

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

ISSN 2520-2294

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC
JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА».

Серия: «Экономические науки»

№ 12(20) / 2018



**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
«ІНТЕРНАУКА».**

Серія: «Економічні науки»

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL
«INTERNAUKA».**

Series: «Economic sciences»

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
«ИНТЕРНАУКА».**

Серия: «Экономические науки»

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

*Свідоцтво
про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації
КВ № 22443-12343Р*

№ 12 (20)

Київ 2018

ББК 65
УДК 33
М-43



COSMOS IMPACT FACTOR



Повний бібліографічний опис всіх статей Міжнародного наукового журналу «Інтернаука». Серія: «Економічні науки» представлено в: **HEB elibrary.ru; Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Наукова періодика України.**

Журнал зареєстровано в міжнародних каталогах наукових видань та наукометричних базах даних: РИНЦ; Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Ulrichsweb Global Serials Directory; Google Scholar; Наукова періодика України; JOURNAL FACTOR; Bielefeld Academic Search Engine (BASE); Scientific Indexing Services; Electronic Journals Library; InfoBase Index; International Institute of Organized Research; Open J-Gate; Cosmos Impact Factor; The Journals Impact Factor (JIF); CrossRef.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

Видання включене у Перелік наукових фахових видань України,
відповідно до Наказу Міністерства освіти і науки України
№ 693 від 10 травня 2017 року.

Засновники:

1. Київський кооперативний інститут бізнесу і права.
2. Приватна установа «Науково-дослідний інститут публічного права».
3. Громадська організація «Міжнародна академія освіти і науки».
4. Товариство з обмеженою відповідальністю «Фінансова Рада України».

У журналі опубліковані наукові статті з актуальних проблем економічної науки.

Для наукових працівників, викладачів, студентів економічних спеціальностей, працівників фінансово-кредитних установ та підприємницьких структур й інших зацікавлених осіб.

Матеріали публікуються мовою оригіналу в авторській редакції.

Редакція не завжди поділяє думки і погляди автора. Відповідальність за достовірність фактів, імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

У відповідності із Законом України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей і матеріалів цієї збірки, посилання на авторів та видання є обов'язковими.

© Автори статей, 2018

© Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».
Серія: «Економічні науки», 2018

ISSN 2520-2294 = Internauka. Seriâ: Èkonomičeskie nauki (Kiev)/Meždunarodnyj naučnyj žurnal "Internauka".
Seriâ: Èkonomičeskie nauki

Редакція:

Головний редактор: **Камінська Тетяна Григорівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Заступник головного редактора: **Коваленко Дмитро Іванович** — кандидат економічних наук, доцент (Київ, Україна)

Заступник головного редактора: **Золковер Андрій Олександрович** — кандидат економічних наук (Київ, Україна)

Секретар: **Колодич Юлія Ігорівна**

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії: **Тарасенко Ірина Олексіївна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Баланюк Іван Федорович** — доктор економічних наук, професор (Івано-Франківськ, Україна)

Член редакційної колегії: **Бардаш Сергій Володимирович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Бондар Микола Іванович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Вдовенко Наталія Михайлівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Гоблик Володимир Васильович** — доктор економічних наук, кандидат філософських наук, доцент, Заслужений економіст України (Мукачеве, Україна)

Член редакційної колегії: **Гринько Алла Павлівна** — доктор економічних наук, професор (Харків, Україна)

Член редакційної колегії: **Гуцаленко Любов Василівна** — доктор економічних наук, професор (Вінниця, Україна)

Член редакційної колегії: **Дерій Василь Антонович** — доктор економічних наук, професор (Тернопіль, Україна)

Член редакційної колегії: **Дмитренко Ірина Миколаївна** — доктор економічних наук, доцент (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Зеліско Інна Михайлівна** — доктор економічних наук, професор, академік Академії економічних наук України (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Зось-Кіор Микола Валерійович** — доктор економічних наук, професор (Полтава, Україна)

Член редакційної колегії: **Клочан В'ячеслав Васильович** — доктор економічних наук, професор (Миколаїв, Україна)

Член редакційної колегії: **Копилук Оксана Іванівна** — доктор економічних наук, професор (Львів, Україна)

Член редакційної колегії: **Кравченко Ольга Олексіївна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Курило Людмила Ізидорівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Лоханова Наталя Олексіївна** — доктор економічних наук, професор (Одеса, Україна)

Член редакційної колегії: **Малік Микола Йосипович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Олійник Олександр Васильович** — доктор економічних наук, професор (Харків, Україна)

Член редакційної колегії: **Осмятченко Володимир Олександрович** — доктор економічних наук, професор (Ірпінь, Україна)

Член редакційної колегії: **Охріменко Ігор Віталійович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Паска Ігор Миколайович** — доктор економічних наук, професор (Біла Церква, Україна)

Член редакційної колегії: **Разумова Катерина Миколаївна** — доктор економічних наук, доцент (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Танклевська Наталія Станіславівна** — доктор економічних наук, професор (Херсон, Україна)

Член редакційної колегії: **Токар Володимир Володимирович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Чижевська Людмила Віталіївна** — доктор економічних наук, професор (Житомир, Україна)

Член редакційної колегії: **Шпак Валентин Аркадійович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Белялов Талят Енверович** — кандидат економічних наук, доцент (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Дудко Павло Миколайович** — кандидат економічних наук (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Peter Bielik** — Dr. hab. (Словацька Республіка)

Член редакційної колегії: **Eva Fichtnerová** — University of South Bohemia in České Budějovice (Чеська Республіка)

Член редакційної колегії: **József Káposzta** — Dr. hab. (Угорщина)

Член редакційної колегії: **Henrietta Nagy** — Dr. hab. (Угорщина)

Член редакційної колегії: **Anna Törő-Dunay** — Dr. hab. (Угорщина)

Член редакційної колегії: **Mirosław Wasilewski** — Dr. hab., Associate professor WULS-SGGW (Польща)

Член редакційної колегії: **Natalia Wasilewska** — Doctor of Economic Sciences, professor UJK (Польща)

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Зеркаль Анастасія Вікторівна ВЛИЯНИЕ МИРОВЫХ СОБЫТИЙ И РЫНОЧНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА КОММЕРЧЕСКУЮ СОЗНАТЕЛЬНОСТЬ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ	9
Білоцерківський Олександр Борисович, Соснов Ігор Ігорович ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	14
Бугай Надія Олександрівна, Чайка Григорій Андрійович ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	20
Кабаченко Дмитро Васильович УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ І ЙОГО ВПЛИВ НА РЕЗУЛЬТАТИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	27
Ларіна Ярослава Степанівна, Завальнюк Катерина Сергіївна ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ЗРОСТАННЯ ДЛЯ АГРОФОРМУВАНЬ	37
Петрушка Тетяна Олексіївна, Ємельянов Олександр Юрійович, Симак Анастасія Валеріївна ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ, ЯКІ СТРИМУЮТЬ ПРОЦЕС РЕСУРСОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВАХ	47
Піскун Донатас Натанович ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	54
Сломчинська Світлана Олександрівна МЕТОДИКА КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУ ОПЕРАЦІЙ З ІНВЕСТИЦІЙНОЮ НЕРУХОМІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ.....	60

МАРКЕТИНГ

Шахтарін Кирило Олександрович, Носирев Олександр Олександрович БРЕНДІНГ КОМПАНІЇ В АСПЕКТІ ЕФЕКТИВНОГО ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ (НА ПРИКЛАДІ КОРПОРАЦІЇ APPLE)	71
---	----

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

- Кашперська Анастасія Іванівна**
ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ СФЕРИ
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА..... 78

ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

- Слободянюк Наталя Олександрівна, Шокер Римма Ігорівна**
СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА ДЕТЕРМІНАНТІВ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ 87

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

- Погасій Сергій Олександрович, Чуб Карина Віталіївна**
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ ТА ШЛЯХИ
ЇХ ВИРІШЕННЯ..... 96

- Халилов Арсен Энверович**
ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНОВ..... 102

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

- Завадська Діана Володимирівна**
ВПЛИВ ЦИКЛІЧНОСТІ НА ПРОЦЕСИ КРЕДИТУВАННЯ БАНКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ 108

- Максимчук Олександр Сергійович**
ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ БЮДЖЕТУ УЧАСТІ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ М. ТЕРНОПОЛЯ) 120

- Рак Роман Володимирович, Василюк Дмитро Володимирович**
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ЗЛИТТІВ ТА ПОГЛИНАНЬ..... 126

CONTENTS

ECONOMICS AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Zerkal Anastasiia

WORLD EVENTS AND MARKET'S CHANGES IMPACT TO EMPLOYEE COMMERCIAL
AWARENESS OF ENTERPRISES..... 9

Bilotserkivskyi Oleksandr, Sosnov Igor

PECULIARITIES OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF TRADE ENTERPRISES..... 14

Bugay Nadia, Chayka Grygoriy

FEATURES OF DOMESTIC AUDIT OF CALCULATIONS WITH BUYERS AND CUSTOMERS
OF MODERN ENTERPRISE 20

Kabachenko Dmytro

MANAGEMENT OF INNOVATIVE POTENTIAL AND ITS INFLUENCE ON THE RESULTS
OF ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE 27

Larina Yaroslava, Zavalniuk Kateryna

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF MARKETING STRATEGIES FOR THE GROWTH
OF AGROFORMATIONS 37

Petrushka Tetyana, Yemelyanov Olexandr, Symak Anastasiya

DETERMINATION OF FACTORS THAT RESTRAIN THE PROCESS OF RESOURCE-SAVING
TECHNOLOGICAL CHANGES AT THE ENTERPRISES 47

Piskun Donatas

DETERMINANTS FORMING COMPETITIVE ADVANTAGES OF MACHINE-BUILDING
ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF IMPROVEMENT OF EURO-INTEGRATION PROCESSES...54

Slomchynska Svitlana

TRADING COMPANY INVESTMENT PROPERTY TRANSACTIONS COMPREHENSIVE
EVALUATION METHODS..... 60

MARKETING

Shakhtarin Kirilo, Nosyriev Oleksandr

COMPANY BRANDING IN THE ASPECTS OF EFFECTIVE INNOVATION MARKETING
(APPLE CORPORATION EXAMPLE) 71

ACCOUNTING AND TAXATION

Kashperska Anastasiia

INTERNAL CONTROL IN THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM OF THE RESTAURANT
BUSINESS..... 78

PROBLEMS OF NATIONAL ECONOMY

Slobodyanyuk Natalija, Shoker Rymma

STATISTICAL EVALUATION OF PROVIDING INVESTMENT DETERMINANTS FINANCIAL
SECURITY IN UKRAINE..... 87

REGIONAL ECONOMICS

Pohasii Serhii, Chub Karyna

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF TOURISM IN UKRAINE AT THE REGIONAL LEVEL
AND WAYS OF THEIR SOLUTION 96

Khalilov Arsen

DECISION-MAKING IN THE PRODUCTION SYSTEM OF ENTERPRISES OF REGIONS102

FINANCE, BANKING AND INSURANCE

Zavadaska Diana

IMPACT OF CYCLICITY ON THE BANKS LENDING INNOVATIVE DEVELOPMENT IN UKRAINE ...108

Maksymchuk Oleksandr

IMPLEMENTATION OF THE BUDGET OF PARTICIPATION IN UKRAINE
(IN CASE OF TERNOPIL).....120

Rak Roman, Vasyliuk Dmytro

MODERN TRENDS IN THE GLOBAL MERGERS AND ACQUISITIONS MARKET126

Zerkal Anastasiia

*PhD in Economics, Deputy Head, Associate Professor of
Finance, Entrepreneurship and Stock Exchanges Department
Classic Private University*

Зеркаль Анастасія Вікторівна

*кандидат економічних наук, заступитель заведуючого,
доцент кафедри фінансов, підприємництва и біржової діяльності
Класический приватный университет*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4545

WORLD EVENTS AND MARKET'S CHANGES IMPACT TO EMPLOYEE COMMERCIAL AWARENESS OF ENTERPRISES

ВЛИЯНИЕ МИРОВЫХ СОБЫТИЙ И РЫНОЧНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА КОММЕРЧЕСКУЮ СОЗНАТЕЛЬНОСТЬ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

Summary. Keeping up with the political and economic news isn't everything when it comes to employee commercial awareness. Staff needs to be able to relate global events and market changes to the sector and enterprise you're applying to. This article has looked at the international financial markets open to enterprises and the macro-economic factors affecting those markets.

