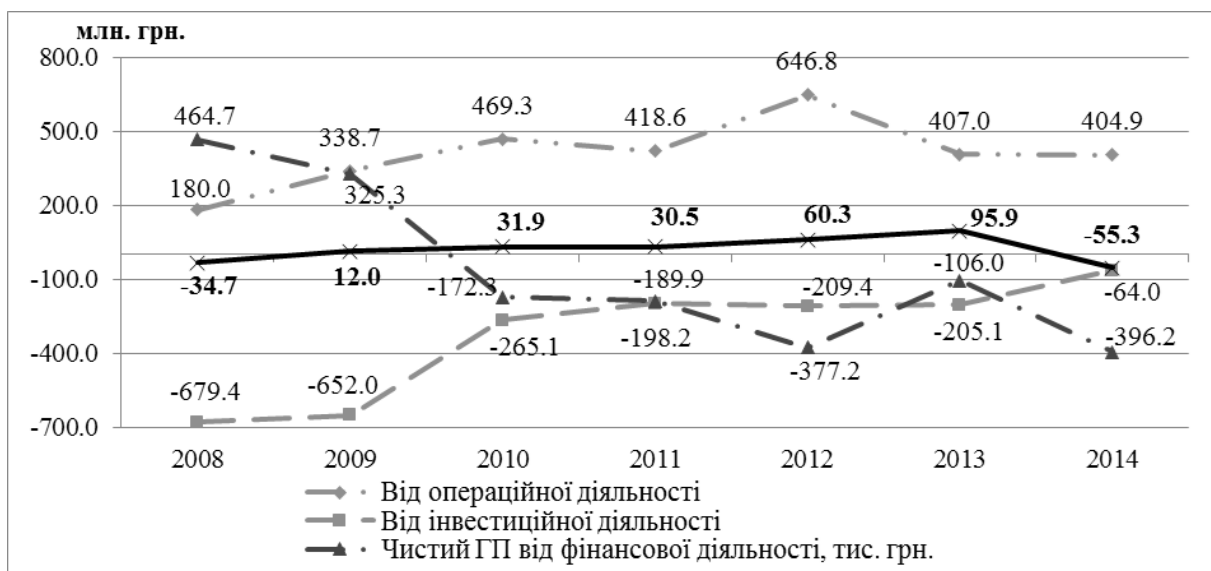


Рис. 3. Динаміка грошових потоків ПАТ “Оболонь” протягом 2008-2014 рр., млн. грн.

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності підприємства (форма №3 “Звіт про рух грошових коштів”) [10]

У структурі грошового потоку ПАТ Оболонь протягом 2008-2009 рр. переважають надходження від фінансової діяльності (68,4% та 72% відповідно у загальному обсязі надходжень від звичайної діяльності), а також витрати від інвестиційної діяльності (58,8% у 2008 році) та від фінансової діяльності (56,3% у 2009 році) у загальному обсязі витрат від звичайної діяльності корпорації. З 2010 року основним джерелом надходжень коштів була основна діяльність. Враховуючи те, що чистий грошовий потік від операційної діяльності додатний, то надходження від цієї діяльності, що залишилися після фінансування її витрат, можуть бути використані на розвиток підприємства та його інвестиційну діяльність.

Частка надходжень від інвестиційної діяльності у загальному обсязі надходжень від звичайної діяльності незначна і коливається від 0,5% до 4,2%. Чистий грошовий потік підприємства від інвестиційної діяльності протягом 2008-2014 рр. від'ємний. Це пов'язано із спрямуванням значних сум коштів на придбання необоротних активів, частка яких у загальних витратах від інвестиційної діяльності становить від 78,3% до 98,5% протягом 2008-2014 рр. Найбільшу суму коштів на придбання фінансових інвестицій було спрямовано у 2013 році, що становило 4,6% від загальних витрат підприємства від інвестиційної діяльності. Найбільша частка у структурі доходів від інвестиційної діяльності належить надходженням від реалізації необоротних активів (2,8-74%), отриманих відсотків (0,7-42,3%), дивідендів (6,4-32,8%) та реалізації фінансових інвестицій (до 15,7%).

У структурі надходжень від фінансової діяльності ПАТ "Оболонь" протягом 2008-2014рр. найбільшу частку займають отримані позики (96,5-100%). Основними напрямками витрачання коштів (фінансова діяльність) протягом 2008-2014 рр. є погашення позик (60,9-98,5%), виплата дивідендів (0,7-7,9%) та інші витрати (0,05-34,5%).

Загальний чистий грошовий потік ПАТ "САН ІнБев" протягом 2008-2014 рр. нестабільний. Якщо до 2010 року він зростає, то вже з 2011 року він з року в рік то різко зменшується, набуваючи від'ємних значень, то знову зростає. Така ситуація переважно пов'язана із коливаннями чистого грошового потоку від операційної діяльності, найбільше значення якого спостерігалось у 2012 році (923,5 млн. грн). Чисті грошові потоки від інвестиційної та фінансової діяльності протягом 2009-2014 рр. від'ємні (рис. 4).

У 2008 та 2009 роках у структурі доходів від звичайної діяльності найбільшу частку займали надходження від фінансової діяльності (82,9% та 51,6% відповідно). Протягом 2010-2014 рр. надходження від операційної діяльності були основним джерелом доходів від звичайної діяльності ПАТ "САН ІнБев". У структурі видатків від звичайної діяльності найбільшу частку займають витрати, пов'язані з операційною діяльністю протягом 2010-2014 рр., а протягом 2008-2009 рр. – витрати, що пов'язані з фінансовою діяльністю. Другою за значимістю групою витрат від звичайної діяльності є витрати, пов'язані з фінансовою діяльністю протягом 2010-2014рр. У структурі чистого грошового потоку від звичайної діяльності надходження від інвестиційної діяльності займають найменшу частку.

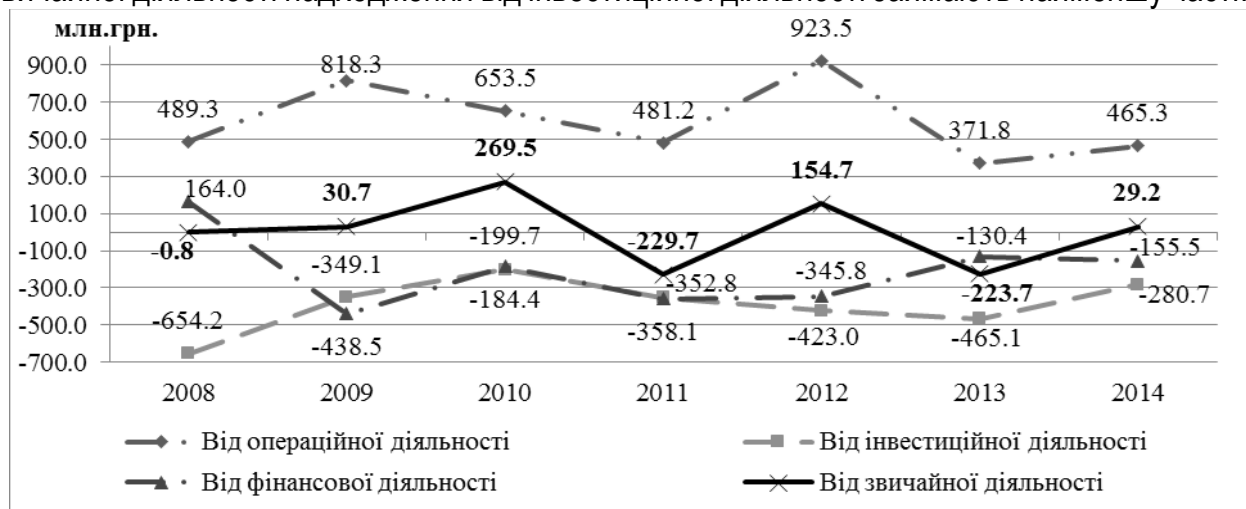


Рис. 4. Динаміка чистих грошових потоків ПАТ САН ІнБев протягом 2008-2014 рр., млн. грн.

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності підприємства (форма №3 "Звіт про рух грошових коштів") [11]

Основним джерелом надходжень коштів від фінансової діяльності є отримання позик, а напрямами витрачання – погашення позик, виплата дивідендів та інші платежі. Основним джерелом надходжень коштів від інвестиційної діяльності протягом 2008-2014 рр. є реалізація необоротних активів. Основним напрямом витрат коштів, що пов'язані з інвестиційною діяльністю, є придбання необоротних активів.

Негативні тенденції чистого руху грошових коштів спостерігаються на ПАТ “Пиво-безалкогольний комбінат Радомишль”. Перевищення грошового потоку від фінансової діяльності над грошовим потоком від операційної діяльності означає, що на підприємстві не вистачає грошових коштів, тому воно змушене брати позики для фінансування своїх витрат (рис. 5). Від’ємне сальдо вхідного та вихідного грошового потоку від операційної діяльності, що спостерігалось на підприємстві протягом 2008-2009, 2011-2012 років та в 2014 році, свідчить про проблеми в управлінні грошовими потоками та нерентабельну основну діяльність підприємства.

У структурі доходів від звичайної діяльності ПАТ “Пиво-безалкогольний комбінат Радомишль” найбільшу частку протягом 2008-2010 рр. займають надходження від фінансової діяльності, а протягом 2012-2014 рр. – надходження від операційної діяльності. У структурі витрат від звичайної діяльності найбільша частка належить витратам від фінансової діяльності протягом 2008-2011 рр. та витратам від операційної діяльності – протягом 2012-2014 рр.

Вхідний грошовий потік від інвестиційної діяльності забезпечувався за рахунок отриманих відсотків та інших надходжень, а основними джерелами витрачання коштів від інвестиційної діяльності були: витрати на придбання необоротних активів та інші платежі. Основним джерелом надходжень коштів від фінансової діяльності є отримані позики та інші надходження, а основними напрямами витрат – погашення позик та інші платежі.

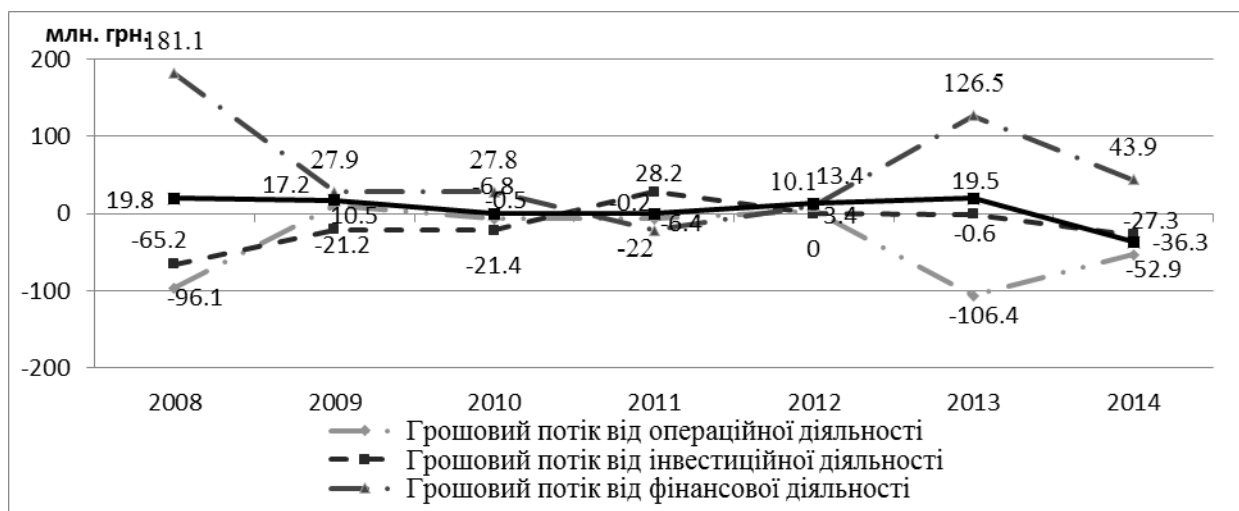


Рис. 5. Динаміка грошових потоків ПАТ “Пиво-безалкогольний комбінат Радомишль” протягом 2008-2014 рр. млн. грн.

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності підприємства (форма №3 “Звіт про рух грошових коштів”) [8]

Динаміка чистих грошових потоків від звичайної діяльності п'яти досліджуваних пивоварних підприємств представлена на рис. 6. ПАТ "САН ІнБев" має від'ємне сальдо руху коштів у 2011 та 2013 роках. На ПрАТ "Ефес Україна" загальний чистий грошовий потік від'ємний протягом 2010-2012 рр. та в 2014 році, на ПАТ "Оболонь" – лише у 2014 році, на ПАТ "Карлсберг" – у 2011 та 2014 роках, а на ПАТ "Пиво-безалкогольний комбінат Радомишль" – у 2010, 2011 та 2014 роках.