Key words: commercial awareness, staff, enterprise, financial markets.

Аннотация. Быть в курсе политических и экономических новостей — это еще не все, когда дело доходит до коммерческой сознательности персонала предприятия. Персонал должен уметь связывать глобальные события и рыночные изменения с тем сектором и предприятием, на котором они работают. В этой статье рассматриваются международные финансовые рынки, открытые для предприятий, и макроэкономические факторы, влияющие на эти рынки.

Ключевые слова: коммерческая сознательность, персонал, предприятие, финансовые рынки.

Introduction. As enterprises expand internationally, they come into increasing contact with the world's financial markets. Foreign exchange, bonds, shares, loans are all part of the financial markets where enterprises and governments raise money. And they are all highly sensitive to interest rates — which are of great concern to enterprises which are big users of debt. So if you are talking to the finance director of a client enterprise or someone who works in an enterprise's treasury department, you can discuss interest rates. What follows is a simple explanation of how these things are all interlinked.

The purpose of the article. Influence of understanding global events and market changes relation to the enterprise and employee commercial awareness.

Research results. In Ukraine, interest rates are set by the Monetary Policy Committee of the National

Bank. The MPC is required to keep inflation within limits that are set by the President.

In an inflationary environment, prices go up (i.e. demand for goods and services outstrips supply) so the value of money is eroded because it buys you less. Governments don't like inflation because it erodes the value of people's savings (which they don't like) and makes them spend rather than save. If they don't save for retirement or rainy days, the government ultimately has to help them and it can only do this by raising taxes, which is unpopular with the electorate. So the MPC has to maintain interest rates at a level that keeps inflation under control. A little inflation is all right. It has the effect of gradually increasing asset values (e.g. house prices) which increases the feel-good factor. The opposite of inflation — deflation — is worse: consumers don't spend because they know the price of

goods and services will be cheaper tomorrow — but then they don't buy them tomorrow either, because prices will be lower still the following day, so demand dries up. Industry falters and the economy grinds to a halt. So if the MPC is too cautious and keeps interest rates too high, the economy can grind to a halt and tip into deflation [1, p. 44].

In the Ukraine, the speed with which house prices rise is a strong indication of inflation. If people move house a lot, they buy new white goods, furnishings, and so on, and all of this feeds into industry. If house prices are increasing fast, people feel wealthier and spend more on going out and holidays. This is why the MPC gets worried if house prices go up too quickly.

If interest rates go up, the cost of borrowing to enterprises increases. This reduces their profitability. This is one reason why their share price tends to go down (the other is that investors take their money out of the stock market and put it on deposit at banks to get the benefit of the increased rate of interest, so pushing the stock market down) [2].

An increase in interest rates also reduces the value of corporate bonds because, in relative terms, the rate of interest those bonds pay is now less attractive because interest rates have gone up.

Enterprises are also hit in another way. As foreign institutional investors bring money into the Ukraine to get the benefit of the increased interest rate, they convert their cash into sterling in order to deposit it with banks. This has the effect of driving up the price of the pound in the forex market. This has the effect of making the cost of Ukraine exports to overseas buyers more expensive since those buyers now have to spend more in their local currency since it has gone down in value in relation to sterling. So Ukraine exports decline. This, too, has the effect of reducing the profitability of those Ukraine enterprises which export overseas, which in turn will reduce their share price.

If the MPC reduces interest rates because the economy is faltering, then everything I've said above is reversed.

Note that this doesn't always happen. The markets don't like interest rates going up. But they like it even less if the economy is out of control. So if the MPC fails to increase interest rates when the markets think it should, the stock market may react by going down anyway. Equally, if the MPC signals that interest rates are going up, the markets may reward it by failing to react at all — because they feel the economy is under control. In fact, what this shows is that markets are always looking to the future, hence the expression that 'the bad news is already in the price' (in other words, it has been discounted) [3, p.508].

This is also why an enterprise's share price often goes down when its annual profits figures are good (because investors think they have seen the best of it and assume that profits will go down) and why the share price of enterprises that produce bad results often goes up — because investors buy in the hope that things can only get better.

Interest rates are a risk. ORM (operational risk management) is about managing all such risks. These include:

- Internal fraud — by an employee (e.g. embezzlement)
- External fraud — by an external person (e.g. computer hacking; theft of industrial know-how)
- Health and safety — the risk of employees being injured or suffering discrimination
- Clients, products and business practices — this can range from giving a client negligent advice to producing a faulty product (product liability)
- Damage to physical assets — ranging from weather disruption to terrorist acts
- Systems failures — through computer or telecoms mishaps or breakdowns in power supplies [4].
- There are other risks:
- Regulatory risk — if an organisation is in a regulated industry (e.g. banking) then one of the biggest single risks is that of losing your licence to operate.
- Legal risk — the risk of being sued
- Political risk — especially if a enterprise has subsidiaries operating in unstable economies
- Funding risk — the risk that an enterprise may be unable to borrow or raise equity finance at a critical time
- The financial markets include:
- Interest rate risk — that interest rates will go up (for enterprises that are borrowers) or down (for institutional investors that have money in bonds or on deposit)
- Currency risk — that your currency will go down in value or that a currency you want to raise funds in will go up
- Counterparty risk — that the party on the other side of your deal or transaction goes bust or refuses to fulfil their obligations
- Specific risk — that a particular investment (e.g. shares in a specific enterprise) will go down in value
- Market or systemic risk — the risk that a whole market (possibly the entire market in which an enterprise does business) will go down in value or disappear [5].

In addition there is aggregation risk, from two separate risks coming together, and concentration

risk, from greater-than-expected exposure to a particular risk.

Risk isn't bad. It is the lifeblood of business in the sense that the greater the risk incurred, the greater the return should be — provided it is managed. Enterprises manage risk through a variety of ways. They guard against operational risk through:

- Planning (e.g. disaster recovery and business continuity plans to ensure the business can carry on; and alternative sources of raw materials or power)
- Security procedures (e.g. vetting employees by taking up references; preventing access to premises without security swipe cards)

They guard against financial risk through hedging and insurance.

Financial markets are these days closely correlated (they move up and down together).

That's because if there are pricing anomalies between markets (the same bond costs more in the US than it does in Europe), arbitrageurs will exploit the pricing difference. They will buy the instrument where it is cheapest and sell it where it commands the highest price and pocket the difference [3, p.510].

The act of doing this drives up the price where they buy it (increased demand) and drives down the price where they sell it (increased supply). Arbitrage activity helps to keep markets in equilibrium.

Banks, brokers, even individuals, are involved in arbitrage across all markets in all assets (shares, bonds, derivatives, forex, commodities).

The single biggest financial market in the world is the foreign exchange or forex market, which is where currencies are bought and sold (by the way, there's no physical marketplace for forex — it's all conducted between banks by telephone and on-screen).

When you go on holiday you need to change pounds (sterling) into the currency of the place where you are going. When you come back you change back whatever is left over. Usually you do this by going to a bank or a currency changer like Thomas Cook. In exactly the same way, enterprises, banks and institutional investors need to change currencies [2].

Enterprises need to do so when they do business overseas. They may get paid in a local currency and need to translate that back into pounds sterling. Enterprises may also build factories abroad or set up trading subsidiaries. Doing this in another country is called direct investment. Institutional investors that invest in the shares of enterprises around the world use the forex market to convert sterling into local currencies to buy those shares on local stock exchanges. This is called indirect investment.

There may well be local regulations on the extent to which foreigners can own local businesses — some

countries are worried that important enterprises may fall into foreigners' hands. This sort of attitude is called protectionism, where countries try to protect their businesses and markets by controlling access to them (although history shows that open markets generally prosper more quickly because they are forced to become competitive by educating their workforce, dismantling restrictive practices and harnessing technology). There may also be regulations on the extent to which you can export local profits and exchange controls on transfers of currencies [5].

The forex market doesn't exist as a single, physical market. It is a virtual market that is made up of banks, institutional investors and the treasury operations of governments and big enterprises, all dealing with each other. There are also specialist currency brokers who act as intermediaries. The forex market is open all the time. When Europe is open it is centred in the leading financial capitals with London ahead of the pack. Then as New York opens, it switches across to Wall Street and then follows the sun across to East Asia — Tokyo, Hong Kong and Singapore. It is also an unregulated market in the sense that no single government or regulator is responsible for it. The only condition of being able to trade in it is whether anyone else will trade with you and that depends on your 'name' or credit rating. If you are a big bank, financial institution or enterprise with a good credit rating, you can trade. Otherwise, forget it [2].

There are two markets in the forex market: the spot market (buying currency for immediate use) and the future market for delivery at a later date. Going back to the holiday example, if you buy the currency now because you are about to go on holiday, that is a spot market transaction for immediate delivery. But if you are going on holiday in the US in six months' time and are worried that the dollar will increase against sterling over that period, you might buy dollars at today's rate for delivery in six months' time. That is a forward contract, also known as a future [2].

Enterprises guard against rises in interest rates and in foreign exchange by hedging using derivatives. These are known as risk management instruments. Enterprises buy standard, tradable derivatives on futures and options exchanges. They also buy customised ones directly from banks in what is called the OTC (over the counter market). Derivatives can be either debt-based or equity-based (they are called derivatives because they are derived from other instruments).

Institutional investors and banks use VAR (value-at-risk) measures to assess the maximum loss that a portfolio is likely to sustain. They measure the beta of particular stocks and shares — beta is a measure

of how closely correlated to an index a security is. The less correlated, the more volatile it is in relation to the market as a whole and so the riskier it is. They too use derivatives.

Examples of derivatives include:

Swaps — these can be interest-rate or currency swaps. Interest-rate swaps are used by enterprises to switch borrowings from fixed-rate to floating or vice versa depending on which way they think interest rates are going to go. Currency swaps are used by enterprises to switch funding from one currency (say sterling) into another (say dollars) because they want the latter to invest (e.g. to build a factory in the US) [2].

- Options — these enable an enterprise to buy something at a future date at a fixed price if it wants to.
- Futures or forward contracts — these are agreements to buy something at a future date at a particular price. If on that date the actual price is lower, the enterprise must pay the difference. If the actual price is higher, it receives the difference. These can be dangerous instruments if not properly understood.

Enterprises also protect themselves against risks by taking out insurance cover. Insurance and shipping — still the way most businesses transport goods around the world — are intimately linked, though not, strictly speaking, regarded as part of the financial markets.

It's still hard to grasp — given the number of aircraft in the sky at any one moment — that the bulk of the world's trade (at least four-fifths) moves by ship. The shipping industry is huge in its own right (as is ship finance — the maritime application of asset finance discussed earlier).

Greece — especially Piraeus — is traditionally the home to many ship-owners and there are international ship registries all over the world. But London remains a centre of international shipping. It has the Baltic Exchange where ship cargo-carrying capacity is traded (the contract to hire a ship to carry a cargo is called a charter party and if the length of the charter is exceeded, the ship-owner charges demurrage). The forward market in charters is a good indication of expected economic activity around the world. Of course, taking cargoes across oceans is a risky business, which is how Lloyd's of London developed. Lloyd's was therefore a club — like the Stock Exchange — and made its own rules. The Stock Exchange had jobbers and brokers [5].