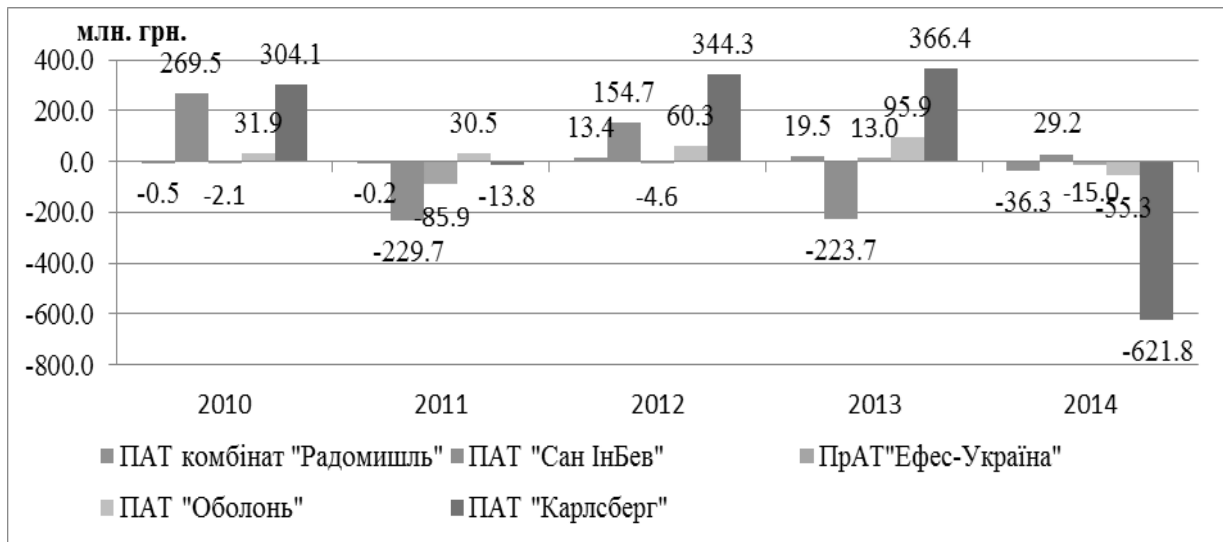


Рис. 6. Динаміка чистих грошових потоків пивоварних підприємств протягом 2010-2014 рр.

млн. грн.

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності підприємств [8, 9, 10, 11, 12]

Як бачимо з рис. 6, на чотирьох з п'яти досліджуваних пивоварних підприємств чистий грошовий потік від звичайної діяльності у 2014 році від'ємний. Це негативно впливає на їх інвестиційну діяльність. Лише ПАТ САН ІнБев, після значного зменшення чистого грошового потоку у 2013 році порівняно з 2012 роком на 378,4 млн. грн., вдалося досягти позитивного загального чистого грошового потоку (29,2 млн. грн.).

Висновки. Проведене дослідження руху грошових коштів лідерів підприємств пивоварної галузі показало, що чистий грошовий потік від звичайної діяльності є від'ємний в цілому по галузі, що негативно впливає на інвестиційну діяльність, зменшує можливості підприємств як у економічному, так і у соціальному розвитку. В подальших дослідженнях потрібно звернути особливу увагу на причини від'ємного значення чистого грошового потоку від звичайної діяльності та проаналізувати фактори, що мають найбільший вплив на нього. Базуючись на проведенні додаткових досліджень варто розробити відповідні можливі управлінські рішення по оптимізації грошових потоків підприємств з метою недопущення збереження негативної тенденції руху у майбутніх періодах.

Література

1. Базилевич В.Д. Інституційний концепт модернізації фінансових інститутів / В.Д Базилевич, В.Л. Осецький // Фінанси України. – 2013. – № 5. – С. 19-31
2. Берницька Д. І. Аналіз зовнішнього мікросередовища підприємств пивоварної промисловості / Д. І. Берницька // Інноваційна економіка. - 2013. - № 2. - С. 66-71. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/inek_2013_2_16.pdf

3. Білоног Т. В. Аналіз пивоварної галузі та її роль у забезпеченні сталого розвитку економіки // Всеукраїнський науково-виробничий журнал Сталій розвиток економіки – червень 2012 – №16 Хмельницьк, 2009 – 51-55 с.
4. Даніалі П. Стратегії розвитку пивоварних підприємств України // Економіка і управління – № 2/2014 – с. 73-78 - Режим доступу: <http://www.e-u.in.ua/journal/230.pdf>
5. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Ємцев В. І. Конкуренентоспроможність підприємств та проблеми розвитку у пивоварній промисловості // Вісник Приазовського державного технічного університету, серія: Економічні науки: збірник наукових праць – 2011 - Режим доступу: <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/4290/%D1%81%D1%82%D1%80.78.pdf?sequence=1>
7. Меленчук Ю. Т Маркетинговий аналіз пивного ринку на первинних даних // БІЗНЕСІНФОРМ – № 9 – 2014 – с. 363-368
8. Мельник І. В. Аналіз і напрямки розвитку ринку пивоварної галузі України // Економіка харчової промисловості – № 1(17) – 2013 – с. 57-61
9. Річний звіт за 2008-2014 роки ПАТ “Пиво-безалкогольний комбінат Радомишль” [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://smida.gov.ua>
10. Річний звіт за 2008-2014 роки ПАТ «Карлсберг Україна» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://smida.gov.ua>
11. Річний звіт за 2008-2014 роки ПАТ «Оболонь» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://smida.gov.ua>
12. Річний звіт за 2008-2014 роки ПАТ «САН ІнБев» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://smida.gov.ua>
13. Річний звіт за 2008-2014 роки ПрАТ «Ефес Україна» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://smida.gov.ua>
14. Яблонська Н. В. Сучасні тенденції та проблеми розвитку пивного ринку України // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2014. – № 8 (216). – с. 220-228

References

1. Bazylevych V.D. Instytutsiynyy kontsept modernizatsiyi finansovykh instytutiv / V.D Bazylevych, V.L. Osets'kyi // Finansy Ukrayiny. – 2013. – # 5. – S. 19-31
2. Bernyc'ka D. I. Analiz zovnishn'ogo mikroseredovyshha pidpryjemstv pyvovarnoi' promyslovosti / D. I. Bernyc'ka // Innovacijna ekonomika. - 2013. - № 2. - S. 66-71. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/inek_2013_2_16.pdf
3. Bilonog T. V. Analiz pyvovarnoi' galuzi ta ii' rol' u zabezpechenni stalogo rozvytku ekonomiky // Vseukrai'ns'kyj naukovo-vyrobnychyj zhurnal Stalyj rozvytok ekonomiky – cherven' 2012 – №16 Hmel'nyc'k , 2009 – 51-55 s.
4. Daniali P. Strategii' rozvytku pyvovarnykh pidpryjemstv Ukrai'ny // Ekonomika i upravlinnja – № 2/2014 – s. 73-78 - Rezhym dostupu: <http://www.e-u.in.ua/journal/230.pdf>
5. Derzhavnyj komitet statystyky Ukrai'ny [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Jemcev V. I. Konkurentospromozhnist' pidpryjemstv ta problemy rozvytku u pyvovarnij promyslovosti // Visnyk Pryazov's'kogo derzhavnogo tehnicznego universytetu, serija: Ekonomichni nauky: zbirnyk naukovykh prac' – 2011 - Rezhym dostupu: <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/4290/%D1%81%D1%82%D1%80.78.pdf?sequence=1>
7. Melenchuk Ju. T Marketyngovyj analiz pyvnogo rynku na pervynnykh danyh // BIZNESINFORM – № 9 – 2014 – s. 363-368
8. Melnyk I. V. Analiz i naprjamky rozvytku rynku pyvovarnoi' galuzi Ukrai'ny // Ekonomika harchovoi' promyslovosti – № 1(17) – 2013 – s. 57-61

9. Richnyj zvit za 2008-2014 roky PAT "Pyvo-bezalkogol'nyj kombinat Radomyshl" [Elektronnyj resurs]. — Rezhyim dostupu : <http://smida.gov.ua>
10. Richnyj zvit za 2008-2014 roky PAT «Karlsberg Ukrai'na» [Elektronnyj resurs]. — Rezhyim dostupu : <http://smida.gov.ua>
11. Richnyj zvit za 2008-2014 roky PAT «Obolon'» [Elektronnyj resurs]. — Rezhyim dostupu : <http://smida.gov.ua>
12. Richnyj zvit za 2008-2014 roky PAT «SAN InBev» [Elektronnyj resurs]. — Rezhyim dostupu : <http://smida.gov.ua>
13. Richnyj zvit za 2008-2014 roky PrAT «Efes Ukrai'na» [Elektronnyj resurs]. — Rezhyim dostupu : <http://smida.gov.ua>
14. Jablons'ka N. V. Suchasni tendencii' ta problemy rozvytku pyvnogo rynku Ukrai'ny // Naukovyj visnyk Odes'kogo nacional'nogo ekonomichnogo universytetu. — Nauky: ekonomika, politologija, istorija. — 2014. — № 8 (216). — s. 220-228

Игорь Магдыч, соискатель
КНУ имени Тараса Шевченко

АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ ФОРМИРОВАНИЯ И НАПРАВЛЕНИЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИВОВАРЕННОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

Исследовано движения денежных средств, формирование положительных и отрицательных денежных потоков, их структуры, источников формирования и направлений использования на пивоваренных предприятиях, которые контролируют более 90% рынка пивоваренной отрасли Украины.

В статье проведен анализ динамики чистых денежных потоков пивоваренных предприятий в течение 2010-2014 гг., что позволило выявить причины негативного влияния на инвестиционную деятельность пивоваренной отрасли Украины.

Ключевые слова: социальные факторы, конкурентоспособность человеческого ресурса, социально-ориентированная конкурентоспособность.

Igor Magdych, PhD Student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

ANALYSIS OF SOURCES AND DIRECTIONS OF USING CASH FLOWS OF ENTERPRISES OF BREWING INDUSTRY OF UKRAINE

The article studied the current state of the brewing industry in Ukraine. It is analyzed of main trends of investment activity of the enterprises of the brewing industry, a allowing us to highlight areas of the industry in Ukraine.

The aim of the study is to investigate the cash flow, Identify positive and negative cash flows, to analyze the structure of cash flows, to identify sources of formation and uses of cash flow of the enterprises of the brewing industry.

Results of the analysis showed that leaders of the brewing industry have negative net cash flow from operation activities, which have negatively effects on the investment activity in the whole brewing industry of Ukraine.

Key words: Cash flow, the brewing industry, investment, sources of formation, the structure of cash flows.

УДК 658:504.03
JEL M410

Маліновська Д.К., аспірант
КНУ імені Тараса Шевченка

ЕКОЛОГІЧНИЙ АУДИТ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ПРИРОДООХОРОННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Визначено вплив природоохоронної діяльності, її місце в загальних господарських операціях. Розглянуто основні показники природоохоронної діяльності в Україні, а саме проаналізовано динаміку нарахування та сплати екологічного податку, його склад. Наведена динаміка джерел фінансування природоохоронної діяльності за останні роки.

Підприємство має не лише вкладати кошти у природоохоронні програми різного характеру, а й забезпечити ефективно їх використання. Запропоновано шляхи визначення ефективності проведеної природоохоронної діяльності. Розглянуто складові контролю, особливу увагу виділено внутрішньому аудиту.

Ключові слова: витрати на природоохоронну діяльність, екологічний податок, внутрішній аудит, моніторинг

Постановка проблеми. Підприємство як суб'єкт підприємницької діяльності існує та функціонує в єдиному природному середовищі при взаємодії з іншими суб'єктами цього процесу. Разом з тим, попри однорідність середовища та взаємовідносин підприємство на власний ризик втілює ініціативами та вирішує проблеми. Сучасне суспільство вимагає від господарюючих суб'єктів організації та ведення соціально-відповідального «зеленого» бізнесу. Відповідно і бізнес висуває до суспільства вимоги зі створення умов для можливості ведення такого бізнесу. Ці партнерські відносини важко формуються в Україні особливо у сфері природоохоронної діяльності. Важливим аспектом таких відносин є відповідне інформаційне забезпечення процесу взагалі і в сфері обліку відповідних витрат і доходів зокрема.

Підприємство, яке хоче отримати допомогу від держави або від інших спонсорів має запевнити їх, що кошти будуть витрачені на конкретні заходи. Це можливо лише за умови ретельно побудованої системи контролю. На жаль, поки що, відомі лише закордонні приклади екологічного менеджменту.

Аналіз останніх публікацій. Проблемам контролю природоохоронної діяльності присвячені наукові праці таких відомих учених-економістів як: Н.І. Дорош, Г.І. Купалова, А.П. Москаленко, Н.В. Пахомова, В.Я. Шевчук та інших [1-5] Проте, наукові праці не достатньо розкривають питання обліку забезпечення компенсації ризиків, пов'язаних з екологічними наслідками діяльності в умовах застосування міжнародних та національних стандартів бухгалтерського обліку.

Невирішені частини проблеми. Природоохоронна діяльність полягає у взаємодії всіх суб'єктів. Саме тому підприємство не може самотійно впоратися з екологічним навантаженням, джерелом якого воно може і не бути. Іншими словами, держава повинна не лише стимулювати усі підприємства країни до ведення екологічно безпечної діяльності, а й контролювати їх діяльність і правомірність. Саме тому, підприємству необхідно

розробити план дій не лише для залучення інвесторів, а й для здійснення контролю отриманих результатів.

Результати дослідження. Платежі за забруднення навколишнього середовища є складовою частиною фінансового механізму охорони довкілля та раціонального використання природних ресурсів. Основу платежів становлять нормативи плати за забруднення навколишнього середовища. На рис. 1 наведена статистика нарахування та сплати екологічного податку в Україні за період з 2007 року по 2014 рік. Лише з 2011 року паралельно з статистикою нарахування екологічного податку, Держкомстат почав відслідковувати і тенденцію його сплати. Не можна не відзначити, що більше 90% нарахованого податку підприємства сплатили. Лише у 2013 році цей показник становив 89%, і разом з тим у 2014 – 96,6%.