Lloyd's had managing agents, members' agents and Names (always written with a capital 'N'). Managing agents ran syndicates (not to be confused with syndicated loans) and were the modern-day underwriters. Each syndicate had capacity to underwrite risk. This capacity was provided by Names. Names were not active members of the market (although most managing agents were also Names and were called working Names); they were individuals who were essentially investors. Members' agents acted for Names, putting them on syndicates and managing their affairs.

Each of the syndicates specialised in certain types of risk: marine, motor, aviation and non-marine (everything else). The managing agent would accept risk on behalf of the syndicate. His expertise lay in pricing risks, the price being the premium paid to the syndicate for underwriting the risk. Brokers, acting for clients with risks, placed those risks with syndicates by going round managing agents who would accept a slice of the risk, which went on the underwriter's slip (bit of paper).

It used to be considered a great honour to be invited to become a Name at Lloyd's because, provided you had a certain level of wealth, you could keep that money invested elsewhere, earning a return, and would only need to invest it in Lloyd's to meet losses. But in the 1980s, three developments devastated the market: (1) a series of heavy losses through big natural disasters, coupled with (2) internal fraud and (3) liability imposed by the US courts for Joint ventures and alliances [4].

Conclusions. One way of expanding — especially overseas — is by entering into joint ventures and alliances with other enterprises to exploit new markets together.

At its simplest, a joint venture can be an agreement just to cooperate, share information and expenses and develop joint opportunities. At its grandest, a new enterprise (NewCo, as it's often codenamed before being launched with a proper name) may be created (jointly owned by the joint venture parties) which then undertakes a whole new business, with the two shareholders contributing capital, know-how and people.

In both types there are complex formulae for sharing and paying out profits; in the case of NewCo there will be provisions allowing each party to buy out the other and mechanisms for fixing the price at which that is done, depending on NewCo's performance.

References

1. Tsui, A.S. and Wu, J.B. (2005), “The new employment relationship versus the mutual investment approach: implications for human resource management”, in Losey, M., Meisinger, S. and Ulrich, D. (Eds), *The Future of Human Resource Management*, John Wiley, Hoboken, NJ, pp. 44–56.
2. Headley, P.H, November 23, 2010, 4 Mental Keys That Help My Trading Performance [read in 10 decembrie, 2018] [Electronic resource]. — Access mode: http://www.tradingmarkets.com/.site/stockss/how_to/articles/4-Insights-for-Trading-Success81382.cfm
3. Judy Chuan-Chuan Lin(2007), Online stickness: its antecedents and effect on purchasing intention, *Behavior & Information Technology*. — Vol. 26. — No. 6. — 507–516.
4. Chaboud, Alain, Benjamin Chiquoine, Erik Hjalmarsson and Clara Vega (2009). *Rise of the Machines: Algorithmic Trading in the Foreign Exchange Market*. International Finance Discussion Papers 980, Federal Reserve Board.
5. FXC, NY (2010). *Tools for Mitigating Credit Risk in Foreign Exchange Transactions*. Web-document Nov., New York Foreign Exchange Committee [Electronic resource]. — Access mode: <http://www.newyorkfed.org/fxc/2010/creditrisktools.pdf>.
6. Chen, M.-J., Su, K.-H. and Tsai, W. (2007) “Competitive tension: the awareness-motivation-capability perspective”, *Academy of Management Journal*. — Vol. 50. — pp. 101–18.

Білоцерківський Олександр Борисович

кандидат технічних наук, доцент,

доцент кафедри комерційної, торговельної та підприємницької діяльності

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

Белоцерковский Александр Борисович

кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры

коммерческой, торговой и предпринимательской деятельности

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт»

Bilotserkivskyi Oleksandr

Candidate of Technical Sciences, Associated Professor,

Associated Professor of Commercial, Trade and Entrepreneurial Activity Department

National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

ORCID: 0000-0003-4707-7964

Соснов Игорь Игоревич

кандидат технических наук, доцент,

доцент кафедри комерційної, торговельної та підприємницької діяльності

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

Соснов Игорь Игоревич

кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры

коммерческой, торговой и предпринимательской деятельности

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт»

Sosnov Igor

Candidate of Technical Sciences, Associated Professor,

Associated Professor of Commercial, Trade and Entrepreneurial Activity Department

National Technical University «Kharkov Polytechnic Institute»

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4522

ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ОСОБЕННОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

PECULIARITIES OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF TRADE ENTERPRISES

Анотація. У статті розглядається аналіз сучасного стану торговельної галузі України та порівняння її показників із світовими тенденціями. Досліджено структуру української економіки за різними показниками. Встановлено, що торгівля є провідною галуззю української економіки, оскільки вона посідає перше місце за числом суб'єктів господарювання та обсягом реалізації товарів. Крім того, торгівля займає друге місце після промисловості за кількістю зайнятих та найнятих працівників. Визначено структуру експорту-імпорту товарів та послуг в Україні. Отримано, що структура експорту

товарів України відповідає структурі світової торгівлі, оскільки в експорті переважають промислові товари, сільськогосподарська продукція, паливо та видобувна продукція. Імпорт товарів з України має аналогічну структуру. Український експорт послуг представлений транспортними послугами, іншими комерційними послугами та послугами, пов'язаними з товарами та подорожами. Отже, товарооборот України відповідає світовому, тому торговельна галузь країни розвивається в контексті світових тенденцій. Таким чином, зовнішня і внутрішня торгівля товарами та послугами є важливою частиною української економіки, що забезпечує левову частку надходжень до державного бюджету. Розглянуто підходи вітчизняних та зарубіжних вчених до визначення поняття «антикризове управління підприємством». Його можна трактувати з різних сторін як: 1) систему управління; 2) тип управління або управління; 3) розробку та реалізацію заходів; 4) процес. Запропоновано авторське тлумачення цього визначення. На думку авторів, антикризовий менеджмент торговельного підприємства можна визначити як процес, що включає чотири етапи: запобігання кризі, підготовку до кризи, реагування на кризу від бізнесу та реконструкцію.

Ключові слова: антикризове управління, торговельне підприємство, структура економіки України, торговельна галузь, експорт-імпорт товарів і послуг.

Аннотация. В статье рассматривается анализ современного состояния торговой отрасли Украины и сравнение ее показателей с мировыми тенденциями. Исследована структура украинской экономики по разным показателям. Установлено, что торговля является ведущей отраслью украинской экономики, поскольку она занимает первое место по числу субъектов хозяйствования и объему реализации товаров. Кроме того, торговля занимает второе место после промышленности по количеству занятых и нанятых работников. Определена структура экспорта-импорта товаров и услуг в Украине. Получено, что структура экспорта товаров Украины соответствует структуре мировой торговли, поскольку в экспорте преобладают промышленные товары, сельскохозяйственная продукция, топливо и добывающая продукция. Импорт товаров из Украины имеет аналогичную структуру. Украинский экспорт услуг представлен транспортными услугами, другими коммерческими услугами и услугами, связанными с товарами и путешествиями. Следовательно, товарооборот Украины соответствует мировому, поэтому торговая отрасль страны развивается в контексте мировых тенденций. Таким образом, внешняя и внутренняя торговля товарами и услугами является важной частью украинской экономики, которая обеспечивает львиную долю поступлений в государственный бюджет. Рассмотрены подходы отечественных и зарубежных ученых к определению понятия «антикризисное управление предприятием». Его можно трактовать с разных сторон как: 1) систему управления; 2) тип управления или управления; 3) разработку и реализацию мероприятий; 4) процесс. Предложено авторское толкование этого определения. По мнению авторов, антикризисный менеджмент торгового предприятия можно определить как процесс, который включает четыре этапа: предотвращение кризиса, подготовку к кризису, реагирование на кризис от бизнеса и реконструкцию.

Ключевые слова: антикризисное управление, торговое предприятие, структура экономики Украины, торговая отрасль, экспорт-импорт товаров и услуг.

Summary. The article deals with the analysis of the current state of Ukraine's trade sector and the comparison of its indicators with world tendencies. The structure of the Ukrainian economy according to different indicators is considered. It is determined that the trade is the leading branch of Ukrainian economy because it ranks first in the number of business entities and the sales volume of goods. Also, the trade is second after industry in the number of employed and hired workers. The structure of export-import of goods and services in Ukraine is determined. It is obtained that the structure of merchandise exports of Ukraine corresponds to the structure of world trade because there dominate industrial goods, agricultural products, fuel and mining products. The merchandise imports of Ukraine have a similar structure. Ukrainian export of services is presented by transport services, other commercial services, services related to goods and travel. Consequently, the trade turnover of Ukraine corresponds to the global one. Therefore, the country's trade sector is developing in the context of global trends. Thus, external and internal trade in goods and services is important part of Ukrainian economy, providing the most share of revenues to the state budget. The approaches of domestic and foreign scientists to the definition of anti-crisis management of the enterprise are considered. It can be considered from different ways as a 1) management system; 2) management or management type; 3) development and implementation of measures; 4) process. The author's interpretation of this definition is proposed. According to the authors, anti-crisis management of the trade enterprise can be defined as a process including four stages: crisis prevention, crisis preparation, crisis response from the business, and reconstruction.

Key words: anti-crisis management, trade enterprise, structure of the economy of Ukraine, trade industry, export-import of goods and services.

Постановка проблеми. Торговельне підприємство в процесі господарювання взаємодіє з виробниками, постачальниками, споживачами, органами місцевої влади тощо, має свій потенціал та цикли розвитку, які не завжди співпадають із циклами розвитку економіки у цілому. Природний розвиток підприємства характеризується змінами у його функціонуванні, технології, асортименті реалізованої продукції, кадровому складі тощо. Якщо зміни негативні, то підприємство входить у кризовий стан. Тому антикризове управління торговельними підприємствами є однією із головних проблем економіки і законодавства не тільки економічно розвинених країн, але і України. У зв'язку з цим, актуальним є питання аналізу сучасного стану торговельної галузі України та порівняння її показників із світовими тенденціями; огляд підходів вітчизняних та зарубіжних вчених до визначення поняття «антикризове управління підприємством» та їх авторське доопрацювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження антикризового управління підприємствами зробили такі провідні зарубіжні та вітчизняні вчені, як Дж. Банді [1], І. А. Бланк [2, с. 271], Д. І. Бойко [3, с. 363], В. І. Борзенко [4, с. 82], О. А. Карпенко [5, с. 70], С. К. Рамазанов [6, с. 27], І. А. Сараєва [7, с. 166], А. Староста [8, с. 256], А. М. Ткаченко [9, с. 122] та ін. Ці автори вкладали в антикризове управління різний зміст, розглядаючи його як систему управління або тип управління; розробку та реалізацію заходів; процес. Отже, спостерігається неоднозначність підходів вітчизняних і зарубіжних вчених до визначення

цього поняття, що і потребує подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз сучасного стану торговельної галузі України та порівняння її показників із світовими тенденціями; огляд підходів вітчизняних та зарубіжних вчених до визначення поняття «антикризове управління підприємством» та їх авторське доопрацювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз сучасного стану торговельної галузі України почнемо з розгляду структури економіки України у 2017 році за такими показниками: 1) кількість суб'єктів господарювання; 2) кількість зайнятих працівників; 3) кількість найманих працівників; 4) обсяг реалізованої продукції (табл. 1 [10]). Як показують результати табл. 1, торгівля дійсно є провідною галуззю народного господарства України, займаючи у структурі економіки перше місце за кількістю суб'єктів господарювання (46,4%) та обсягом реалізованої продукції (товарів, послуг) (39,6%); друге місце після промисловості за кількістю зайнятих (27%) і найманих (22%) працівників.