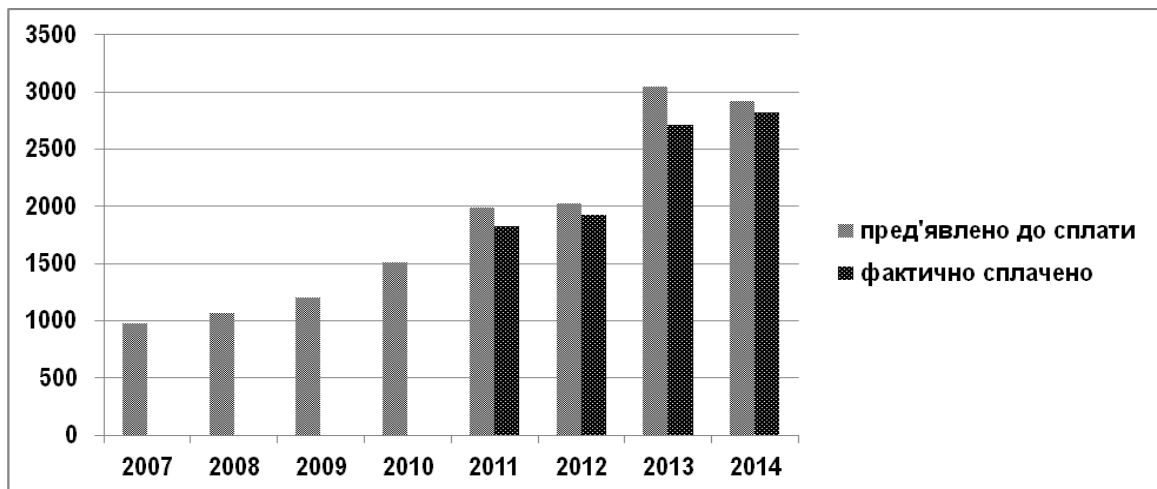


Рис.1 Екологічний податок в Україні, млн.грн

Джерело: розроблено автором на основі даних Держкомстату [6-10]

Згідно з Податковим Кодексом України екологічний податок сплачується за:

- викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря стаціонарними джерелами забруднення;
- скиди забруднюючих речовин безпосередньо у водні об'єкти;
- розміщення відходів (крім розміщення окремих видів (класів) відходів як вторинної сировини, що розміщуються на власних територіях (об'єктах) суб'єктів господарювання);
- утворення радіоактивних відходів (включаючи вже накопичені);
- тимчасове зберігання радіоактивних відходів їх виробниками понад установлені особливими умовами ліцензії строк [11].

У 2014 році найбільшу частку екологічного податку становив податок за викиди в атмосферне повітря забруднюючих речовин і найменше скиди у водні об'єкти. Графічно це зображено на рис.2

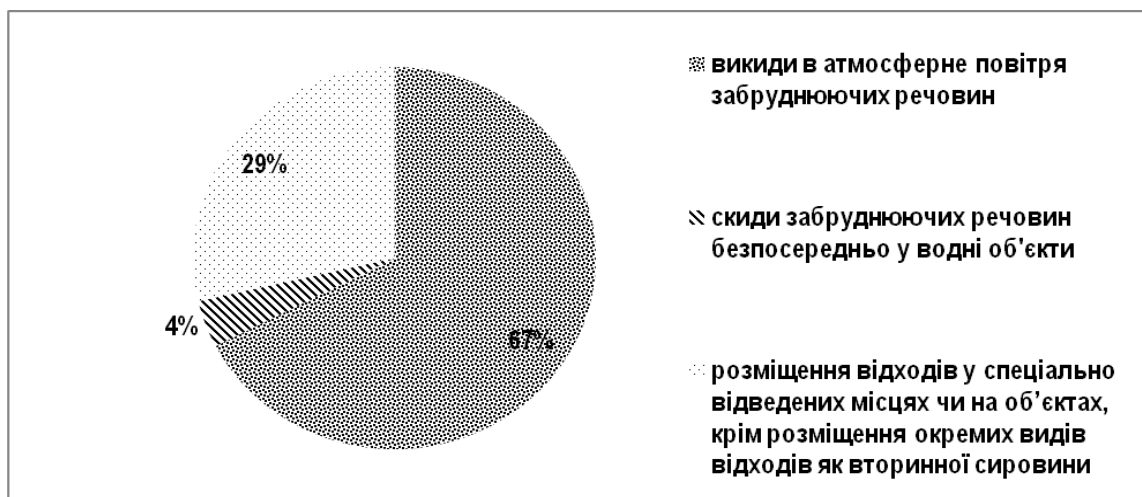


Рис.2. Склад екологічного податку у 2014 році за встановленими нормативами

Джерело: розроблено автором на основі даних Держкомстату [6]

Характер забруднення навколишнього середовища дуже різноманітний і не завжди піддається кількісному обліку. Втрати від забруднення можна класифікувати за двома видами: економічний і соціальний.

Економічні втрати спричиняються через ускладнення або припинення виробництва певних видів продукції і відповідно втрат; соціальні — як наслідок негативного впливу на здоров'я та життєдіяльність людини (хвороби, втрати працездатності, велика смертність).

Сучасна політика держав в галузі охорони навколишнього середовища від забруднення будується на принципі «забруднювач платить». В цьому принципі відображена політика покладення на забруднювачів відповідальності за всі дії, що спричиняють шкоду навколишньому середовищу.

Вперше на міжнародному рівні принцип «забруднювач платить» був обґрунтований Організацією економічного співтовариства і розвитку в 1972 році. З цього часу вказаний принцип став активно використовуватись в законодавчій практиці європейських та інших країн світу.

В Україні принцип «забруднювач платить» було запроваджено в 1991 році Законом України «Про охорону навколишнього природного середовища», стаття 44 якого встановила, що в Україні здійснюється плата за забруднення навколишнього природного середовища. Безпосередньо механізм визначення плати і стягнення платежів за забруднення довкілля був урегульований Постановою Кабінету Міністрів України від 13 січня 1992 р. та відповідною Постановою від 1 березня 1999 року, якими затверджено Порядок встановлення нормативів збору і стягнення платежів за забруднення навколишнього середовища [12-14].

В системі регулювання суспільних відносин в галузі охорони довкілля плата за забруднення несе велике різноманітне навантаження — стимулююче, координаційне, контролююче та компенсаційне.

Стимулююче навантаження плати за забруднення виявляється у впливі на економічні інтереси екологічно небезпечних підприємств шляхом підвищення або зменшення економічного тиску на них в залежності від обсягів викидів (скидів) в довкілля (чим більше обсяг викиду — тим вища плата). Для цього використовуються два види плати:

а) за лімітовані викиди (скиди) — в межах встановлених лімітів (тимчасового походження) викидів (скидів) забруднюючих речовин та згідно з дозволами на розміщення відходів в навколишньому середовищі (щодо цих лімітованих викидів (скидів) встановлюються фіксовані нормативи плати);

б) за перевищення лімітів викидів (скидів), розміщення забруднювальних речовин (плата визначається в кратному розмірі відносно до фіксованих платежів).

Розміри платежів за забруднення навколишнього природного середовища встановлюються на підставі лімітів та фактичних обсягів викидів і скидів забруднюючих речовин, розміщення відходів, а також базових нормативів плати за них і відповідних регулюючих коефіцієнтів.

Плата за забруднення навколишнього середовища в межах встановлених лімітів корегується за регіонами України із застосуванням коефіцієнтів, що враховують територіальні екологічні особливості, та коефіцієнтів індексації базових нормативів плати.

За понадлімітні викиди і скиди забруднювальних речовин і розміщення відходів установлюється підвищений розмір плати на підставі базового нормативу плати, коефіцієнта індексації, коефіцієнтів, що враховують територіальні екологічні особливості, і коефіцієнтів кратності плати за понадлімітні викиди і скиди забруднюючих речовин і розміщення відходів. У разі відсутності на підприємстві затверджених у встановленому порядку лімітів викидів і скидів забруднюючих речовин та розміщення відходів нормативи плати за ці речовини та розміщення відходів установлюються як за понадлімітні.

Платежі підприємств за викиди і скиди забруднювальних речовин і розміщення відходів у межах встановлених лімітів (тимчасово погоджених величин) відносяться на витрати виробництва, а при перевищенні лімітів провадяться за рахунок прибутку, що залишається у розпорядженні підприємств.

Крім цього, законом також передбачено платежі за пошкодження природних ресурсів (зниження родючості ґрунтів, продуктивності лісу і водоймищ) відповідно до встановлених нормативів.

Відповідні платежі стягуються з підприємств незалежно від форм власності і відомчої належності. Внесення плати за забруднення не звільняє підприємства від дотримання заходів по охороні навколишнього середовища, а також від сплати штрафних санкцій за екологічні правопорушення і повного відшкодування шкоди.

Держава не лише контролює діяльність підприємства, а й інколи виділяє грошову допомогу для реалізації тих чи інших екологічних проектів. Звісно, близько 90% всієї екологічної діяльності підприємства фінансують за власний рахунок, і лише близько 4% фінансується за рахунок місцевих та державного бюджетів. На рис.3 графічно наведено джерела фінансування природоохоронної діяльності.

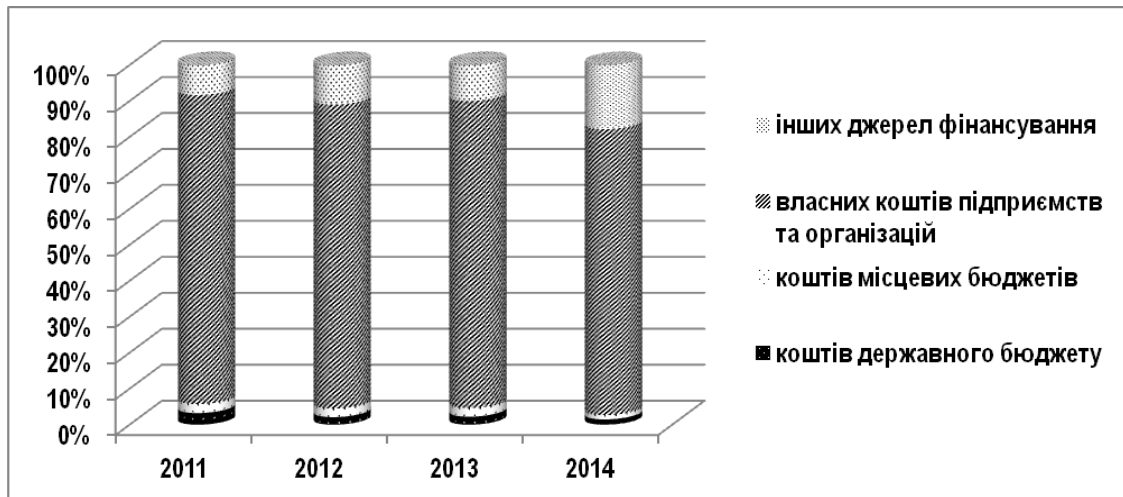


Рис.3. Джерела фінансування природоохоронної діяльності за 2011-2014 рр., Україна
Джерело: розроблено автором на основі даних Держкомстату [6-9]

У 2014 році в Україні витрати природоохоронної діяльності розподілилися між напрямками за наступними пріоритетами (рис.4): збереження біорізноманіття, охорона атмосферного повітря та проблеми зміни клімату, очищення зворотніх вод, науково-дослідні роботи, інші.

Контроль є важливим аспектом будь-якої діяльності не лише на державному рівні, а й на рівні кожного підприємства. Завдання менеджменту полягає у забезпеченні ефективної роботи, у сприянні виконання безпосередніх завдань, і ліквідування усі викривлень та зловживань на підприємстві. Найдоцільнішим, на нашу думку, є внутрішній екологічний аудит. Він повинен бути фінансово незалежним від структурованих підрозділів, в яких проводиться перевірка.

Здійснення контролю супроводжується рядом перевірок.

По-перше, це моніторинг та вимірювання основних процесів та явищ, які можуть суттєво впливати на навколишнє середовище. Ці процедури мають бути чітко задокументовані (документування показників діяльності, прийнятих заходів контролю і відповідність цільовим та плановим екологічним показникам підприємства) і повинні носити регулярний характер. Для точності моніторингу необхідно використовувати відповідне обладнання.

По-друге, підприємство має розробити і проводити процедури періодичної оцінки відповідності діяльності підприємства діючому законодавству та іншим зобов'язанням, які воно взяло на себе. Результати таких перевірок зберігаються на підприємстві.

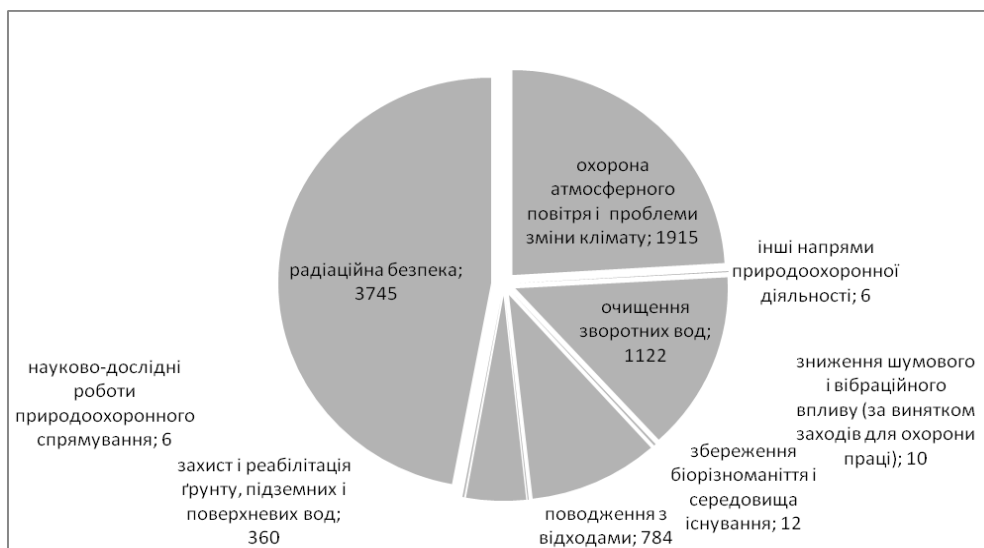


Рис.4. Витрати природоохоронної діяльності за напрямками 2014 рік, Україна

Джерело: розроблено автором на основі даних Держкомстату [6]

По-третє, підприємство повинно здійснювати заходи щодо виявлення та попередження порушень. Такі заходи мають визначатися вимогами стосовно:

- ідентифікації і виправлень порушень та прийняття рішень стосовно зменшення їх впливу на довкілля;
- розслідування порушень для визначення причин з яких вони виникають, та здійснення певних дій для не повторювання їх у майбутньому;
- оцінки необхідності проведення заходів з попередження порушень і подальшого їх усунення;
- запис результатів проведених корегуючих і попереджувальних дій;
- аналіз ефективності проведених дій.

Всі дії, які підприємство робить, мають бути пропорційні важливості проблем та задовольняти головний принцип економічності.

По-четверте, має бути ефективне управління документообігом, для забезпечення відповідності їх вимогам діючого законодавства та міжнародним стандартам. На підприємстві має бути створена система ідентифікації, зберігання, захисту, пошуку(з визначеним терміном зберігання та вилучення документів). Останні повинні зручно читатися, ідентифікуватися і відслідковуватися в процесі документообігу підприємства.

І по-п'яте, найважливіше, на нашу думку, має бути розроблена дієва система внутрішнього аудиту. Аудит в екологічному менеджменті повинен служити для оцінки ефективності, повноти та обґрунтованості використання коштів на здійснення заходів щодо зменшення екологічних ризиків, попередження і ліквідації техногенних, екологічних, геологічних та інших катастроф у формі сформульованої незалежної думки аудитора. При цьому основне завдання аудиту полягає у визначенні ефективності та виявленні нових шляхів і підходів до вирішення екологічних проблем.

На практиці застосовуються різні види екоаудиту.

Системний аудит – дослідження організації підприємства та його процесів стосовно їх структурної й функціональної дієздатності.

Аудит процесів – перевірка певних виробничих процесів і процедур із погляду заходів для захисту навколишнього середовища.

Контрольний аудит – перевірка виконання законодавчих розпоряджень.

Аудит з особливих причин, наприклад: аудит обробки спеціальних відходів; аудит впливу виробничого процесу на здоров'я людей; аудит (екологічного життєвого циклу) продукції; аудит якості продуктів; аудит викидів (скидів) підприємства в навколишнє середовище.

Висновок. Природоохоронна діяльність потребує не лише великого фінансування, але й проведення постійних контрольних заходів щодо її ефективності. Це можливо досягти зокрема, шляхом проведення періодичних аудитів природоохоронної діяльності. Основні цілі аудиту: 1. Підтвердження результативності системи екологічного менеджменту. Аудит підтверджує досягнення підприємством запланованих чи встановлених показників, включаючи вимоги діючого законодавства та міжнародних стандартів. Це впевненість у тому що система екологічного менеджменту функціонує належним чином та чи може вона в майбутньому підтримуватися в належному робочому стані. 2. Забезпечення системного та повного подання інформації про результати аудиту зацікавленим користувачам. Така інформація повинна бути відповідною, достовірною, доречною та своєчасною, що можливо зробити через розроблення індивідуальних програм аудиту, виходячи із специфіки діяльності суб'єктів господарювання.

Література

1. Дорош Н.І. Аудит: теорія і практика [Текст]: [монографія] / Н.І.Дорош. - К.: Т-во "Знання", КОО, 2006. - 495 с.
2. Купалова Г.І. Екологічна звітність підприємств як складова національної інформаційної системи з охорони довкілля / Г. Купалова, Т. Матвієнко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2012. – Випуск 142. – С.12-16.
3. Москаленко А. П. Экономика природопользования и охраны окружающей среды [Текст]: [монографія] / А. П. Москаленко. — М. : ИКЦ «МарТ», Ростов-н/Д : Издательский центр «МарТ», 2003. — 224 с.
4. Пахомова Н.В. Экологический менеджмент. [Текст]: [монографія] / Н.В.Пахомова, А.Эндерс, К.Рихтер – СПб.: Питер, 2003. – 544 с. с. 453.
5. Шевчук В.Я. Екологічний аудит [Текст]: [монографія] / В.Я.Шевчук, Ю.М.Саталкін, В.М. Навроцький - К.: Вища школа, 2000, — 344 с.
6. Витрати на охорону навколишнього природного середовища та екологічні платежі у 2014 році - експрес випуск від 15.05.2015р. № 144/0/06.4вн-15 [Текст] /Державна служба статистики. –К.:2015. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2015/05/123pdf.zip>
7. Витрати на охорону навколишнього природного середовища та екологічні платежі у 2013 році - експрес випуск від 13.05.2014р. №167/0/06.4вн-14 [Текст] /Державна служба статистики. –К.:2014. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2014/05_14/120.zip
8. Витрати на охорону навколишнього природного середовища та екологічні платежі у 2012 році - експрес випуск від 13.05.2013р. № 06.4-42/319 [Текст] /Державна служба статистики. –К.:2013. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2012/ expres_2012.htm
9. Витрати на охорону навколишнього природного середовища та екологічні платежі у 2011 році - експрес випуск від 11.05.2012р. № 06/4-34/298 [Текст] /Державна служба статистики. –К.:2012. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2012/05_12/106.zip

10. Витрати на охорону навколишнього природного середовища та екологічні платежі у 2010 році - експрес випуск від 11.05.2011 № 107 [Текст] / Державна служба статистики. - К.: 2011. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2011/05_11/107.zip

11. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755VI: [із змінами та доповненнями] [Електронний ресурс] // Верховна Рада України: [сайт]. - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/275517>.

12. Про охорону навколишнього природного середовища № 1264-XII від 25.06.1991: [із змінами та доповненнями] [Електронний ресурс] // Верховна Рада України: [сайт]. - Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1264-12>.

13. Про затвердження Порядку визначення плати і стягнення платежів за забруднення навколишнього природного середовища та Положення про республіканський позабюджетний фонд охорони навколишнього природного середовища № 18 від 13.01.1992 [Електронний ресурс] // Кабінет Міністрів України: [сайт]. - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/18-92-%D0%BF>.

14. Про затвердження Порядку встановлення нормативів збору за забруднення навколишнього природного середовища і стягнення цього збору № 303 від 01.03.1999 [Електронний ресурс] // Кабінет Міністрів України: [сайт]. - Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/303-99-%D0%BF>.

References

1. Dorosh N.I. Audyt: teoriia i praktyka [Tekst]: [monohrafiia] / N.I. Dorosh. - K.: T-vo "Znannia", KOO, 2006. - 495 s.

2. Kupalova G. Ekologichna zvitnist' pidpriemstv yak skladova nacional'noi informacijnoi sistemi z oxoron idovkillia / G. Kupalova, T. Matvienko // Visnik Kiivs'kogo nacional'nogo universitetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika. - 2012. - Vipusk 142. - C. 12-16.

3. Moskalenko A. P. Ekonomika pryrodopolzovanyia y okhrany okruzhaiushchei sredy [Tekst]: [monohrafiia] / A. P. Moskalenko. — M.: YKTs «MarT», Rostov-n/D: Yzdatelskyitsentr «MarT», 2003. — 224 s.

4. Pakhomova N.V. Ekologicheskii menedzhment. [Tekst]: [monohrafiia] / N.V. Pakhomova, A. Anders, K. Rykhter – SPb.: Pyter, 2003. - 544 s. s. 453.

5. Shevchuk V.I. Ekologichniy audyt [Tekst]: [monohrafiia] / V.I. Shevchuk Y.M. Satalinlu., V.M. Navrotskyi - K.: Vyshchashkola, 2000, — 344 s.

6. Expenses for environmental protection and environmental charges in 2014 – rapid release of 15.05.2015r. # 144/0/15 06.4vn [Text] / StateStatisticsService. - K.: 2015. - Access: <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2015/05/123pdf.zip>

7. Expenses for environmental protection and environmental charges in 2013 - rapid release of 13.05.2014p. # 167/0/06.4vn-14 [Text] / StateStatisticsService. - K.: 2014. - Access: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2014/05_14/120.zip

8. Expenses for environmental protection and environmental charges in 2012 - rapid release of 13.05.2013p. # 06.4-42/319 [Text] / StateStatisticsService. - K.: 2013. - Access: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2012/expres_2012.htm

9. Expenses for environmental protection and environmental charges in 2011 - rapid release of 11.05.2012p. # 06.4-34/298 [Text] / StateStatisticsService. - K.: 2012. - Access: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2012/05_12/106.zip

10. Expenses for environmental protection and environmental charges in 2010 - rapid release of 11.05.2011 # 107 [Text] / StateStatisticsService. - K.: 2011. - Access: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2011/05_11/107.zip

11. Tax Code of Ukraine from 02.12.2010 p. № 2755VI: [with changes and additions] / The Verkhovna Rada of Ukraine: [site]. - Access: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/275517>.

12. On environmental protection № 1264-XII of 25.06.1991: [with changes and additions] [Electronic resource] // The Verkhovna Rada of Ukraine: [site]. - Access: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1264-12>.

13. On approval of determining fees and levying of charges for environmental pollution and the Regulations on the Republican budgetary fund of Environmental Protection of 01.13.1992 № 18 [electronic resource] // The Cabinet of Ministers of Ukraine [site]. - Access: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/18-92-%D0%BF>.

14. On approval of the establishment of norms of pollution of the environment and the recovery of this tax number 303 of 01.03.1999 [electronic resource] // The Cabinet of Ministers of Ukraine [site]. - Access: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/303-99-%D0%BF>.

Малиновская Д.К., аспирант
КНУ имени Тараса Шевченко

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АУДИТ КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Определено влияние природоохранной деятельности, ее место в общих хозяйственных операциях. Рассмотрены основные показатели природоохранной деятельности в Украине, а именно проанализирована динамика начисления и уплаты экологического налога, его состав. Приведена динамика источников финансирования природоохранной деятельности за последние годы.

Намечены пути определения эффективности проведенной природоохранной деятельности, так как предприятия должно не только вкладывать средства в природоохранные программы различного характера, а и обеспечивать их рациональное применение. Рассмотрены составляющие контроля, особое внимание выделено внутреннему аудиту.

Ключевые слова: *расходы на природоохранную деятельность, экологический налог, внутренний аудит, мониторинг.*

Daria Malinowska, Ph.DStudent
Taras Shevchenko Kyiv National University

ENVIRONMENTAL AUDIT AS AN ELEMENT OF CONTROL OF ENTERPRISE ENVIRONMENTAL ACTIVITY

Environmental protection is one of the main stream in business development .The purpose of this research is to identify how company influent of environmental protection, its place in general activities. The article consists analyze of environmental activity in Ukraine, describes some main aspects, such as environmental tax, its calculation and payments. There are principle "polluter pay" in Ukraine, so that enterprise have to pay as much as they pollute. Unfortunately, the tax is not cover even some immediate environmental needs. This article also describes dynamics of the sources of environmental financing in recent years. The huge part of such financing is, of course, own funds of enterprises. However, government also takes part in updating present assets.

The companies should not only invest in environmental programs of various kinds, but also to ensure their effective use. Article consists the ways of determining the effectiveness of environmental activities. It is also considered components of control, special attention is allocated on internal audit. Internal audit can be different types: system audit, audit of processes, control audit. Regular audits will provide management with reliable information base and results of effectiveness environmental programs.

Key words: *environmental expenses, environmental tax, internal audit, monitoring.*

УДК 330.5::364-7
JEL L31, I31

Наумова М.О., аспірант
КНЕУ імені Вадима Гетьмана

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В СИСТЕМІ ЧИННИКІВ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ЖИТТЯ

Узагальнено основні наукові підходи до визначення категорії «якість життя» і системи чинників, що впливають на якість життя населення. Обґрунтовано роль соціального підприємництва та його компонент в системі чинників підвищення якості життя.

Ключові слова: якість життя, соціальне підприємництво, чинники впливу.

Постановка проблеми. Вивчення якості життя населення та пошук шляхів її підвищення завжди є одним із пріоритетних завдань соціально-економічного аналізу, а в час глибокої соціально-економічної кризи – суттєво актуалізується. Новим важливим чинником підвищення якості життя постає соціальне підприємництво.

Соціальне підприємництво як напрям дослідження має недовгу історію вивчення, але останнє десятиліття розвивається, оскільки в даний час технологічний і економічний прогрес вимагає швидкої реакції на нові виклики.

Соціальне підприємництво – це процес, який відіграє в суспільстві роль каталізатора соціальних змін і вирішує важливі соціальні проблеми в такий спосіб, щоб у ньому не домінували фінансово-корпоративні вигоди для засновників та менеджерів. Це означає, що соціальне підприємництво пропонує перспективи, що забезпечують фінансову стійкість організації, з одного боку, і можливість ефективно вирішувати найбільш актуальні світові проблеми, з іншого боку.

Ідея підвищення якості життя населення на основі розвитку соціального підприємництва вимагає наукового обґрунтування, що підкреслює актуальність досліджень у даному напрямі.

Аналіз останніх публікацій. Вагомий внесок у розробку методологічних підходів до визначення та оцінки якості життя населення, а також систематизації соціальних факторів впливу на якість життя внесли праці українських учених Е. М. Лібанової [1], О. М. Гладуна [1], Л. С. Лісогор [1], О. А. Грішньої [4], А. М. Колота [2], А. В. Черкасова [3], О. І. Карого [5], В. В. Онікієнка [6] та ін.

Значний внесок у наукову розробку питань, пов'язаних з впливом соціального підприємництва на якість життя внесли іноземні вчені Д. Копонен [7], Є. Рібакова [8] та Дж. Саєва [8].

Невирішені частини проблеми. Теоретичний аналіз наукових праць показав, що незважаючи на вивченість проблеми якості життя населення як зарубіжними, так і вітчизняними дослідниками, поки що недостатньо досліджені фактори підвищення якості життя, зокрема, питання впливу соціального підприємництва на підвищення якості життя, що визначає актуальність даної роботи.

Завданням статті є дослідити основні фактори, що впливають на якість життя, серед яких виокремити соціальне підприємництво як новий напрям у підвищенні якості життя, та оцінити сучасний стан якості життя населення в Україні.

Результати дослідження. В умовах кризового стану економіки питання підвищення якості життя населення набувають стратегічної значущості і актуальності, стають стратегічним завданням державного управління.

В останні роки інтерес вітчизняних дослідників і практиків до категорії «якість життя» значно зріс у зв'язку з розробкою середньострокових програм щодо її підвищення в ув'язці з необхідністю підвищення конкурентоспроможності економіки України.