Визначимо структуру експорту–імпорту товарів і послуг в Україні за 2017 рік і порівняємо її зі світовими тенденціями (табл. 2 [11]). Дані табл. 2 свідчать, що в експорті товарів із України перше місце (46,3%) займає торгівля промисловими товарами, друге — сільськогосподарською продукцією (44%), третє — паливом і видобувною продукцією (9,2%). Така структура вітчизняної торгівлі за виключенням енергоносіїв відповідає світовій торгівлі [12, с. 13]: промислові товари (70%), паливо і видобувна продукція (16%), сільськогосподарська продукція

Таблиця 1

Структура економіки України у 2017 році

Види економічної діяльності	Питома вага за показниками, %			
	кількість суб'єктів господарювання	кількість зайнятих працівників	кількість найманих працівників	обсяг реалізованої продукції
сільське, лісове та рибне господарство	4,24	7,69	8,56	5,52
промисловість	6,86	28,22	33,45	33,81
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	46,41	26,88	21,72	39,58
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	5,31	10,89	12,18	5,66
інформація та телекомунікації	8,14	3,66	2,48	2,56
операції з нерухомим майном	5,02	2,81	2,49	1,43
професійна, наукова та технічна діяльність	6,73	3,69	3,05	3,85
інші види діяльності	17,29	16,16	16,07	7,59
Усього	100	100	100	100

Джерело: розраховано авторами на основі [10]

(10%). У товарному імпорті України теж переважають промислові товари (66%), паливо і видобувна продукція (22,6%), сільськогосподарська продукція (10,9%). Звісно, Україна з 2014 року потерпає від нестачі енергоносіїв через російську анексію Криму та окупацію Донбасу, адже були втрачені перспективні родовища нафти і газу на шельфі Чорного та Азовського морів, під контроль сепаратистів потрапили всі антрацитові шахти, тому країна була змушена купувати енергоносії закордоном.

В експорті послугами переважають транспортні послуги (42,6%), інші комерційні послуги (36,4%), послуги, пов'язані з товарами (11,8%), подорожі (9,2%). Навпаки, структура імпорту України кардинально відрізняється від її експорту: тут переважають подорожі (57,4%), інші комерційні послуги (23,6%), транспорт (18,4%). Порівняно з цим, у світовому експорті та імпорті послугами перше місце займають інші комерційні послуги, друге — подорожі, третє — транспорт [13, с. 13]. Отже, товарооборот України за деяким виключенням нагадує світовий, тому торговельна галузь країни розвивається в контексті світових тенденцій.

Таким чином, зовнішня та внутрішня торгівля товарами і послугами має важливе значення для економіки України, забезпечуючи левову частину надходжень до державного бюджету.

Проте українські підприємства змушені працювати у кризових умовах, пов'язаних із негативним впливом наступних зовнішніх і внутрішніх чинників: анексія Криму; втрата близько 20% промислового потенціалу та паливно-енергетичних ресурсів через окупацію частини Донбасу і триваючий збройний конфлікт; розрив традиційних економічних

зв'язків із Росією та переорієнтація на ринки Євросоюзу з високими вимогами до якості продукції; блокада азовських портів України і т.д., що і зумовлює необхідність застосування антикризового управління підприємствами. Виходячи з цього, проаналізуємо підходи вітчизняних та зарубіжних вчених до визначення поняття «антикризове управління підприємством» (табл. 3 [1–9]). Із результатів табл. 3 слідує неоднозначність у трактуванні цього визначення. З одного боку, антикризове управління визначають як систему управління, що має комплексний характер [3, с. 363; 6, с. 27]. З іншого боку, антикризове управління трактується як управління [9] або тип управління [5]. З визначеннями [3; 5; 6; 9] можна посперечатися, оскільки, на думку авторів, підприємство у подоланні кризи повинне спиратися не тільки на власні ресурси. Автори І. А. Бланк [2], І. А. Сараєва [7] ототожнюють антикризове управління з його метою. На нашу думку, подібне визначення є не зовсім коректним, адже це дещо спрощує його зміст і звужує область застосування. Ще однією точкою зору є трактування антикризового управління як процесу. Такої думки дотримуються як вітчизняні [4, с. 82], так і зарубіжні вчені [1; 8, с. 256]. Зокрема, А. Староста конкретизує складові антикризового управління як процесу, виділяючи в ньому чотири послідовні етапи: запобігання кризі, підготовка до кризи, реагування на кризу від бізнесу та реконструкція (та оцінка застосованих антикризових заходів) [8, с. 256].

На наш погляд, визначення антикризового управління як процесу є найбільш універсальним.

Таким чином, на думку авторів, антикризове управління торговельним підприємством можна

Таблиця 2

Структура експорту–імпорту товарів і послуг в Україні за 2017 рік

Категорія	Експорт, %	Імпорт, %
Товари		
Промислові товари	46,3	66,1
Паливо та видобувна продукція	9,2	22,6
Сільськогосподарські продукти	44	10,9
Інші	0,6	0,5
Усього	100	100
Послуги		
Послуги, пов'язані з товарами	11,8	0,6
Транспорт	42,6	18,4
Подорожі	9,2	57,4
Інші комерційні послуги	36,4	23,6
Усього	100	100

Джерело: складено авторами на основі [11]

Таблиця 3

Підходи до визначення поняття «антикризове управління підприємством»

Автори	Визначення
Система управління	
Д.І. Бойко [3, с. 363], С.К. Рамазанов [6, с. 27]	Антикризове управління — це система управління, що має комплексний характер та спрямована на попередження, запобігання кризових явищ і виявлення причин кризи, виду, стадії та закономірностей її протікання, можливих сценаріїв розвитку, інструментів по виходу з неї, з метою подальшого функціонування підприємства.
Управління або тип управління	
А.М. Ткаченко [9, с. 122]	Антикризове управління — постійно організоване спеціальне управління, в основу якого покладена система методів та принципів розробки та реалізації специфічних управлінських рішень, що приймаються відокремленим суб'єктом в умовах суттєвих ресурсних та часових обмежень, підвищеного ризику, фінансових та інтелектуальних витрат для відновлення життєздатності підприємства та недопущення його ліквідації як господарюючого суб'єкта.
О.А. Карпенко [5, с. 70]	Антикризове управління як тип управління, здатного передбачити кризи і запобігати їм, пом'якшувати їх перебіг, ліквідовувати негативні наслідки та перетворювати їх у позитивні зміни, є найважливішим фактором розвитку економіки і менеджменту
Розробка та реалізація заходів	
І.А. Бланк [2, с. 271], І.А. Сараєва [7, с. 166]	Антикризове управління — це розробка та реалізація заходів, спрямованих на швидке відновлення платоспроможності і відновлення достатнього рівня фінансової стійкості підприємства, яка забезпечує його вихід з кризового фінансового стану
Процес	
В.І. Борзенко [4, с. 82]	Антикризове управління можна визначити, як процес застосування форм, методів і процедур, спрямованих на ефективну взаємодію структурних підрозділів підприємства між собою та зовнішнім середовищем, з метою створення умов для подолання негативних тенденцій в діяльності господарюючого суб'єкта в короткостроковій перспективі та сприяючих соціально-економічному оздоровленню його фінансово-господарської діяльності.
Дж. Банді [1]	Crisis management is the process by which an organization deals with a disruptive and unexpected event that threatens to harm the organization or its stakeholders
А. Староста [8, с. 256]	Anti-crisis management is a process consisting of four successive phases: crisis prevention, crisis preparation, crisis response from the business, and reconstruction (and evaluation of the applied anti-crisis measures).

Джерело: складено авторами на основі [1; 2, с. 271; 3, с. 363; 4, с. 82; 5, с. 70; 6, с. 27; 7, с. 166; 8, с. 256; 9, с. 122]

тракувати як процес, тобто сукупність послідовності таких дій: 1) запобігання кризі, 2) підготовка до кризи, 3) реагування на кризу від підприємства, 4) оцінка застосованих антикризових заходів, — для досягнення стабільного, успішного господарювання торговельного підприємства та його стійкого розвитку.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки:

1. Торгівля є провідною галуззю народного господарства України, займаючи у структурі економіки перше місце за кількістю суб'єктів господарювання (46,4%) та обсягом реалізованої продукції (товарів, послуг) (39,6%); друге місце після промисловості за кількістю зайнятих (27%) і найманих (22%) працівників.

2. У структурі товарного експорту України перше місце (46,3%) займає торгівля промисловими товарами, друге — сільськогосподарською продукцією (44%), третє — паливом і видобувною продукцією (9,2%), що за виключенням енергоносіїв відповідає структурі світової торгівлі. У товарному імпорті

України теж переважають промислові товари (66%), паливо і видобувна продукція (22,6%), сільськогосподарська продукція (10,9%). В експорті послугами переважають транспортні послуги (42,6%), інші комерційні послуги (36,4%), послуги, пов'язані з товарами (11,8%), подорожі (9,2%). Навпаки, структура імпорту послугами кардинально відрізняється від її експорту: тут переважають подорожі (57,4%), інші комерційні послуги (23,6%), транспорт (18,4%). Порівняно з цим, у світовому експорті та імпорті послугами перше місце займають інші комерційні послуги, друге — подорожі, третє — транспорт. Таким чином, зовнішня та внутрішня торгівля товарами і послугами має важливе значення для економіки України, забезпечуючи лівову частину надходжень до державного бюджету.

3. Антикризове управління торговельним підприємством можна розглядати з різних боків як: 1) систему управління [3; 6]; 2) управління [9] або тип управління [5]; 3) розробку та реалізацію заходів [2];

7]; 4) процес [1; 4; 8]. Найбільш універсальним, на думку авторів, є визначення антикризового управління як процесу [1; 4; 8], тобто сукупності послідовності таких дій: 1) запобігання кризі, 2) підготовка до кризи, 3) реагування на кризу від підприємства, 4) оцінка застосованих антикризових заходів, — для досягнення стабільного, успішного господарювання торговельного підприємства та його стійкого розвитку.

Література

1. Bundy J., Pfarrer M. D., Short C. E., Coombs W. T. Crises and crisis management: Integration, interpretation, and research development // *Journal of Management*. — 2017. — Vol. 43(6). — P. 1661–1692.
2. Бланк И. А. Финансовый менеджмент: учебный курс. — Киев: Эльга; Ника-Центр, 2004. — 656 с.
3. Бойко Д. І. Антикризове управління діяльністю торговельного підприємства / Д. І. Бойко, М. М. Лузанова // *Вісник економіки транспорту і промисловості*. — 2013. — № 42. — С. 361–363.
4. Борзенко В. І. Антикризове управління: навч. посіб. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2016. — 232 с.
5. Карпенко О. А. Основи антикризового управління: навч.-метод. посіб. — Київ: НАДУ, 2006. — 208 с.
6. Інноваційні технології антикризового управління економічними системами: монографія / С. К. Рамазанов та ін. Луганськ — Київ: СЛУ ім. В. Даля, 2009. — 480 с.
7. Сараева И. А. К вопросу о сущности антикризисного управления предприятием // *Международный научный журнал «Символ науки»*. — 2016. — № 11–1. — С. 165–167.
8. Starosta A. Anti-crisis Management Strategies. The case of companies in the Greater Poland Voivodeship // *Management*. 2014. — Vol. 18, № 1. — P. 255–266.
9. Ткаченко А. М. Антикризове управління як одне з напрямків підвищення ефективності діяльності підприємства / А. М. Ткаченко, С. В. Телін // *Економічний вісник Донбасу*. — 2010. — № 3 (21). — С. 122–124.
10. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
11. Trade Profiles 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/trade_profiles18_e.htm (дата звернення 14.11.2018).
12. World Trade Statistical Review 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/wts2018_e/wts2018_e.pdf (дата звернення 14.11.2018).
13. Білоцерківський О. Б. Туристичні послуги як важливий аспект міжнародної торгівлі / О. Б. Білоцерківський // *Інтелект XXI*. — 2018. — № 2. — С. 12–15.

References

1. Bundy, J. Pfarrer, M. Short, C. and Coombs, W. (2017), «Crises and crisis management: Integration, interpretation, and research development», *Journal of Management*, vol. 43(6), pp. 1661–1692.
2. Blank, I.A. (2004), *Finansovyy menedzhment* [Financial management], Elga; Nika-Tsentr, Kiev, Ukraine.
3. Bojko, D.I. and Luzanova, M.M. (2013), «Anticrisis management of business activity», *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, vol. 42, pp. 361–363.
4. Borzenko, V.I. (2016), *Antykryzove upravlinnja* [Anti-crisis management], Vydavnytstvo Ivanchenka I. S., Kharkiv, Ukraine.
5. Karpenko, O.A. (2006), *Osnovy antykryzovogho upravlinnja* [Fundamentals of anti-crisis management], NADU, Kyjiv, Ukraine.
6. Ramazanov, S.K. (2009), *Innovacijni tekhnologhiji antykryzovogho upravlinnja ekonomichnymy systemamy* [Innovative technologies of anti-crisis management of economic systems], SNU im. V. Dalja, Lughansjk — Kyjiv, Ukraine.
7. Saraeva, I.A. (2016), «To the question of the essence of anti-crisis management of the enterprise», *Mezhdunarodnyy nauchnyy zhurnal «Simvol nauki»*. vol. 11–1, pp. 165–167.
8. Starosta, A. (2014), «Anti-crisis Management Strategies. The case of companies in the Greater Poland Voivodeship», *Management*, vol. 18, pp. 255–266.
9. Tkachenko, A.M. and Telin, S.V. (2010), «Anti-crisis management as one of the directions of efficiency increasing of the enterprise activity», *Ekonomichnyy visnyk Donbasu*, vol. 3 (21), pp. 122–124.
10. The official site of the State Statistics Service of Ukraine (2018), available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 14 November 2018).
11. World Trade Organization (2018), «Trade Profiles 2018», available at: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/trade_profiles18_e.htm (Accessed 14 November 2018).
12. World Trade Organization (2018), «World Trade Statistical Review 2018», available at: https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/wts2018_e/wts2018_e.pdf (Accessed 14 November 2018).
13. Bilocerkyvskyj, O.B. (2018), «Tourist services as an important aspect of international trade», *Intelekt XXI*, vol. 2, pp. 12–15.

Бугай Надія Олександрівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри аудиту

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Бугай Надежда Александровна

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры аудита

Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

Bugay Nadia

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Auditing

Kyiv National Economics University named after Vadym Hetman

ORCID: 0000-0003-4670-935X

Чайка Григорій Андрійович

магістрант

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

Чайка Григорий Андреевич

магистрант

Киевского национального экономического университета имени Вадима Гетьмана

Chayka Grygoriy

Master Student of the

Kyiv National Economics University named after Vadym Hetman

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4483

ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

ОСОБЕННОСТИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА РАСЧЕТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

FEATURES OF DOMESTIC AUDIT OF CALCULATIONS WITH BUYERS AND CUSTOMERS OF MODERN ENTERPRISE

Анотація. На сучасному етапі економічного розвитку велика увага приділяється партнерським зв'язкам підприємства, які, в свою чергу, виникають з покупцями та замовниками. Облік розрахунків з контрагентами має велике значення для будь-якого підприємства, яке активно працює в умовах ринкової економіки, оскільки кожне підприємство, що веде фінансово-економічну діяльність, в процесі свого функціонування здійснює розрахунки з покупцями – за придбану ними продукцію, із замовниками – за виконані роботи й зроблені послуги. Проте, в умовах нестабільної ринкової економіки ризик несплати або несвоєчасної оплати рахунків збільшується, а це призводить до появи дебіторської заборгованості. Частина цієї заборгованості в процесі фінансово-господарської діяльності неминуха і повинна перебувати в рамках припустимих значень. У нинішніх умовах жодне підприємство не зможе існувати без покупців та замовників, адже що вони є джерелом прибутку й благополуччя будь-якого підприємства. Але, приміром, існуюча сумнівна дебіторська заборгованість свідчить про порушення клієнтами фінансової й платіжної дисципліни, яка вимагає негайного вживання відповідних заходів для усунення певних негативних наслідків. Своєчасне прийняття цих мір можливе тільки при здійсненні з боку підприємства систематичного контролю. Отже, правильна організація розрахункових відносин призводить до вдосконалення економічних зв'язків, поліп-

шенню договірної й розрахункової дисципліни, тому що від виконання зобов'язань по своєчасності здійснення розрахунків залежить подальше майбутнє договірних відносин між учасниками. Контроль за станом розрахунків веде до скорочення дебіторської заборгованості, прискоренню оборотності оборотних коштів, що впливає на фінансовий стан підприємства.

У даній статті викладено певні сучасні особливості внутрішнього аудиту розрахунків з покупцями та замовниками вітчизняного підприємства, висвітлені основні проблемні питання теоретичного і практичного характеру. Це зумовлює актуальність розроблення питання існування та вдосконалення функції внутрішнього аудиту розрахунків з покупцями та замовниками на сучасному підприємстві.

Ключові слова: внутрішній аудит, розрахунки з покупцями та замовниками, заборгованість, господарські операції, контрольні функції.

Аннотация. На современном этапе экономического развития большое внимание уделяется партнерским связям предприятия, которые, в свою очередь, возникают с покупателями и заказчиками. Учет расчетов с контрагентами имеет большое значение для любого предприятия, активно работающего в условиях рыночной экономики, поскольку каждое предприятие, ведущее финансово-экономическую деятельность, в процессе своего функционирования осуществляет расчеты с покупателями за купленную ими продукцию, с заказчиками — за выполненные работы и оказанные услуги. Однако, в условиях нестабильной рыночной экономики риск неоплаты или несвоевременной оплаты счетов увеличивается, а это приводит к появлению дебиторской задолженности. Часть этой задолженности в процессе финансово-хозяйственной деятельности неизбежна и должна находиться в рамках допустимых значений. В нынешних условиях ни одно предприятие не сможет существовать без покупателей и заказчиков, ведь они являются источником прибыли и благополучия любого предприятия. Но, к примеру, существующая сомнительная дебиторская задолженность свидетельствует о нарушениях клиентами финансовой и платежной дисциплины, что требует незамедлительного принятия соответствующих мер для устранения определенных негативных последствий. Своевременное принятие этих мер возможно только при осуществлении со стороны предприятия систематического контроля. Итак, правильная организация расчетных отношений приводит к совершенствованию экономических связей, улучшению договорной и расчетной дисциплины, так как от выполнения обязательств по своевременности осуществления расчетов, зависит дальнейшее будущее договорных отношений между участниками. Контроль за состоянием расчетов ведет к сокращению дебиторской задолженности, ускорению оборачиваемости оборотных средств, что влияет на финансовое состояние предприятия.

В данной статье изложены некоторые современные особенности внутреннего аудита расчетов с покупателями и заказчиками отечественного предприятия, освещены основные проблемные вопросы теоретического и практического характера. Это обуславливает актуальность разработки вопроса существования и совершенствования функции внутреннего аудита расчетов с покупателями и заказчиками на современном предприятии.

Ключевые слова: внутренний аудит, расчеты с покупателями и заказчиками, задолженность, хозяйственные операции, контрольные функции.

Summary. At the present stage of economic development, much attention is paid to the partnership relations of the enterprise, which, in turn, arise with buyers and customers. Accounting for settlements with contractors is of great importance for any enterprise that is actively working in a market economy, since each enterprise that conducts financial and economic activities in the course of its operation carries out settlements with buyers for the products purchased by them, with customers-for the work performed and services rendered. However, in an unstable market economy, the risk of non-payment or late payment of bills increases, and this leads to the appearance of receivables. Part of this debt in the process of financial and economic activity is inevitable and should be within acceptable values. In the current conditions, no enterprise can exist without customers, because they are a source of profit and prosperity of any enterprise. But, for example, the existing doubtful accounts receivable indicates violations of financial and payment discipline by customers, which requires the immediate adoption of appropriate measures to eliminate certain negative consequences. Timely adoption of these measures is possible only in the implementation of systematic control by the enterprise. So, the correct organization of settlement relations leads to the improvement of economic relations, improvement of contractual and settlement discipline, as the fulfillment of obligations on the timeliness of settlements, depends on the future of contractual relations between the parties. Control over the state of settlements leads to a reduction in accounts receivable, acceleration of turnover of working capital, which affects the financial condition of the enterprise.

In this article some modern features of internal audit of calculations with buyers and customers of the domestic enterprise are stated, the main problem questions of theoretical and practical character are covered. This determines the relevance of the development of the question of the existence and improvement of the internal audit function of settlements with buyers and customers in a modern enterprise.

Key words: internal audit, settlements with buyers and customers, debts, business operations, control functions.

Постановка проблеми. З проблемою розрахунків з покупцями та замовниками зіштовхується керівництво підприємства всіх форм власності незалежно від їх розміру та сфери діяльності. В умовах світової фінансової кризи багато підприємств відчувають гострий дефіцит оборотних коштів, викликаний труднощами залучення зовнішнього фінансування. Така ситуація, найчастіше, сприяє росту неплатежів. Зіштовхнувшись з такого роду проблемами, багато підприємств змушені переглянути свою політику керівництва оборотним капіталом. Найбільша увага при цьому приділяється обліку та контролю розрахунків з покупцями й замовниками. Із певних категорій основний акцент, звичайно, робиться на дебіторській заборгованості покупців, оскільки вхідний грошовий потік від її погашення контрагентами є одним з основних джерел наявних коштів підприємства. Внаслідок цього можна стверджувати, що необхідною умовою для можливості збільшення економічної рентабельності й прагнення підвищити конкурентоспроможність є налагодження ефективної системи бухгалтерського обліку та виконання певних контрольних процедур.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питань контролю взагалі та аудиту, зокрема, розрахунків з покупцями та замовниками є актуальною у будь-які часи. Це підтверджує низка робіт таких вітчизняних науковців як Л. В. Гуцаленко [1], М. М. Коцупатрий [1], У. О. Марчук [1], Н. І. Дорош [2], Н. М. Проскуріна [3], в основу яких викладена проблематика контролю за організацією економічних відносин між покупцями і замовниками та підприємством-постачальником. Проте, саме через суперечливий характер нормативно-правової бази та різноманітність суб'єктів і об'єктів розрахунково-платіжних відносин ці питання залишаються невирішеними і досі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на досить певне опрацювання даної теми, слід зазначити, що контроль взагалі та аудит, зокрема, розрахунків з покупцями і замовниками є вимагає проведення подальших досліджень з позиції комплексного вивчення теорії та практичних аспектів. Актуальність дослідження обраної теми обумовлено тим, що чітка організація розрахунків з покупцями й замовниками безпосередньо впливає на прискорення оборотності оборотних коштів та своєчасне надходження коштів. У зв'язку із цим виникає необхідність проведення внутрішньої аудиторської перевірки розрахункових операцій на підприємстві.

Постановка завдання. Метою даної статті є вивчення і систематизування особливостей внутрішньо-

го аудиту розрахунків з покупцями та замовниками на основі вивчення та узагальнення міжнародних й вітчизняних норм, стандартів, теоретичних розробок та практичних матеріалів.

Результати дослідження. Однією з найбільш складних проблем державної економіки є стабілізація розрахунково-платіжної системи та подолання платіжної кризи, що стало, в певній мірі, вже хронічним явищем. Дана криза супроводжується ростом дебіторської й кредиторської заборгованостей при розрахунках між суб'єктами виробничої й підприємницької діяльності. Перевірка розрахунків з постачальниками й покупцями звичайно розглядається як основна частина аудиту взагалі та внутрішнього аудиту зокрема. Навмисне або випадкове перекручування кількості або оцінки даних по наявній дебіторській і кредиторській заборгованості істотно впливає як на фінансовий результат діяльності підприємства, так і в цілому на баланс, де значення дебіторської й кредиторської заборгованості безпосередньо відображується на величину показників ліквідності балансу.