У вітчизняній та зарубіжній літературі існує безліч різних трактувань категорії якості життя, але єдиного загальноприйнятого визначення немає.

А. М. Колот, у найзагальнішому трактуванні, визначає якість життя як рівень задоволення потреб людини, який визначається відносно відповідних нормативів, соціальних стандартів, традицій, звичаїв або відповідно до сформованих особистих вимог [2, с. 74].

Суб'єктивний підхід до якості життя зводиться до розуміння індивідом ступеня задоволеності своїм життям, до його відчуттів, уявлень, усвідомлення власного щастя.

Сучасний рівень розвитку матеріального виробництва в багатьох країнах дозволяє розробляти, приймати та дотримувати соціальні стандарти рівня і якості життя, задовольняючи соціальні потреби людей.

Відповідно О.І. Карому, якість життя – комплексне поняття, що відображає в співставній у просторі та часі формі ступінь задоволення матеріальних, культурних, духовних і інших потреб людини, оцінюваний як за рівнем задоволеності людиною своїм життям за її власною суб'єктивною самооцінкою, так і виміряною фахівцями за набором певних показників [5, с. 98].

У зв'язку з цим, якість життя можна визначити як складний соціально-економічний феномен, який вимірюється задоволеністю людини своїм життям або окремими його аспектами залежно від об'єктивних соціально-економічних причин, соціально-психологічного клімату, особистісних характеристик індивіда, його установок і ціннісних орієнтацій.

Аналітична доповідь «Вимірювання якості життя в Україні» [1] підготовлена науковцями Інституту демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України за сприяння Програми Розвитку ООН в Україні в рамках проекту «Прискорення прогресу на шляху досягнення Цілей Розвитку Тисячоліття в Україні», представляє моніторинг якості життя як важливий аналітичний інструмент ефективності державної соціальної політики (державного регулювання якості життя).

Методологія оцінки якості життя населення дозволяє встановлювати орієнтири соціально-економічної політики держави на перспективу; здійснювати аналіз поточного рівня соціально-економічного розвитку країни; оцінювати рівень бідності; проводити міжрегіональні зіставлення якості життя населення.

Існуючі концептуальні підходи до оцінювання якості життя з урахуванням ціннісних настанов розділяють на два основних напрями, що знаходяться в діалектичній єдності:

1. об'єктивний підхід дає змогу визначати якість соціального і фізичного (штучного і природного) навколишнього середовища, в якому люди намагаються реалізувати свої потреби;

2. суб'єктивний підхід зосередився на розгляді ціннісних установок. Елементами

структури якості життя є самопочуття, задоволеність життям, щастя (чи комбінація цих елементів) [1, с. 9].

Виокремлення та інтеграція об'єктивної і суб'єктивної складових якості життя дозволяють співвіднести рівень життя і задоволеність життям.

Якість життя представляє широкий комплекс умов життєдіяльності людини і включає в себе рівень життя, а також такі складові, які відносяться до екологічного середовища існування, соціального благополуччя, політичного клімату, психологічного комфорту. Для вимірювання якості життя недостатньо статистичних показників, необхідні суб'єктивні оцінки відповідності цих параметрів потребам людей, яка відображається у ряді моніторингів і соціально-економічних дослідженнях.

С. А. Айвазяном була вперше складена і представлена система саме суб'єктивних показників якості життя населення, зведена в 4 компонента: 1) рівень життя (добробут); 2) якість соціального середовища; 3) якість природного середовища; 4) соціальне самопочуття населення [9].

На думку Д. Копонен, перспективи зростання благополуччя, якості життя, розвитку національних бізнес-систем в контексті ролі соціального підприємництва в суспільстві, можуть бути прийняті в якості основного фактору економічного розвитку країни. Це цінний механізм росту для досягнення конкурентної переваги в цілому з точки зору всієї соціально-економічної бізнес-системи [7].

Вчені С. Саєва та Є. Рибакіна в своєму дослідженні [8] розглядають соціальне підприємництво як один із факторів впливу на підвищення суб'єктивного благополуччя окремих осіб і суспільства в національному масштабі. Дослідники визначають соціальних підприємців як таких, які створюють соціальну цінність шляхом розробки інноваційних рішень соціальних проблем. Взаємозв'язок між соціальною підприємницькою діяльністю та суб'єктивним благополуччям існує через те, що суб'єктивне благополуччя багато в чому залежить від соціальних обставин, на які, в свою чергу, позитивно впливає діяльність соціальних підприємців. Загальна гіпотеза підтверджена в цьому дослідженні, така: більш високий рівень соціального підприємництва за певних умов в країні забезпечує більш високий рівень суб'єктивного благополуччя.

Чим більше поліпшень люди відчувають в цих сферах, тим більше вони задоволені своїм життям. Слід зауважити, що емпіричні результати досліджень взаємозв'язку між соціальним підприємництвом та суб'єктивним благополуччям на національному рівні частково відповідають припущенням, зробленим на теоретичній основі. Найсильніша кореляція виявлена тільки між соціальним підприємництвом та двома показниками суб'єктивного благополуччя: середній рівень щастя і задоволеність життям. Результати інших кореляцій не показують сильний прямий зв'язок між соціальним підприємництвом та суб'єктивним благополуччям [8].

Для того, щоб оцінити, наскільки ефективно соціальне підприємництво, потрібно дослідити компоненти впливу соціального підприємництва в системі чинників якості життя.

Під факторами, що визначають динаміку якості життя, зазвичай розуміють причини та рушійні сили, під впливом яких змінюється якість життя. Вони можуть впливати як позитивно, так і негативно.

Соціальне підприємництво виступає зовнішнім чинником щодо більш широкої системи

підвищення якості життя.

На формування рівня та якості життя населення впливає безліч факторів, серед яких О. Мельниченко виділяє особистісні, родинні та зовнішні чинники. Серед зовнішніх виокремлюються: політика держави, соціально-економічна та політична ситуація в країні, стан і тенденції розвитку національної економіки, кон'юнктура ринку тощо. [10, с. 52].

Відкритим питанням залишається відбір та уточнення чинників, що впливають на якість життя населення та відображають соціально-економічний стан країни.

На думку О. А. Грішної, формування та реалізація соціальної відповідальності всіх суб'єктів держави виступає необхідним чинником підвищення якості життя населення [11].

Аналогічної думки дотримується авторський колектив монографії [16, с. 313], який вважає, що входження України до Європейського простору в умовах глобалізації неможливе без формування дієвих інститутів соціальної відповідальності, що забезпечуватимуть соціальний прогрес в суспільстві, створення умов для поліпшення добробуту населення та зростання рівня життя.

О. А. Грішнова та І. Ю. Кочума прийшли до висновку, що соціальний капітал сприяє в довгостроковій перспективі підвищенню якості життя, адже завдяки соціальному капіталу забезпечується соціальна справедливість, тобто рівні можливості для реалізації прав і свобод громадян, задоволення соціально-економічних потреб, консолідація суспільства – зміцнення, згуртування членів суспільства [13, с. 47].

На нашу думку, найбільш повна структура чинників впливу на якість життя наведена А. В. Черкасовим у його дослідницькій роботі [3, с. 21], в якій узагальнено дані про врахування окремих чинників впливу на якість життя населення. На наш погляд, в системі чинників впливу на якість життя потребує врахування виокремлення чинників соціального підприємництва, соціальної відповідальності усіх суб'єктів і соціального капіталу. Доповнену систему чинників впливу на якість життя наведено на рис. 1.

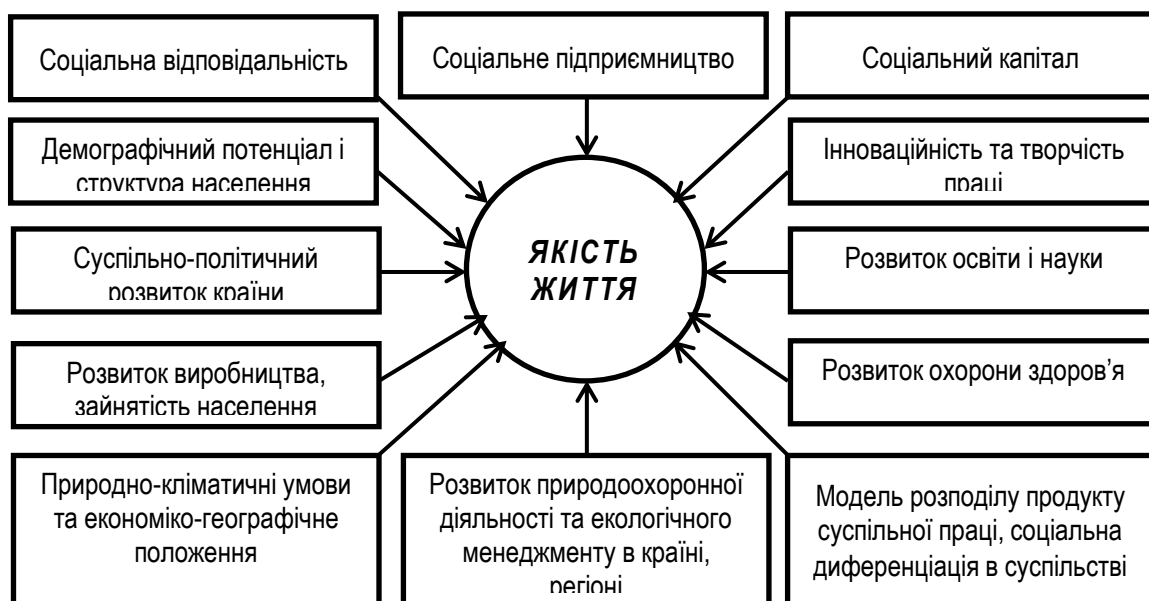


Рис. 1. Система чинників впливу на якість життя

Джерело: складено автором на основі [3; 10; 11; 12; 13].

Зосередимо увагу на розгляді компонентів впливу соціального підприємництва на

підвищення якості життя.

Соціальні підприємці сприяють соціальним змінам через розширення можливостей економічної діяльності та її розвитку, охорону здоров'я, освіту, збереження довкілля. Ці сфери діяльності безпосередньо пов'язані з чинниками суб'єктивного благополуччя.

Міжнародний некомерційний фонд Ашока [14] – глобальна асоціація, діяльність якої спрямована на пошук, підтримку і фінансування осіб і організацій, що діють у сфері соціального підприємництва. Фонд підтримує ідеї та розвиває ініціативи, спрямовані на забезпечення основних потреб населення для поліпшення якості їх життя, від мікрофінансування до управління водними ресурсами та здоров'я дітей. Фонд Ашока виділяє такі шість домінуючих сфер діяльності соціальних підприємств: громадянська активність, економічний розвиток, охорона здоров'я, права людини, навколишнє середовище, навчання/освіта. На нашу думку, серед цих сфер потрібно виокремити також зайнятість.

Швейцарський міжнародний некомерційний фонд соціального підприємництва Шваба, створений для підтримки та фінансування осіб і організацій, що діють у сфері соціального підприємництва, виділив такі сфери діяльності соціальних підприємств, в яких ставиться завдання усунення сучасних загроз: сільське господарство, збереження біорізноманіття, діти та молодь, громадянська участь, зв'язок/ЗМІ, підвищення обізнаності споживачів, попередження злочинності (боротьба зі злочинністю), культура/ремесло, соціальний захист людей з особливими потребами, освіта, енергетика, розвиток малого та середнього підприємництва, охорона навколишнього середовища, фінансова інтеграція, охорона здоров'я, вирішення проблеми житла для боротьби з безпритульністю та підвищення якості доступного житла для сімей з низькими доходами, права людини, поліпшення умов і охорони праці, а також вирішення проблеми безробіття, мікрофінансування, міграція, розвиток сільських районів, боротьба зі СНІДом і туберкульозом, технології, торгівля, управління відходами, управління водними ресурсами, працевлаштування жінок [15]. На нашу думку, цей перелік достатньо повний, але потребує систематизації.

Вчені Майр Дж., Баттілана Дж. і Карденас Дж. провели контент-аналіз документів соціальних підприємців, які були підтримані міжнародним Фондом Ашока і Фондом Шваба в різних країнах світу, для розробки власної класифікації «проблем, які вирішують соціальні підприємства». В результаті виділено: економічні, розвиток громадянського суспільства, захист прав, навколишнє середовище, освіта, здоров'я, продовольство і вода, житлові умови, технологія, культура, сім'я [16].

Дослідний проект SELUSI (фінансується Програмою Європейської Комісії) вивчає поведінку ринку і організаційні проектні рішення близько 600 соціальних підприємств в Європі. База даних, створена в рамках проекту, що надає інформацію про сфери діяльності, в яких працюють європейські соціальні підприємства представлена на рис. 2.



Рис. 2 Структура сфер діяльності соціальних підприємств Європи (2010 р.), %
ДЖЕРЕЛО: ПОБУДОВАНО АВТОРОМ ЗА ДАНИМИ [17, С. 37].

Громадська організація "Центр соціального лідерства" в розрізі Всеукраїнського конкурсу "Найкращі соціальні проекти України-2015" представляє каталог соціальних проектів 2015 року, серед яких є проекти соціальних підприємств, діяльність яких спрямована на реалізацію поставлених цілей: підтримку малого та середнього бізнесу; забезпечення допоміжними засобами інвалідів Вінницької області; продаж на ринку України світловідбиваючих аксесуарів за доступними цінами; підвищення інституційного потенціалу організацій, що надають підтримку малому і середньому підприємництву; боротьбу з безробіттям вимушених переселенців, сприяння даній категорії людей у започаткуванні власної справи; вирішення проблеми працевлаштування жінок-переселенок, створення умов для емоційної та психологічної реабілітації за допомогою арт-терапії; сприяння соціальному та економічному розвитку територій через популяризацію і підтримку соціального підприємництва [18].

Проведений аналіз зарубіжного та вітчизняного досвіду діяльності соціальних підприємств дозволив виділити базисні компоненти впливу соціального підприємництва на якість життя, що наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Вплив соціального підприємництва на якість життя

Сфера діяльності соціальних підприємств	Вплив на якість життя
Соціальне середовище	
Освітні послуги	Зростання рівня освіти; збільшення частки населення, яке задоволене своєю освітою; збільшення рівня зайнятості населення; зростання грошових доходів домогосподарств.
Медичні послуги	Зростання тривалості життя; зростання частки населення, якому вистачає необхідної медичної допомоги;

	поліпшення функціонування системи охорони здоров'я; зростання тривалості здорового життя.
Вирішують проблеми, пов'язані з нестачею продовольства і води	Зменшення бідності; підвищення рівня споживання продуктів харчування; поліпшення якості питної води.
Залучення до соціально-активної діяльності соціально незахищених груп населення, включаючи зайнятість і професійне навчання	Збільшення частки населення, яке задоволене своїм становищем у суспільстві та своїм життям; зменшення безробіття; поліпшення умов праці.
Сприяння професійній орієнтації та працевлаштуванню	Збільшення частки населення, яке задоволене роботою; збільшення рівня продуктивної зайнятості населення; підвищення економічної активності населення віком 20-65 років; збільшення частки професіоналів та фахівців серед зайнятого населення; поліпшення умов праці.
Послуги оздоровчо-спортивного характеру	Зростання тривалості здорового життя; збільшення часу, витраченого на спорт; зростання активної участі молоді у спорті.
Забезпечення сприятливих умов для життя і духовного розвитку людей	Збільшення рівня культури; збільшення доступності культурного життя та духовного розвитку.
Соціальне середовище	
Рекреаційні послуги	Покращення якості відпочинку; збільшення доступності якісного відпочинку; підвищення рівня задоволеності населення зеленими і рекреаційними зонами; збільшення частки населення, яке задоволене своїм життям.
Забезпечення житлом	Збільшення частки населення, яке задоволене кількісними та якісними характеристиками свого житла.
Соціальний туризм	Зростання задоволеності життям туристів і екскурсантів.
Послуги з благоустрою території	Збільшення задоволеності населення проживанням у своєму населеному пункті; покращення благоустрою та санітарного стану вулиць, парків, довкілля.
Природне середовище	
Вирішення екологічних проблем	Збільшення задоволеності екологічною ситуацією; збільшення задоволеності населення екологічним станом земельних ресурсів; збільшення задоволеності населення екологічним станом водних ресурсів; збільшення задоволеності населення екологічним станом атмосферного повітря; збільшення задоволеності населення екологічною ситуацією у своєму місті / селі.
Послуги зі збирання, вивезення, утилізації та переробки відходів	Збільшення задоволеності населення екологічною ситуацією у своєму місті / селі.

Економічне середовище	
Створення умов для розширення ринку сільськогосподарської продукції, сировини і продовольства	Збільшення рівня споживання продуктів харчування; поліпшення якості харчування; зростання тривалості здорового життя.
Створення сприятливих умов для ведення малого та середнього бізнесу	Підвищення рівня розвитку підприємництва і можливостей у бізнесі; зростання грошових доходів домогосподарств; збільшення задоволеності населення фінансовим станом домогосподарств.
Суспільно-політичне середовище	
Розвиток громадянського суспільства	Розвиток організацій громадянського суспільства; зростання можливостей участі в політичному житті.

Джерело: розроблено автором.

На основі даного дослідження, ми переконуємось в тому, що активізація соціального підприємництва необхідна:

- для забезпечення високої якості життя населення;
- для забезпечення постійного доступу до основних послуг, необхідних для розвитку людського потенціалу та задоволення основних потреб;
- для сприяння соціальній рівності.

Висновки. У сучасних умовах змінюються підходи до розвитку економіки та соціальної сфери: на перший план висувається орієнтація на поліпшення життя населення – його рівня і якості. У ролі інструменту, здатного призвести до глобального підвищення якості життя, починає розглядатися соціальне підприємство.

Таким чином, діяльність соціальних підприємств спрямована на досягнення високих стандартів якості життя і матеріального добробуту населення шляхом вирішення соціальних проблем суспільства, та відбивається через індикатори якості життя.

Необхідність розвитку соціального підприємництва в Україні є безсумнівною, як важливого вектору руху українського суспільства до гуманізації та формування справжніх моральних цінностей, соціально-економічного розвитку загалом.

Література.

1. Вимірювання якості життя в Україні: аналітична доповідь / Е.М. Лібанова, О.М. Гладун, Л.С. Лісогор та ін. – Київ: Ін-т демографії та соц. досліджень імені М.В. Птухи НАН України, 2013. – 50 с.
2. Колот А.М. Соціально-трудові відносини: теорія і практика регулювання: монографія / А. М. Колот. – К.: КНЕУ. – 2003. – 230 с.
3. Черкасов А.В. Управління якістю життя населення: монографія / А.В. Черкасов; Полтав. держ. аграр. акад. – Полтава: ПДАА, 2012. – 310 с.
4. Грішнова О.А. Соціальні інновації у трудових відносинах: сутність, види, проблеми реалізації в Україні / О.А. Грішнова, Г.Ю. Міщук // Демографія і соціальна економіка. – 2013. – № 2 (20). – С. 167-178.
5. Карий О.І. Комплексний розвиток міст: теорія та методологія стратегічного планування: [монографія] / О.І. Карий. – Львів: Видавництво Львівська політехніка, 2011. – 308 с.
6. Онікієнко В.В. Зайнятість та якість життя населення / В.В. Онікієнко // Український соціум: соціологічні дослідження та моніторинг соціальної політики. – 2002. – № 1. – С. 111–121.
7. Koronen D. Conceptual framework for quality of life management: social entrepreneurship [Електронний ресурс] / D. Koronen // Economics and management. – Kaunas: KTU. – 2012. – №17 (4). – P. 1372-1377.

Режим доступу: <http://www.ecoman.ktu.lt/index.php/Ekv/article/view/3002/2079>

8. Sajeve S. The relationship between social entrepreneurship and subjective well-being [Електронний ресурс] / S. Sajeve, E. Rybakovas // Proceeding of EBRF. – 2011. Режим доступу: http://www.ebrf.fi/_file/43900/EBRF11_1025.pdf

9. Айвазян С.А. Межстрановый анализ интегральных категорий качества жизни населения (эконометрический подход) / С.А. Айвазян. – М., ЦЭМИ РАН, 2001. – 65 с.

10. Мельниченко О.А. Підвищення рівня та якості життя населення: механізм державного регулювання: [монографія] / О.А. Мельниченко. – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ "Магістр", 2008. – 232 с.

11. Грішнова О.А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні / О.А. Грішнова // Демографія та соціальна економіка. – 2011. – № 1 (15). – С. 39 – 46.

12. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота; Держ. вищ. навч. закл. "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана", Наук. парк, Ін-т соц.-труд. відносин. - К.: КНЕУ, 2012. – 501 с.

13. Грішнова О.А. Соціальний капітал у системі економічних ресурсів / О.А. Грішнова, І.Ю. Кочума // Соціоекономіка: зб. наук. пр. – НАН України, Ін-т економіки промисловості. – Донецьк. – 2009. – С. 38–49.

14. Social entrepreneurship education resource handbook [Електронний ресурс] / Ashoka. –2011. – Режим доступу: http://ashokau.org/wp-content/uploads/2011/04/AshokaU_Handbook_Preview.pdf.

15. The Schwab Foundation for Social Entrepreneurship [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.schwabfound.org/entrepreneurs>

16. Mair J. Organizing for society: a typology of social entreprneuring / J. Mair, J. Battilana, J. Cardenas // Journal of Business Ethics. - 2012. – № 111. - P. 353-373.

17. Social economy and social entrepreneurship - Social Europe guide - Volume 4 [Електронний ресурс] / European Commission. – Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2013. – Рр. 108. Режим доступу:

http://www.socialinnovationpark.com/wpcontent/uploads/guides/DGEMPL_Social_Europe_Guide_Vol.4_EN_Accessible.pdf

18. Каталог соціальних проєктів-2015 [Електронний ресурс] / Найкращі соціальні проєкти. – Режим доступу: <http://forum.o2.ua/ua/projects>

References

1. Vymiryuvannya yakosti zhyttya v Ukrayini: analitychna dopovid' / E.M. Libanova, O.M. Hladun, L.S. Lisohor ta in. – Kyiv: Ін-т демографії та соц. досліджен' імені М.В. Птуху НАН України, 2013. – 50 с. [in Ukrainian]

2. Kolot A.M. Sotsial'no-trudovi vidnosyny: teoriya i praktyka rehulyuvannya: monohrafiya / A.M. Kolot. – K.: KNEU. – 2003. – 230 s. [in Ukrainian]

3. Cherkasov A.V. Upravlinnya yakystyu zhyttya naseleण्या: monohrafiya / A.V. Cherkasov; Poltav. derzh. ahrar. akad. – Poltava: PDAA, 2012. – 310 s. [in Ukrainian]

4. Grishnova O.A. Sotsial'ni innovatsiyi u trudovykh vidnosynakh: sutnist', vydy, problemy realizatsiyi v Ukrayini / O.A. Grishnova, H.Yu. Mishchuk // Demohrafiya i sotsial'na ekonomika. – 2013. – № 2 (20). – S. 167-178. [in Ukrainian]

5. Karyy O.I. Kompleksnyy rozvytok mist: teoriya ta metodolohiya stratehichnoho planuvannya: [monohrafiya] / O.I. Karyy. – L'viv: Vydavnytstvo L'vivs'ka politekhnika, 2011. – 308 s. [in Ukrainian]

6. Onikiyenko V.V. Zaynyatist' ta yakist' zhyttya naseleण्या / V.V. Onikiyenko // Ukrayins'kyy sotsium: sotsiolohichni doslidzhennya ta monitorynh sotsial'noyi polityky. – 2002. – № 1. – S. 111–121. [in Ukrainian]

7. Koponen D., 2012. Conceptual framework for quality of life management: social entrepreneurship. Economics and management, [e-journal] 17 (4) pp. 1372-1377. Available through: <<http://www.ecoman.ktu.lt/index.php/Ekv/article/view/3002/2079>>

8. Sajeve, S. & Rybakovas, E., 2011 The relationship between social entrepreneurship and subjective well-being. Proceeding of EBRF, [e-journal]. Available through: <http://www.ebrf.fi/_file/43900/EBRF11_1025.pdf>

9. Ayvazyan S.A. Mezhsranovuy analiz yntehral'nukh katehoryy kachestva zhyzny naseleण्या (эконометрический podkhod) / S.A. Ayvazyan. – М., TsEMY RAN, 2001. – 65 s.

10. Mel'nychenko O.A. Pidvyshchennya rivnya ta yakosti zhyttya naselennya: mekhanizm derzhavnoho rehulyuvannya: [monohrafiya] / O. A. Mel'nychenko. – Kh.: Vyd-vo KharRI NADU "Mahistr", 2008. – 232 s.
11. Grishnova O.A. Sotsial'na vidpovidal'nist' u konteksti podolannya systemnoyi kryzy v Ukraini / O.A. Grishnova // Demohrafiya ta sotsial'na ekonomika, 2011, № 1 (15). – S. 39 – 46. [in Ukrainian]
12. Sotsial'na vidpovidal'nist': teoriya i praktyka rozvytku: monohrafiya / [A.M. Kolota ta in.]; za nauk. red. d-ra ekon. nauk, prof. A.M. Kolota; Derzh. vyshch. navch. zakl. "Kyyiv. nats. ekon. un-t im. Vadyma Het'mana", Nauk. park, In-t sots.-trud. vidnosyn. – K.: KNEU, 2012. – 501 s. [in Ukrainian]
13. Grishnova O.A. Sotsial'nyy kapital u systemi ekonomichnykh resursiv / O.A. Grishnova, I.Yu. Kochuma // Sotsioekonomika: zb. nauk. pr. – NAN Ukrayiny, In-t ekonomiky promyslovosti. – Donets'k. – 2009. – S. 38–49. [in Ukrainian]
14. Ashoka, 2011. Social entrepreneurship education resource handbook [pdf] Available at: <http://ashokau.org/wp-content/uploads/2011/04/AshokaU_Handbook_Preview.pdf>
15. Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, 2015. Social entrepreneurs. [online] Available at: <<http://www.schwabfound.org/entrepreneurs>>
16. Mair, J., Battilana, J. & Cardenas, J., 2012. Organizing for society: a typology of social entrepreneurship. Journal of Business Ethics, 111, pp. 353-373.
17. European Commission, 2013. Social economy and social entrepreneurship - Social Europe guide - Volume 4 [pdf] Available at: <http://www.socialinnovationpark.com/wpcontent/uploads/guides/DGEMPL_Social_Europe_Guide_Vol.4_EN_Accessible.pdf>
18. Kataloh sotsial'nykh proektiv-2015 [Elektronnyy resurs] / Naykrashchi sotsial'ni proekty. – Rezhym dostupu: <http://forum.o2.ua/ua/projects> [in Ukrainian]

Мария Наумова, аспірант
КНЭУ имени Вадима Гетьмана

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СИСТЕМЕ ФАКТОРОВ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

Обобщены основные подходы к определению категории «качество жизни» и системы факторов, которые влияют на качество жизни населения. Обоснована роль социального предпринимательства и его компонент в системе факторов повышения качества жизни.

Ключевые слова: качество жизни, социальное предпринимательство, факторы влияния.

Mariia Naumova, Ph.D student
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE SYSTEM OF FACTORS THAT INCREASE QUALITY OF LIFE

This research article describes that the rapid growth rate of global competition poses enterprises increasingly difficult task to respond and change management processes. Pressure acute the social problems developing new features of the traditional business that forming of its new form - social entrepreneurship.