Крім того, від ефективності управління розрахунків, що виникає в результаті дебіторської й кредиторської заборгованості на підприємствах, залежить їх успішна діяльність. Результату проведення аудиту, в тому числі і внутрішнього (як джерело достовірної інформації про розрахунках з постачальниками і покупцями) дебіторської та кредиторської заборгованості належить вирішальна роль.

Варто наголосити, що операції розрахунків з покупцями і замовниками численні, періодичність їх висока, нормативно-правова база регульованого обліку даних операцій велика та динамічна. Даний вид розрахунків традиційно перебуває в сфері уваги багатьох контролюючих органів, — помилки в облікових операціях по розрахунках з покупцями і замовниками здатні викликати вкрай негативні фінансові наслідки для підприємства.

Велика дебіторська заборгованість у обліку — не завжди добре. На перший погляд — це ті кошти, що підприємство має отримати від своїх дебіторів, а, отже, збільшити свої оборотні активи. Проте, це лише зобов'язання дебіторів перед підприємством. Через низку обставин ці зобов'язання можуть так і залишатися непогашеними і трансформуватися у сумнівний борг, ймовірність повернення якого дебіторами дуже мала. Така безнадійна дебіторська заборгованість негативним чином впливає на економічну стійкість підприємства, тому знижує його привабливість перед інвесторами.

Отже, задля стабільного та ефективного функціонування системи розрахунків із покупцями та

замовниками необхідно організовувати чіткий внутрішній контроль дебіторської заборгованості на самому підприємстві.

Внутрішній контроль на підприємстві є необхідною економічною складовою. Він дає змогу оцінити доцільність господарських операцій, правильність їх відображення у регістрах обліку, об'єктивність визнання тієї чи іншої заборгованості тощо. Тому, спираючись на періодичні його результати, керівництво підприємства може приймати зважені управлінські рішення, від яких залежить подальше економічне життя самого підприємства.

Внутрішній контроль є основним джерелом інформаційного забезпечення управління підприємством, який розробляється власником (керівництвом підприємства) та спрямований на: дотримання законності й економічної доцільності здійснення операцій; збереження майна; попередження, виявлення і виправлення суттєвих помилок та викривлень інформації; належне формування облікових даних та фінансової звітності [1]. Автор Дорош Н. І. наголошує на тому, що внутрішній контроль — це процес, розроблений з метою досягнення поставлених завдань підприємства. Він розпочинається з верхівки підприємства (ради директорів та менеджерів) які створюють і зміцнюють структуру і характер здійснюваних контрольних заходів в організації, прямо чи опосередковано включаючи в себе всіх працівників підприємства [2].

Зрозуміло, що здійснення контролю за рухом дебіторської та кредиторської заборгованостей необхідне для поліпшення розрахунково-платіжної дисципліни. Проте питання, чи варто організовувати на підприємстві внутрішній аудит, якщо його функції виконують співробітники бухгалтерії, все одно є актуальним.

Очевидно, що для створення внутрішнього аудиту потрібні певні витрати, і не малі, тому не кожне підприємство прагне створити відділ внутрішнього аудиту або хоча б ввести посаду внутрішнього аудитора. Зрозуміло, що відділ внутрішнього аудиту на підприємстві буде релевантним тільки в тому випадку, якщо результат його функціонування буде перевищувати його вартість. Відділ внутрішнього аудиту здатен виконувати функції контролю підготовки фінансової інформації, оцінки ефективності системи внутрішнього контролю, виявлення ризиків і управління ними, оскільки внутрішні аудитори спроможні виконувати значний обсяг контрольних функцій, які покладені на керівництво підприємства. Важливо, що відділ внутрішнього аудиту використовується на підприємствах у більшості країн і на практиці підтверджує свою ефективність

Основною метою внутрішнього аудиту на підприємстві є зниження виникаючих по різних причинах фінансових втрат. В умовах ринку такі втрати неминучі, але їх необхідно зменшити на скільки можливо. Для цього організовується ефективний контроль, що запобігає втрати як на стадії планування, так і при здійсненні поточної діяльності. Чим більш ефективний внутрішній аудит і вище результат його дії, тим менше втрат несе підприємство. Процес створення відділу внутрішнього аудиту є досить складним та вимагає вирішення ряду методологічних і організаційно-технічних проблем. Відділ внутрішнього аудиту повинен бути організований у відповідності зі специфікою діяльності підприємства, його системою управління й станом внутрішнього контролю. Всі положення по організації внутрішнього аудиту й методиці його проведення повинні бути регламентовані внутрішніми документами підприємства й відображені в обліковій політиці.

Взагалі, розрахунки з контрагентами, під якими прийнято розуміти в основному розрахунки з постачальниками й підрядниками, покупцями й замовниками, завжди були предметом пильної уваги. У сучасних умовах господарським суб'єктам доводиться здійснювати їх діяльність в стані конкурентного середовища, де відбувається певне загострення. У цей час розрахунки з контрагентами опановують більш важливий характер і є одним із ключових елементів у питаннях подальшого існування підприємства. Від того, як проходять розрахунки з контрагентами, залежить стабільність фінансового стану підприємства, ефективність його діяльності та перспективи подальшого розвитку та функціонування. Для здійснення внутрішнього аудиту розрахунків з постачальниками й замовниками підприємству варто використовувати єдину методику, яка буде визначати порядок і строки проведення перевірки, а також методи, прийоми й процедури. Внутрішній аудит бажано проводити не рідше чим два рази в рік. Також варто проводити позапланові перевірки, звертаючи особливу увагу на випадки підозри в зловживаннях працівників підприємства.

Що стосується послідовності дій, то слід зазначити етапи проведення внутрішнього аудиту на підприємстві. Цей процес можна відобразити таким чином: контроль за виконанням умов договору сторонами та виконанням ними своїх зобов'язань; ідентифікація суб'єктів дебіторської заборгованості; збір повного об'єму відповідної інформації; визначення методів та способів процесу перевірки; аналіз структури дебіторської заборгованості, дослідження її у динаміці за попередні звітні періоди; диференціація заборгованості на поточну, сумнівну та безнадійну;

моніторинг своєчасності проведення інвентаризації розрахунків по заборгованостям; співвіднесення достовірності сум заборгованостей; загальна оцінка стану бухгалтерського обліку і звітності розрахунків з покупцями та замовниками.

Слід зауважити один з важливих моментів внутрішнього аудиту. Організація самого внутрішнього аудиту та його функціонування спрямовані на усунення ризиків господарської діяльності підприємства, у тому числі й ризиків, що впливають на здійснення операцій з покупцями й замовниками і на формування інформації про ці операції, а саме: закупівлі у ненадійного постачальника або за завищеною ціною; несанкціоновані закупівлі, оплата неіснуючих зобов'язань; облік рахунків постачальників, у той час, як поставки фактично не були зроблені; виникнення безнадійної дебіторської заборгованості (співробітництво з некредитоспроможним покупцем); істотне перекручування фінансової звітності (у тому випадку, якщо резерв під сумнівну заборгованість створений невірною).

Підприємство під час своєї фінансово-господарської діяльності постійно веде розрахунки з покупцями за куплені ними товари та із замовниками — за зроблені послуги. Неоплачені рахунки за поставку товарів і надання послуг призводять до появи дебіторської заборгованості. Здійснення з боку підприємства постійно контролюючих заходів за дебіторською заборгованістю може запобігти від небажаних наслідків, таких як банкрутство, втрата керівництва, необхідність брати кредит у банку й т.д. Таким чином, стійкий фінансовий стан підприємства прямо залежить від правильно організованого обліку й аудиту, в даному випадку внутрішнього аудиту, розрахунків з покупцями та замовниками.

Отже, у результаті здійснення господарської діяльності на підприємстві, як правило, утворюється заборгованість, інформація про яку повинна бути коректно представлена у фінансовій звітності.

Саме цей факт підтверджує необхідність постійного контролю за нею з боку керівництва та безперервного спостереження за ефективністю ведення обліку підприємства, що прямим чином впливає на стан розрахунків по дебіторській заборгованості. Зокрема, головним завданням внутрішнього аудиту розрахунків з покупцями та замовниками є: налагодження процесу спостереження за достовірністю даних обліку та звітності з позицій зміни обсягів дебіторської та кредиторської заборгованостей; своєчасні розрахунки з кредиторами і дебіторами; дотримання правил у пред'явленні або погашенні можливих претензій, слідування розрахунково-платіжним нормам, досягнення максимальної платоспроможності підприємства.

Певна річ, щоб кожна внутрішня аудиторська перевірка на підприємстві мала максимальну результативність, вона потребує якомога більше вихідних даних по тому чи іншому об'єкту перевірки. Тому розрахунковий процес з покупцями та замовниками обов'язково супроводжується певним набором джерел інформації, а саме: первинна документація, облікові реєстри, фінансова звітність. Саме тому ці документи мають бути задіяними у повному обсязі у процесі внутрішнього аудиту розрахунків з покупцями та замовниками.

Зокрема, всі угоди між постачальником і покупцем здійснюються на підставі договору, що може бути як усним, так і письмовим. Договір вважається укладеним з моменту видачі продавцем покупцеві документу, що підтверджує оплату товару, тобто касового або товарного чеку. Договором визнається угода двох або декількох осіб про встановлення, зміну або припинення цивільних прав і обов'язків. За договором купівлі-продажу одна сторона (продавець) зобов'язується передати товар у власність іншій стороні (покупцеві), а покупець зобов'язується прийняти цей товар і сплатити за нього певну грошову суму (ціну) [4]. Саме тому процес внутрішнього аудиту розрахунків з покупцями та замовниками розпочинається з моніторингу взаємозобов'язань по цьому самому договору. Умови його підписання прописані в Цивільному кодексі України, де відображаються обов'язки сторін та можливі наслідки порушення ними договірних зобов'язань.

Перевірку стану розрахунків взагалі рекомендується починати з аналізу матеріалів інвентаризації розрахунків. Інвентаризація розрахунків укладається у виявленні по відповідних документах залишків і ретельній перевірці обґрунтованості сум, що значаться на рахунках. У такий спосіб при аудиті розрахунків з покупцями та замовниками необхідно перевірити наявність укладених з партнерами договорів на продаж товарів, виконання робіт і надання послуг, звернути увагу на законність здійснення угоди відповідно до того ж Цивільного кодексу України; погодженість цін на товари мають бути зазначені в розрахункових документах з вартістю, зазначеними в договорах. При перевірці проведеної інвентаризації розрахунків необхідно з'ясувати: чи проводилися зустрічні перевірки, особливо тоді, коли на фінансовий результат списується непідтверджена дебіторська заборгованість, по якій минули строки позовної давності; правильність оформлення рахунків-фактур, чи ведеться їх реєстрація в книгах покупок і продажів; своєчасність пред'явлення штрафних санкцій покупцям при порушенні договірних зобов'язань; законність і документальне оформ-

лення списання заборгованості з терміном позовної давності, що закінчився, і причини її виникнення; законність здійснення розрахунків по заборгованості через третіх осіб; розрахунки по векселях; правильність кореспонденції рахунків і відповідність даних синтетичного й аналітичного обліку з відповідними показниками звітності.

Перевірки проведення інвентаризації по розрахунках на підприємстві проводяться не більше двох разів у рік. Для такого обсягу інформації даної ділянки обліку цього недостатньо, тому необхідно рекомендувати проводити інвентаризацію розрахунків не рідше одного разу в квартал. Крім того, при більш ретельній інвентаризації розрахунків буде вчасно виявлена прострочена дебіторська заборгованість, що дозволить вчасно зробити нарахування резерву по сумнівних боргах.