Social enterprises plays a significant role in improving the quality of life . Because social entrepreneurship helps to attract new employees, increasing the employment rate of the able-bodied population. This, in turn, the population provides as essential source of income as wages.

Social entrepreneurs encourage social changes through empowerment of economic activity and its development, health, education, preservation of the environment. These areas of activity directly related to the factors of subjective well-being.

The analysis of foreign and domestic experience of social enterprises allowed to select the basic components of social entrepreneurship impact on the quality of life.

Thereby, the activity of social enterprises is aimed at achieving high standards of living and material welfare by solving the social problems, and is reflected through the indicators of the quality of life.

Keywords: quality of life, social entrepreneurship, factors of influence.

УДК 336.71.078.3
JEL F36, F65, G21, G32, G33

Стегнієнко М.О., аспірант
КНУ імені Тараса Шевченка

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «СИСТЕМНО ВАЖЛИВИЙ БАНК»: НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА ГЛОБАЛЬНИЙ АСПЕКТИ

У статті досліджено підходи до визначення системно важливих банків, розглянуто основні критерії віднесення банківських установ до групи системно важливих. На основі узагальнення зарубіжної досвіду та вітчизняної практики поглиблено підходи та уточнено ознаки системно важливого банку.

Ключові слова: банк, банківська холдингова компанія, банківська група, системно важливий банк.

Постановка проблеми. Зростаюча взаємозалежність фінансової системи пояснюється присутністю великих фінансових інститутів, які спричиняють посилений вплив на економіку, сприяють поширенню системних ризиків через «ефект зараження» (contagion effect). Віднесення банківських установ до переліку системно важливих зумовлює потребу в поглибленні підходів та уточненні ознак на основі узагальнення зарубіжної досвіду та вітчизняної практики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми, яка розглядається. Вагомий внесок у вивчення питань формулювання уніфікованої дефініції системно важливих банків зробили зарубіжні та вітчизняні дослідники такі, як Ф. Алєскеров, Я. Анвар, І. К. Андрієвська, В. Ахарія, І. В. Белова, Д. В. Григор'єв, А. Жуков, Р. Карковська, Лім Гн Кіан, Вей Ксіануа, Лінлін Жен, Н. П. Львов, Е. С. Малков, В. Міщенко, С. Науменкова, О. О. Нікітін, В. Новікова, Сан Ян Пак, Г. І. Пенікас, П. Прает, С. Пітер Роуз, Хі Су Рох, Дж. Ф. Сінкі – молодший, Юбін Чен, Ян Ші. Характерно, що починаючи з 2009 року розробкою дефініції «системно важливий банк» активно займаються міжнародні організації та національні регулятори Австралії, Бельгії, Бермудських островів, Гонконгу, Ізраїлю, Індії, Індонезії, Канади, Китаю, Країн-членів ЄС, Мальти, Саудівської Аравії, Нігерії, Оману, Пакистану, Республіки Білорусь, Російської Федерації, Сінгапуру, України та Філіппін. А регулювання глобальних системно важливих банків покладено на Базельський комітет із банківського нагляду, Раду з фінансової стабільності, Банк міжнародних розрахунків, Міжнародний валютний фонд та Групу великої двадцятки.

Віддаючи належне науковим розробкам вітчизняних та зарубіжних учених, слід зауважити, що не існує єдності серед дослідників у розумінні того, чим є системно важливий банк, чому необхідно застосовувати посилені вимоги до капіталу цього фінансового інституту та які наслідки має діяльність такої установи для банківської системи, фінансової системи й економіки в цілому.

Метою статті є вдосконалити визначення «системно важливих банків» для української практики з огляду на зарубіжний досвід та вимоги Базельського комітету із банківського нагляду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглядаючи існуючі визначення

системно важливих банків стає очевидним, що автори не одностайні в розумінні того, який саме інститут ми можемо назвати системно важливим банком.

Так, Базельський комітет із банківського нагляду визнає системно важливим банком *фінансовий інститут*, банкрутство або незначне погіршення діяльності якого, через розмір, складність, взаємопов'язаність, взаємозамінність, міжюрисдикційну діяльність, генерує негативні зовнішні фактори, що можуть вплинути на глобальну фінансову систему й світову економіку, та робить банк вирішальним для стабільності фінансової системи [4, с.4]. На думку С. Науменкової та В. Міщенко, системно важливими банками є *банки*, які внаслідок зміни певної сукупності внутрішніх і зовнішніх чинників, можуть призвести до накопичення диспропорцій і негативно вплинути на фінансову стабільність [7, с.191]. А, отже, для віднесення фінансового інституту до групи системно важливих банків йому необхідно бути внесеним до Державного реєстру банків.

Інша точка зору простежується у Г.І. Пенікаса, який вважає системно важливим банком велику кредитну організацію, істотне погіршення стану або банкрутство якої, може спричинити серйозні проблеми у фінансовій системі, що негативно позначиться на реальному секторі економіки. У дослідженні Дж. Ф. Сінкі – молодшого системно важливим банком виступає *великий банк*, що обслуговує різні ринки та пропонує широкий спектр послуг. Таким чином, відбувається диверсифікація діяльності банку, як географічно, так і відносно набору продуктів, що призводить до зниження загального рівня ризику в нестабільній економіці. Проте, на рівні банківської системи активність фінансових установ у різних юрисдикціях несе загрозу поширення «інфекції» і збільшення її масштабів [10, с. 28]. В. Ахарія зауважує, що системно важливими банками є *банківські об'єднання* кількох невеликих та пов'язаних між собою добре диверсифікованими ресурсними портфелями установ, які разом приймають участь у різних інвестиційних проектах, тим самим, наражаючи один одного на ефект «зараження» низько ліквідними активами [3].

Таким чином, відсутність єдиних позицій серед вітчизняних і зарубіжних дослідників щодо трактування сутності системно важливих банків, а також виявлені в результаті Світової фінансової кризи проблеми нагляду за такими інститутами, створили передумови для розробки Базельським комітетом із банківського нагляду, Радою з фінансової стабільності та Банком міжнародних розрахунків основних критеріїв віднесення до групи системно важливих банків. Такими критеріями стали:

1) для глобальних системно важливих банків: розмір(20%), взаємозв'язок (20%), взаємозамінність(20%), складність (20%) та міжюрисдикційна діяльність (20%);

2) для національних системно важливих банків: розмір, взаємозв'язок, взаємозамінність, складність й національний показник. Доцільність використання в національній моделі виявлення системно важливих банків кожного показника, а також його вагу кожна держава визначає самостійно(табл.1).

Таблиця 1

Індикатори системної важливості

Критерії	Назва країни
----------	--------------

виокремлення національних системно важливих банків	Австрія	Білорусь	Гонконг	Індія	Китай	Косово	Маврикія	Мальта	Нігерія	Оман	Пакистан	Саудівська Аравія	Словаччина	Туреччина	Україна	Філіппіни
Розмір, %	20	100	50	40	20	40	20	20	30	20	25	30	25	20	70	25
Взаємозв'язок, %	20	0	25	20	20	20	20	20	30	20	25	30	25	20	0	25
Взаємозамінність, , %	20	0	25	20	20	40	20	40	25	20	25	30	25	20	0	25
Складність, %	20	0	0	20	20	0	20	0	15	20	25	10	25	20	0	25
Національний показник, %	20	0	0	0	20	0	20	20	0	20	0	0	0	20	30	0

Джерело: складено автором.

Плюралізм думок має місце й серед регуляторів із приводу офіційних назв національних системно важливих банків. Так, у країнах-членах ЄС було виокремлено «інші системно важливі інститути», що є аналогом «системно важливих банків». Виокремлення інших системно важливих інститутів покладено на Європейський центральний банк та здійснюється шляхом застосування основних та додаткових критеріїв системної важливості. До основних критеріїв системної важливості належать: розмір, взаємозв'язок, взаємозамінність, складність й національний показник. Додатковими критеріями системної важливості було визначено перевищення сукупних активів 30 млрд. €; сукупні активи більші ніж 20% ВВП країни, а сукупні активи кредитного інституту перевищують 5 млрд. €; національний компетентний орган (NCAs) повідомив ЄЦБ(ЕЦВ), що конкретна кредитна організація є системно важливою з точки зору національної економіки країни та її значення підтверджено ЄЦБ(ЕЦВ); значна міжнародна діяльність; отримання прямої допомоги від Європейської системи фінансового нагляду(ESFS) та Європейського стабілізаційного механізму(ESM); у будь-якому випадку 3 найбільших банки в країні-члені ЄС повинні бути класифіковані як системно важливі(SIs).

В Україні віднесення відповідних інститутів до групи системно важливих банків покладено на НБУ та здійснюється згідно з Постановою Правління Національного банку України від 25.12.2014 № 863 "Про затвердження Положення про порядок визначення системно важливих банків" на основі розрахунку показника системної важливості банку (1).

$$CB = \frac{PA}{\sum PA} \times 35\% + \frac{PB_{\Phi IO}}{\sum PB_{\Phi IO}} \times 35\% + \frac{BKp_{\delta}}{\sum BKp_{\delta}} \times 7,5\% + \frac{BK_{\delta}}{\sum BK_{\delta}} \times 7,5\% + \frac{DKp_{\rho}}{\sum DKp_{\rho}} \times 15\% \quad (1),$$

де CB - показник системної важливості банку;

$\frac{PA}{\sum PA}$ - співвідношення розміру загальних активів банку до розміру сукупних активів по банківській системі;

$\frac{PB_{\Phi IO}}{\sum PB_{\Phi IO}}$ - співвідношення розміру коштів фізичних осіб, суб'єктів господарювання та небанківських

фінансових установ банку до розміру сукупних коштів фізичних осіб, суб'єктів господарювання та небанківських фінансових установ по банківській системі;

$\frac{BKp_{\phi}}{\sum BKp_{\phi}}$ - співвідношення розміру коштів банку, залучених від інших банків до розміру відповідного

показника по банківській системі;

$\frac{BK_{\phi}}{\sum BK_{\phi}}$ - співвідношення розміру коштів банку, розміщених в інших банках до розміру відповідного

показника по банківській системі;

$\frac{DKp_{ю}}{\sum DKp_{ю}}$ - співвідношення розміру кредитів банку, що надані суб'єктам господарювання за видами

економічної діяльності, що класифікуються за секцією "А" (сільське господарство), "В" – "Е" (промисловість), "F" (будівництво) КВЕД2 до розміру відповідного показника по банківській системі.

Зміна питомої ваги активів системно важливих банків у сукупних активах банківської системи України за 10 місяців 2015 року наведена на рис.1.

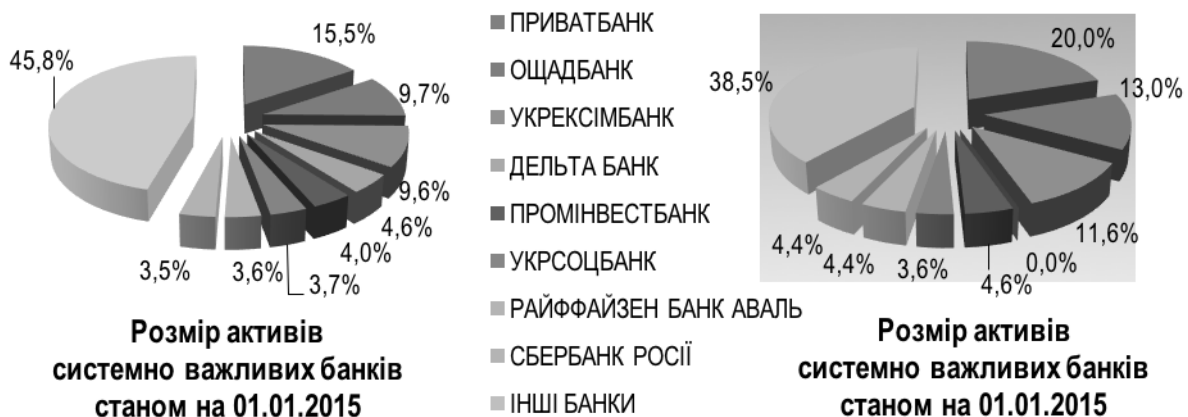


Рис. 1. Питома вага активів системно важливих банків у сукупних активах банківської системи України

Джерело: складено автором за даними НБУ

Не зважаючи на те, що в Україні системно важливими банками можуть бути виключно банки та банківські групи, такі фінансові інститути можуть мати назву «банк», «банківська холдингова компанія», «банківська група» (міжнародна, іноземна, національна) й «міжнародна фінансова група».

Під фінансовою групою в міжнародній практиці розуміють групу юридичних осіб, що може включати банки, страхові компанії, та інші компанії, які займаються фінансовим посередництвом. Банківською групою є група юридичних осіб, що мають спільного контролера й складається: 1) з материнського банку та його українських та іноземних дочірніх та/або асоційованих компаній, які є фінансовими установами; 2) з двох або більше фінансових установ і в якій банківська діяльність є переважною. Включає кредитно-інвестиційний напрямок й страховий. Банківською холдинговою компанією є фінансова холдингова компанія, в якій переважною діяльністю фінансових установ (більше 50% за

останні 4 звітних квартали), що є її дочірніми та асоційованими компаніями, є банківська діяльність. А банком є юридична особа, яка зареєстрована Національним банком України в Державному реєстрі банків і на підставі банківської ліцензії має виключне право надавати банківські послуги.

Узагальнюючи вищенаведену інформацію, можна зробити висновок, що поняття «фінансової групи» є найбільш широким. Проте для розкриття змісту системно важливих банків термін «фінансова група» не є вдалим з огляду на те, що до фінансової групи може бути віднесено страхові компанії. Враховуючи вищевикладене, найбільш вдалим для умов України є використання для пояснення сутності фінансового інституту термінів: «банк» і «банківська група».

Аналізуючи точки зору різних авторів, можна дійти висновку, що головною причиною виокремлення системно важливих банків серед інших інститутів є підвищена чутливість таких інститутів до зовнішніх і внутрішніх факторів. А враховуючи розмір, взаємозалежність, відсутність заміни та інші критерії важливості системних банків, банкрутства таких інститутів можуть спричинити проблеми, які будуть поширені фінансовою системою та призведуть до руйнівних наслідків для реального сектору економіки[3; 6; 7, с. 191; 8, с. 1; 12, с. 6; 13, с. 170].

Плюралізм думок присутній і у визначенні наслідків діяльності системно важливих банків (табл. 2).

Таблиця 2

Можливі наслідки нестабільності системно важливих банків

Причина виокремлення	Автор	Визначення
1	2	3
Проблеми у фінансовій системі, що мають негативний вплив на реальний сектор економіки	Провідні науковці Центрального Банку Ізраїлю [13, с.170]	Системно важливий банк – це банк, що в наслідок краху або неможливості виконувати свої функції належним чином, поширює труднощі фінансовою системою й безпосередньо впливає на реальний сектор економіки.
Можливість появи фінансової кризи при прямій дії або спусковий механізм для поширення шоків	Я.Анвар [2, с. 1]	Системно важливий банк – це банк, неплатоспроможність або нездатність функціонувати належним чином якого можуть спричинити фінансову кризу при прямій дії або бути спусковим механізмом для поширення шоків.
Дестабілізація всієї фінансової системи	І. В. Белова [6]	Системно важливий банк – це фінансова установа, яка має значну частку фінансової участі на ринку й тісно взаємодіє з більшістю його суб'єктів, а крах якої може викликати дестабілізацію всієї фінансової системи.
<i>Продовження таблиці 2</i>		
1	2	3
Порушення процесу надання фінансових послуг, погіршення функціонування частини чи всієї фінансової	Провідні науковці Резервного банку Австралії [11]	Системно важливий банк – це банк, діяльність якого може спровокувати ризик порушення процесу надання фінансових послуг і спричинити погіршення функціонування частини чи всієї

системи, негативні наслідки для реального сектору економіки		фінансової системи, становить загрозу настання негативних наслідків для реального сектору економіки й може загрожувати стабільності фінансових ринків.
Неплатоспроможність інституту	Пітер С. Роуз [9, с.147]	Системно важливий банк – це банк, значний розмір якого дозволяє збільшувати вплив на ринок, таким чином зменшуючи ймовірність втрати прибутку та частки ринку без підвищення ефективності діяльності, тим самим підвищуючи ризик неплатоспроможності установи в майбутньому.

Джерело: складено автором на основі [2, с.1; 6; 9, с.147; 11; 13, с. 170].

Отже, основною причиною виокремлення системно важливих банків урядами країн світу є посилення взаємозв'язків із фінансовою системою та реальною економікою в наслідок чого проблеми, що виникають у системно важливих банків швидко розповсюджуються та можуть загрожувати стабільності фінансових ринків. До того ж, на думку В.Міщенка та С.Науменкової, актуальність цього питання посилюється визнанням «тісного взаємозв'язку між рівнем концентрації банківського капіталу та рівнем економічного розвитку країни» [14], що обумовлює вдосконалення нагляду та систем моніторингу банківських ризиків.

Висновки. Таким чином для України системно важливі банки – це банки та банківські групи, які, в результаті несприятливих зовнішніх факторів, відчувають істотне погіршення стану, нездатність функціонувати належним чином або стають неплатоспроможними, і через розмір, ступінь фінансових взаємозв'язків, напрям діяльності та інші критерії системної важливості, інститути поширюють ефект зараження низько ліквідними активами національною фінансовою системою та завдають руйнівних наслідків реальному сектору економіки. Глобальними системно важливими банками ми можемо назвати банки, які є частиною об'єднань та банки у найбільш широкому розумінні, які, в результаті несприятливих зовнішніх факторів, відчувають істотне погіршення стану, нездатність функціонувати належним чином або стають неплатоспроможними, і через розмір, взаємозв'язок, між юрисдикційну діяльність, складність, відсутність заміни та інші критерії системної важливості, поширюють ефект зараження низько ліквідними активами глобальною фінансовою системою та завдають руйнівних наслідків світовій економіці.

Література

1. Алескеров Ф. Т. Анализ предложений по регулированию глобальных системно значимых банков [Текст]: / Ф. Т. Алескеров, Г. И. Пеникас, И. К. Андриевская, Д. В. Григорьев, Н. П. Львов, Е. С. Малков, А. А. Никитин // Банковское дело. – 2011. – № 11. – С. 26–29. [сайт]. - Режим доступу: http://www.hse.ru/data/2011/11/02/1269370751/BD11_GSIBs_final.pdf.
2. Yaseen Anwar: Managing Systemically Important Financial Institutions (SIFIs) [Текст]: / Anwar Yaseen// Speech by Mr. Yaseen Anwar, Governor of the State Bank of Pakistan, at the second meeting of the Financial Stability Board (FSB) Regional Consultative Group for Asia, Kuala Lumpur. – 2012 (14 May). [сайт]. - Режим доступу: <http://www.bis.org/review/r120615k.pdf>.
3. Acharya, V. Too Many to Fail - An Analysis of Time-inconsistency in Bank Closure Policies [Текст]: / V. Acharya, T. Yorulmazer // Bank of England. Working Paper 319. – March, 2006. – 42 p. [сайт]. - Режим доступу: http://pages.stern.nyu.edu/~sternfin/vacharya/public_html/acharya_yorulmazer_bank_closures.pdf.
4. Global systemically important banks: assessment methodology and the additional loss absorbency requirement [Текст]: / Basel Committee on Banking Supervision // BIS – November, 2011. – 32 p. [сайт]. -

Режим доступу: <http://www.bis.org/publ/bcbs207.pdf>

5. Про затвердження Положення про порядок ідентифікації та визнання банківських груп [Текст]: Постанова Правління Національного банку України [прийнято НБУ від 09 квітня 2012 р. № 134]. [сайт]. - Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=113304.

6. Белова І. В. Теоретичні та методичні аспекти визначення системно важливих банків [Текст]: / І. В.Белова // Ефективна економіка. - 2015.- №6. - Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

7. Міщенко В.І. Поняття системного ризику та підходи до визначення системно значущих банків [Текст]: / В.І. Міщенко, С.В.Науменкова // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Проблеми інтеграції України у світовий економічний простір (збірник наукових праць) / НАН України. Ін-т регіональних досліджень. – Львів, 2014. – Вип.1 (105). – С.186 – 196.

8. Новикова В. Функционирование и регулирование системно значимых банков в Республике Беларусь [Текст]: / В. Новикова// Банковский весник. – 2013. – № 8. – С. 33–38. [сайт]. - Режим доступу: <http://www.nbrb.by/bv/cont.asp?id=9879>.

9. Роуз Питер С. Банковский менеджмент [Текст]: / С. Питер Роуз. – М.: Дело, 1997. – 768 с.

10. Синки Джозеф Ф. - мл. Управление финансами в коммерческом банке [Текст]: / Джозеф Ф.Синки, младший. – М.: Catallaxy, 1994. – 820 с.

11. Domestic systemically important banks in Australia, 2013. [Текст] [сайт]. - Режим доступу:<http://www.apra.gov.au/adi/Publications/Documents/Information-Paper-Domestic-systemically-important-banks-in-Australia-December-2013.pdf>.

12. Business Plan [Текст]: // Bermuda Monetary Authority – 2015. – 16 р. [сайт]. - Режим доступу:<http://www.bma.bm/publications/BUSINESS%20PLAN/Bermuda%20Monetary%20Authority%20Business%20Plan%202015.pdf>.

13. Chapter 4 The Financial System and Its Stability [Текст] [сайт]. - Режим доступу: https://www.boi.org.il/en/NewsAndPublications/RegularPublications/Documents/Doch2009/pe_4.pdf.

14. Міщенко В.І. Проблеми капіталізації банківської системи України /В.І.Міщенко, С.В.Науменкова // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. - 2013. -№2(15). - С.3-11. – Режим доступу : http://fkd.khivs.edu.ua/pdf/2013_2/3.pdf

References

1. Aleskerov, F. T. Penikas, G. I., Andrievskaja, I. K., Grigor'ev, D. V., L'vov, N. P., Malkov, E. S., Nikitin, A. A., 2011. Analiz predlozhenij po regulirovaniju global'nyh sistemno znachimyh bankov, Bankovskoe delo, [online] N11. Available at: <http://www.hse.ru/data/2011/11/02/1269370751/BD11_GSIBs_final.pdf>.

2. Yaseen Anwar, 2012. Managing Systemically Important Financial Institutions (SIFIs) Speech by Mr. Yaseen Anwar, Governor of the State Bank of Pakistan, at the second meeting of the Financial Stability Board (FSB) Regional Consultative Group for Asia, Kuala Lumpur. [online] Available at: <<http://www.bis.org/review/r120615k.pdf>> [Accessed 14 May 2012].

3. Acharya, V., Yorulmazer, T., 2006. Too Many to Fail - An Analysis of Time-inconsistency in Bank Closure Policies. Bank of England. Working Paper 319. 42 p. [online] Available at: http://pages.stern.nyu.edu/~sternfin/vacharya/public_html/acharya_yorulmazer_bank_closures.pdf [Accessed March 2006].

4. Global systemically important banks: assessment methodology and the additional loss absorbency requirement (2011), Basel Committee on Banking Supervision, BIS, 32 p. [online] Available at: <<http://www.bis.org/publ/bcbs207.pdf>> [Accessed November, 2011].

5. Postanova NBU vid 09.04.2012, 134. Pro zatverdzhennya Polozhennya pro porjadok identyfikatsiyi ta vyznannya bankivs'kykh hrup. [online] Available at: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=113304> [Accessed November, 2011].

6. Bielova, I. V., 2015. Teoretychni ta metodychni aspekty vyznachennia systemno vazhlyvykh bankiv, Efektyvna ekonomika, N6. [online] Available at: <<http://www.economy.nayka.com.ua>>

7. Naumenkova, S. V., Mishchenko, V.I. (2014). Ponyatya systemnoho ryzyku ta pidkhodu do vyznachennya systemno znachushchykh bankiv. Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnogo periodu Ukrainy. Problemy

Integratsii Ukrainy u svitovyi ekonomichnyi prostir. NAN Ukrainy. In-t regionalnih doslidzhen. Lviv, 1 (105), 186 – 196.

8. Novikova, V., 2013. Funktsionirovanie i regulirovanie sistemno znachimykh bankov v Respublike Belarus, Bankovskiy vesnik. N8, p. 33–38. [online] Available at: <<http://www.nbrb.by/bv/cont.asp?id=9879>>.

9. Rouz, S.P., 1997. Bankovskiy menedzhment. Publisher: M.: Delo, 768 p.

10. Sinki, Dzhozef F. - ml., 1994. Upravlenie finansami v kommercheskom banke. Publisher: M.: Catallaxy, 820 p.

11. Domestic systemically important banks in Australia, 2013. [online] Available at: <<http://www.apra.gov.au/adi/Publications/Documents/Information-Paper-Domestic-systemically-important-banks-in-Australia-December-2013.pdf>>.

12. Letter, 2015. Business Plan, Bermuda Monetary Authority. 16 p. [online] Available at: <<http://www.bma.bm/publications/BUSINESS%20PLAN/Bermuda%20Monetary%20Authority%20Business%20Plan%202015.pdf>>.

13. Chapter 4 The Financial System and Its Stability, 2009. [online] Available at: <https://www.boi.org.il/en/NewsAndPublications/RegularPublications/Documents/Doch2009/pe_4.pdf>.

14. Mishchenko, V.I. Modern Problems of Capitalization of the Banking System of Ukraine / V.I. Mishchenko, S.V. Naumenkova // Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. - 2013. - №2(15). - С. 3 - 11. - http://fkd.khivs.edu.ua/pdf/2013_2/3.pdf

Стегниенко М., аспирант
КНУ имени Тараса Шевченка

РАСКРЫТИЕ СУЩНОСТИ СИСТЕМНО ЗНАЧИМЫХ БАНКОВ: НАЦИОНАЛЬНЫЙ И ГЛОБАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ

В статье исследованы дискуссионные подходы к выявлению системно значимых банков. Изучено роль и функции системно значимых банков, а также представлено авторское определение «системно значимый банк». Практическая и теоретическая значимость исследования заключается в описании механизма влияния системно значимых банков на финансовую стабильность Украины и мира.

Ключевые слова: банк, банковская холдинговая компания, банковская группа, системно значимый банк.

Stegniienko M. O., PhD student of
Taras Shevchenko National University of Kyiv

DISCLOSURE OF ESSENCE SYSTEMICALLY IMPORTANT BANKS: DOMESTIC AND GLOBAL ASPECTS

The paper explores controversial issues of a concept of systemically important banks. The goal of the research is to examine the role and functions of systemically important banks, with emphasis on the manner in which their activities impact economic stability inequality and national well-being. The following methods and approaches were used in the research: method of abstraction, logical generalization, analysis and synthesis methods. Originality of the research is to the systems analysis of the relationship among financial stability and systemically important banks activity. Practical and theoretical significance of the research lies in working out recommendations as to improvement and development of a concept of systemically important banks; describing the mechanism of influence of systemically important banks on a financial stability of Ukraine and of the world.

Keywords: the bank, the bank holding company, the banking group, the systemically important bank.

Наукове видання

**ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ
ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ**

Збірник наукових праць

Випуск 2 (31)

Українською, російською, англійською мовами

Статті подано в авторській редакції

Засновник – Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
Свідоцтво Державного комітету інформаційної політики, телебачення та
радіомовлення України про державну реєстрацію КВ № 6852 від 09.01.03

ТОВ «ЦП «КОМПРИНТ»
03150, м. Київ, вул. Предславинська, 28, оф. 1
(38044) 528-05-42

Підписано до друку 21.11.15. Формат 60х84^{1/16}. Вид. № 162
Друк офсетний. Наклад 100. Ум. друк. арк. 17,4 Зам.№
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 1103 від 31.10.02