Треба сказати, що формування резерву сумнівних боргів відбувається на засадах принципу обачності, за якого методи оцінок, які були використані у бухгалтерському обліку, мають запобігати можливому зниженню оцінки витрат і зобов'язань з одного боку та завищенню оцінки доходів і активів підприємства з іншого. У процесі внутрішнього аудиту розрахунків з покупцями і замовниками обов'язково піддається оцінці платоспроможність окремих дебіторів або дебіторська заборгованість у згрупованому вигляді за строками її непогашення (в залежності від обраного підприємством методу нарахування резерву сумнівних боргів). Якщо підприємство використовує коефіцієнт сумнівності для розрахунку резерву сумнівних боргів, то в процесі внутрішньої аудиторської перевірки має бути встановлена об'єктивність і точність розрахунків, виконавши зустрічні аналітичні перерахунки суми резерву. Таким чином, резерв сумнівних боргів виступає в ролі інструмента коригування оцінки дебіторської заборгованості [3].

Варто зазначити, що поряд з виправданою доцільністю функціонування на підприємстві внутрішнього аудиту часто зустрічаються недосконалості обліку розрахунків з покупцями й замовниками, такі як: відсутність в обліковій політиці пункту по обліку розрахунків; відсутність нарахування резерву по сумнівних боргах; відсутність у договорах необхідних реквізитів, печаток, підписів; відсутність товарних накладних; відсутність актів звірки по всіх боржниках підприємства; проведення інвентаризації розрахунків не більше двох разів у рік; несвоєчасне виявлення простроченої дебіторської заборгованості.

Поряд з розподілом дебіторської заборгованості на типи важливим моментом внутрішнього аудиту є диференціація підходів до контрольних дій кожного виду заборгованості. Зокрема, до поточної або

дійсної дебіторської заборгованості має бути вжитий вибірковий контроль документів, перерахунок реальних сум та процедури моніторингу поступової оплати цієї заборгованості. Виявлена сумнівна дебіторська заборгованість має бути перевірена на її безумовну наявність у всіх необхідних документах та переліку сум. До того ж, необхідно вжити всіх можливих заходів для стягнення боргу у дебіторів та відстежити процес здійснення саме цих заходів. А щодо безнадійної дебіторської заборгованості, то вона має бути проаналізована на предмет виникнення та проконтрольована щодо можливості її відновлення у разі зміни фінансового стану безнадійного дебітора.

Слід підкреслити ще одне, що під час проведення внутрішнього аудиту розрахунків з покупцями та замовниками особливу увагу варто приділити дотриманню правил і норм відображення господарських операцій в бухгалтерському обліку за допомогою моделювання типових операцій з відповідним відображенням кореспонденцій рахунків. Цей прийом дозволяє виявити спотворення інформації та суттєві помилки, допущені під час ведення самого бухгалтерського обліку.

Відповідно до вищевикладеного можна стверджувати, що для проведення внутрішнього аудиту розрахунків з постачальниками й замовниками підприємству варто використовувати єдину методику, що буде визначати порядок і строки його проведення, а також грамотно застосовувати різні методи, прийоми й процедури. Також варто частіше проводити позапланові перевірки, звертаючи особливу увагу на певні моменти, а саме: на перевірку відповідності договорів, що укладаються з контрагентами; вимогам законодавства й конкретних зобов'язань здійснюваних операцій; інвентаризацію розрахунків; аудит первинного обліку з постачальниками й підрядниками; аудит стану заборгованості перед постачальниками й підрядниками; перевірку правильності відображення в бухгалтерському обліку окремих операцій по розрахунках з постачальниками й підрядниками; перевірку відповідності даних аналітичного обліку розрахунків з постачальниками й підрядниками даним синтетичного обліку; перевірку податкового обліку по розрахунках з постачальниками й підрядниками.

Висновки. Внутрішній аудит — це складний і тривалий процес, що вимагає гарної кваліфікації й досвіду роботи. При перевірці правильності відображення в балансі розрахункових операцій внутрішньому аудиторів доводиться враховувати поряд із загальними моментами специфічні аспекти, що стосуються безпосередньо аудиту розрахункових операцій. Внутрішні аудитори постійно працюють

над тим, щоб максимально скоротити час перевірки, не знижуючи при цьому її якості, і, отже, не збільшуючи аудиторський ризик, однак, часто мінлива нормативна бухгалтерська й податкова нормативна база, що стосується розрахункових операцій змушує постійно поповнювати методичний багаж, на що йде додатковий час. Практика економічної діяльності

підприємств показує, що й надалі питання взаєморозрахунків і інших видів розрахункових операцій між суб'єктами економіки будуть у центрі уваги контролюючих органів, тому внутрішнім аудиторам варто мінімізувати аудиторські ризики розробкою й застосуванням нових методик і скрупульозним відношенням до об'єктів перевірок.

Література

1. Гуцаленко Л. В., Коцупатрий М. М., Марчук У. О. Внутрішньогосподарський контроль: навч. посіб. — К.: «Центр учбової літератури», 2014. — 496 с.
2. Дорош Н. І. Внутрішній контроль та аудит в управлінні ризиками на підприємстві. Вісник Львівської комерційної академії. Серія: Економічна. — 2014. — Вип. 44. — С. 148–152.
3. Проскуріна Н. М. Резерв сумнівних боргів: удосконалення методики розрахунку. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Економіка. 2014. — Вип. 25. — С. 195–199.
4. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV // База даних «Законодавство України» / ВР України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 05.12.2018).

References

1. Ghucalenko L. V., Kocupatryj M. M., Marchuk U. O. Vnutrishnjoghospodarskyj kontrolj: navch. posib. — K.: «Centr uchbovoi literatury», 2014. — 496 s.
2. Dorosh N. I. Vnutrishnij kontrolj ta audyt v upravlinni ryzykamy na pidpryjemstvi. Visnyk Ljvivsjkoji komercijnoi akademiji. Serija: Ekonomichna. — 2014. — Vyp. 44. — S. 148–152.
3. Proskurina N. M. Rezerv sumnivnykh borghiv: udoskonalennja metodyky rozrakhunku. Naukovi zapysky Nacjonalnogho universytetu «Ostrozjka akademija». Serija: Ekonomika. 2014. — Vyp. 25. — S. 195–199.
4. Cyviljnyj kodeks Ukrajinjy vid 16.01.2003 # 435-IV // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrajinjy» / VR Ukrajinjy. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (data zvernennja: 05.12.2018).

Кабаченко Дмитро Васильович

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства*

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Кабаченко Дмитрий Васильевич

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики предприятия*

Национальный технический университет «Днепропетровская политехника»

Kabachenko Dmytro

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Enterprise Economics
National Technical University «Dnipro Polytechnic»*

ORCID: 0000-0001-6126-4809

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4524

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ І ЙОГО ВПЛИВ НА РЕЗУЛЬТАТИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

MANAGEMENT OF INNOVATIVE POTENTIAL AND ITS INFLUENCE ON THE RESULTS OF ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Анотація. Стаття присвячена розробці та обґрунтуванню теоретичних та методичних підходів до оцінки інноваційного потенціалу підприємства. Особливу увагу приділено визначенню показників оцінки інноваційного потенціалу підприємства та експертній оцінці науково-практичного рівня запропонованих розробок для впровадження удосконаленої системи показників в умовах діючого підприємства.

Актуальність теми роботи обумовлена постійно зростаючою конкуренцією між підприємствами та необхідністю впровадження діючих методів оцінки інноваційного потенціалу підприємства для забезпечення ефективності його функціонування в сучасних економічних умовах.

В роботі розглянуто фактори зовнішнього середовища, що впливають на інноваційний потенціал підприємства, запропоновано алгоритм оцінки інноваційного потенціалу підприємства, проаналізовано існуючі методики оцінювання інноваційного потенціалу, визначено їх достоїнства та недоліки.

Науково обґрунтовано складові інноваційного потенціалу підприємства, наведено показники, що характеризують науковий, кадровий, технічний, фінансово-економічний та інформаційно-комунікаційний потенціал підприємства, запропоновано формулу розрахунку узагальнюючого показника та відповідну шкалу рівня інноваційного потенціалу підприємства.

В роботі розроблено заходи щодо підвищення ефективності функціонування підприємства за рахунок впровадження у практичну діяльність методики кількісної оцінки інноваційного потенціалу підприємства на основі розрахунку інтегрального показника, що дозволить підвищити інноваційну активність підприємства та його конкурентоспроможність на ринку.

Запропоновано шкалу оцінки науково-практичної ефективності розробок за наступними напрямками: новизна, перспективність, потенційний масштаб практичного використання, ступінь ймовірності досягнення позитивних результатів. Визначено коефіцієнти вагомості відповідних показників, що дає змогу проводити порівняння різних наукових рішень.

На основі експертної оцінки за бальною шкалою за чотирима критеріями оцінки автором роботи визначено коефіцієнт науково-практичного рівня запропонованих розробок та дано висновок щодо використання методики оцінки інноваційного потенціалу в умовах підприємства.

Ключові слова: інноваційний потенціал, експертна оцінка, система показників, узагальнюючий показник, функціональна модель, оцінка інноваційного потенціалу.

Аннотация. Статья посвящена разработке и обоснованию теоретических и методических подходов к оценке инновационного потенциала предприятия. Особое внимание уделено определению показателей оценки инновационного потенциала предприятия и экспертной оценке научно-практического уровня предлагаемых разработок для внедрения усовершенствованной системы показателей в условиях действующего предприятия.

Актуальность темы работы обусловлена растущей конкуренцией между предприятиями и необходимостью внедрения действенных методов оценки инновационного потенциала предприятия для обеспечения эффективности его функционирования в современных экономических условиях.

В работе рассмотрены факторы внешней среды, влияющие на инновационный потенциал предприятия, предложен алгоритм оценки инновационного потенциала предприятия, проанализированы существующие методики оценки инновационного потенциала, определены их достоинства и недостатки.

Научно обоснованы составляющие инновационного потенциала предприятия, приведены показатели, характеризующие научный, кадровый, технический, финансово-экономический и информационно-коммуникационный потенциал предприятия, предложена формула расчета обобщающего показателя и соответствующая шкала уровня инновационного потенциала предприятия.

В работе разработаны мероприятия по повышению эффективности функционирования предприятия за счет внедрения в его практическую деятельность методики количественной оценки инновационного потенциала на основе расчета интегрального показателя, что позволит повысить инновационную активность предприятия и его конкурентоспособность на рынке.

Предложена шкала оценки научно-практической эффективности разработок по следующим направлениям: новизна, перспективность, потенциальный масштаб практического использования, степень вероятности достижения положительных результатов. Определены весовые коэффициенты соответствующих показателей, что позволяет проводить сравнение различных научных решений.

На основе экспертной оценки по бальной шкале по четырем критериям оценки автором работы определен коэффициент научно-практического уровня предлагаемых разработок и дан вывод об использовании методики оценки инновационного потенциала в условиях предприятия.

Ключевые слова: инновационный потенциал, экспертная оценка, система показателей, обобщающий показатель, оценка инновационного потенциала.

Summary. The article is devoted to the development and justification of theoretical and methodological approaches to the assessment of the innovative potential of the enterprise. Particular attention is paid to the definition of indicators for assessing the innovative potential of the enterprise and the expert assessment of the scientific and practical level of the proposed development for the implementation of an improved system of indicators in the current enterprise.

The relevance of the topic of work is due to the growing competition between enterprises and the need to implement effective methods for assessing the innovative potential of an enterprise to ensure the effectiveness of its functioning in modern economic conditions.

The paper considers environmental factors affecting the innovative potential of an enterprise, suggests an algorithm for evaluating the innovative potential of an enterprise, analyzes existing methods for assessing innovative potential, identifies their strengths and weaknesses,

The components of the innovation potential of the enterprise are scientifically substantiated, indicators characterizing the scientific, personnel, technical, financial, economic, and information and communication potential of the enterprise are presented, a formula for calculating the synthesis indicator and the corresponding scale of the level of innovation potential of the enterprise are proposed.

The work has developed measures to improve the efficiency of the enterprise's operation by introducing in its practical activities a methodology for quantifying the innovative potential based on the calculation of the integral indicator, which will increase the innovative activity of the enterprise and its competitiveness in the market.

A scale for assessing the scientific and practical effectiveness of development in the following areas is proposed: novelty, perspective, the potential scale of practical use, the degree of probability of achieving positive results. The weighting coefficients of the corresponding indicators are determined, which allows a comparison of various scientific decisions.

On the basis of expert assessment on a scale of four criteria for assessing the author determined the coefficient of scientific and practical level of the proposed development and concluded on the use of methods for assessing the innovation potential in the enterprise.

Key words: innovation potential, expert assessment, system of indicators, generalization indicator, functional model, assessment of innovation potential.

Постановка проблеми. В умовах сьогодення в світову економіку активно впроваджуються інновації. Промисловість все активніше застосовує нові технології для виробництва нових товарів, а інновації, в свою чергу, формують шлях, який забезпечує стійке зростання підприємств та організацій. У галузях, в яких використовуються інновації, підприємства активно змагаються у швидкості їх впровадження. Перемогти в конкурентній боротьбі зараз можливо тільки тоді, коли підприємство буде пропонувати продукцію найвищої якості, виготовлену на новітньому обладнанні за прогресивними технологіями.

Необхідно зазначити, що сьогодні, згідно з оцінкою міжнародних експертів Україна за конкурентоспроможністю посідає дуже низьке місце серед інших країн світу. Відставання підприємств України за інноваційною діяльністю від фірм інших країн світу не дозволяє їм забезпечити високу конкурентоспроможність, а отже — і стійке економічне зростання.

Ці обставини зумовлені як проблемами, що склалися у реальній економіці України, так і необхідністю уточнення теоретичних положень і науково-методичних розробок щодо інноваційного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями інноваційної діяльності на різних рівнях ієрархії економіки займалися різні вітчизняні та зарубіжні вчені. Зокрема, принципові положення, що стосуються інновацій, у своїх роботах висвітлювали О. І. Амоша, В. П. Александрова, І. В. Александров, С. М. Ганзюк, В. М. Геєць, В. А. Гневно, В. І. Захарченко, С. М. Ілляшенко, А. О. Князевич, О. Є. Кузьмін, Г. Б. Невінська, Т. В. Погодіна, В. П. Семиноженко, Н. П. Сисоліна, О. В. Станіславик, А. М. Хімченко, Н. І. Чухрай, О. Г. Шевлюга та багато інших [1–23]. У даних роботах автори дають свої визначення терміну «інновації», здійснюють їхній поділ за різними ознаками, висвітлюються напрями та етапи становлення інноваційної економіки України, обґрунтовується роль і значення інновацій для вітчизняних промислових підприємств.

Однак, досить багато важливих питань ще й досі не знайшли свого вирішення. Так, відсутній системний підхід до розуміння сутності інновацій, потребує уточнення сам термін «інновації» насамперед через дослідження історичних аспектів його виникнення та становлення. Потребує визначення поняття «інноваційний потенціал підприємства» та необхідна розробка методики його оцінки. У зв'язку з цим дана тема, у якій вирішуються зазначені проблеми, є актуальною.

Формулювання мети статті. Метою даної роботи є узагальнення і розвиток теоретичних і методич-

них підходів до оцінки інноваційного потенціалу підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. У нестабільному зовнішньому середовищі підприємства повинні спрямовувати свої зусилля на утримання конкурентної позиції на ринку. За таких умов вони змушені постійно шукати нові, більш ефективні методи господарювання, відшукувати наявні резерви розвитку, знаходити нові ринки збуту власної продукції, а також постійно працювати над розробкою та впровадженням різноманітних інновацій, які зможуть забезпечити виживання підприємства в умовах конкурентної боротьби.

Тому з метою ефективного функціонування підприємств і забезпечення їх конкурентоспроможності необхідно якісно розвивати інноваційний потенціал. При цьому саме максимізацію інноваційної складової можна вважати умовою сталого розвитку підприємства в сучасних умовах, що вимагає від вітчизняних суб'єктів господарювання приділяти велику увагу управлінню власним інноваційним потенціалом.

Важливу роль у підвищенні інноваційної активності підприємств відіграє вибір і реалізація відповідної стратегії інноваційного розвитку підприємства. Для цього потрібна інформація щодо величини інноваційного потенціалу та рівня його використання. Моніторинг та оцінка рівня інноваційного потенціалу є актуальним завданням, оскільки його розв'язання дає змогу приймати стратегічні й тактичні рішення щодо інноваційного розвитку підприємства й розвитку його стійких конкурентних переваг [1].

Необхідно обов'язково враховувати той факт, що розкриття інноваційного потенціалу наптовхується на подолання зовнішніх бар'єрів, які можна охарактеризувати як інноваційний клімат. Інноваційний клімат можна розглядати як всі фактори зовнішнього середовища, що впливають на інноваційний потенціал підприємства, а саме:

- можливості для виробництва нових або поліпшених видів продукції або послуг;
- можливості для зміни соціальних відносин на підприємстві (кадрові інновації);
- можливості для розробки нових методів управління (управлінські інновації);
- можливості для створення нових механізмів просування продукції на ринок (ринкові інновації);
- можливості придбання ноу-хау, патентів;
- законодавча база, низька ставка рефінансування, пільгове оподаткування;
- взаємодія влади й бізнесу;
- практика комерціалізації технологій тощо.

Щодо впливу на інноваційний потенціал підприємства внутрішніх факторів, слід зазначити, що процеси управління інноваційною діяльністю значно залежать від інноваційної культури певної організації. Під інноваційною культурою слід розуміти міру сприйнятливості організації до нововведень, досвід впровадження нових проектів, політику менеджменту в області інновацій, відношення персоналу до інновацій. За участю інноваційної культури можна реально досягти прискорення й підвищення ефективності впровадження нових технологій і винаходів, реальної протидії бюрократичним тенденціям, сприяння розкриттю інноваційного потенціалу особистості тощо [2].

Входження України до групи держав, в яких домінує інноваційний шлях розвитку, потребує залучення фінансових і кадрових ресурсів, збільшення долі інноваційної продукції в обсязі промислового виробництва підвищення інноваційної активності підприємств.

Аналіз джерел фінансування інноваційних заходів підприємств України за останні роки засвідчив, що із загальної суми використаних на інноваційні цілі фінансових ресурсів майже 60–70% становили власні кошти підприємств, фінансування з державного бюджету дорівнювало приблизно 2–4%, кредитні ресурси становили 2–3%, кошти інвесторів — 1–2%. Як видно з наведених даних, основним таким джерелом є власні кошти суб'єктів господарювання, і стає очевидним, що у майбутньому слід спиратися саме на них. Висока ризикованість інноваційних проектів зумовлює низьку частоту коштів інвесторів і кредитних ресурсів [3].

Необхідно відзначити, що оцінка інноваційного потенціалу підприємства повинна бути спрямована на виявлення і вивчення факторів, що впливають на його формування, розвиток і реалізацію з метою визначення ступеня використання інноваційних можливостей підприємства і на цій основі зробити висновок про рівень інноваційної активності підприємства.

Оцінку інноваційного потенціалу підприємства доцільно здійснювати в наступній послідовності:

1. Аналіз структури інноваційного потенціалу;
2. Виявлення ступеня використання внутрішніх інноваційних можливостей підприємства;
3. Оцінка рівня інноваційної активності підприємства [4].

Інноваційний потенціал варто розглядати з погляду комплексного й системного підходів. З позицій системного підходу інноваційний потенціал є невід'ємною частиною сукупного потенціалу підприємства й у свою чергу являє собою цілісну

динамічну соціально-економічну систему. З позицій комплексного підходу інноваційний потенціал являє собою комплексну структуру, що складається із сукупності взаємодіючих елементів різного ступеня складності й організації.

Перший етап оцінки інноваційного потенціалу — аналіз структури інноваційного потенціалу припускає вивчення стану кожного його елемента на основі методу експертних оцінок [5].

Бальна оцінка використання підприємством потенціалу кожного з елементів інноваційного потенціалу здійснювалася з використанням розробленої шкали:

0 балів — зовсім не використовується потенціал елемента;

1 бал — низький рівень використання потенціалу елемента;

2 бали — середній рівень використання потенціалу елемента;

3 бали — високий рівень використання потенціалу елемента.

Заключний етап оцінки інноваційного потенціалу передбачає визначення рівня інноваційної активності підприємства за допомогою узагальнюючого показника — коефіцієнту інноваційної активності підприємства, розрахунок якого здійснюється за наступною методикою:

$$P_{\text{ін. акт.}} = (P_i \times W_i), \quad (1)$$

де $P_{\text{ін. акт.}}$ — рівень інноваційної активності підприємства;

P_i — експертна оцінка використання i -того елемента інноваційного потенціалу, бали;

W_i — коефіцієнт вагомості i -того елемента інноваційного потенціалу.

Оцінку рівня інноваційної активності підприємства доцільно здійснювати за наступною шкалою: від 0 до 4,0 — низький рівень, від 4,1 — до 8,0 — середній рівень, від 8,1 до 11,55 — високий рівень. Результати оцінки стану елементів інноваційного потенціалу повинні лягти в основу розробки комплексу заходів, спрямованих на підвищення інноваційної активності підприємства.

Практика спирається на два методи до аналізу внутрішнього середовища й оцінки інноваційного потенціалу організації: детальний і діагностичний. Детально оцінюється інноваційний потенціал на стадії обґрунтування інновації та підготовки проекту до його розроблення і реалізації. Схема оцінювання інноваційного потенціалу за таким підходом передбачає: системне описання нормативної моделі стану внутрішнього середовища організації всіх складових інноваційного потенціалу, тобто чітко встановлюються якісні та кількісні вимоги до всіх компонентів,

блоків і параметрів, які забезпечують досягнення інноваційної цілі та її підцілей (з допомогою дерева цілей); визначення фактичного стану інноваційного потенціалу з усіх його блоків; аналіз розбіжностей між нормативним і фактичним станом, визначення сильних і слабких сторін потенціалу; складання переліку робіт з метою посилення слабких сторін і гармонізації всіх блоків інноваційного потенціалу.

Діагностичний метод реалізується в аналізі та діагнозі стану організації з обмеженого кола параметрів. Обов'язковою умовою якісного проведення діагностичного аналізу є використання системної моделі досліджуваного об'єкта з тим, щоб виявити взаємозв'язок діагностичних параметрів з іншими важливими параметрами системи і за станом одного будь-якого діагностичного параметра оцінити стан усієї системи або її частини. Наприклад, якщо діагностичним блоком системи є елемент «кадри» в інноваційному процесі, то за станом цього елементу можна виявити стан інноваторства в організації в цілому [6].

В економічній літературі існують різні методологічні підходи до оцінки інноваційного потенціалу підприємства з точки зору його здатності формувати інноваційно-активну економіку. Як правило, для оцінки інноваційного потенціалу пропонується використовувати ряд показників, що характеризують його різні компоненти. Великого значення набуває питання порівнянності використовуваних показників [7].

Розглянемо методики для оцінювання інноваційного потенціалу, які пропонують різні автори.

Погодіна Т. В. пропонує використовувати функціональну модель оцінки інноваційної активності і конкурентоспроможності підприємств з використанням системи статистичних показників, таких як: внутрішні витрати на дослідження і розробки у відсотках до валового внутрішнього продукту (ВВП) або валового регіонального продукту (ВРП) (показник $X1$); доля зайнятих дослідженнями і розробками у відсотках до загального числа зайнятих (показник $X2$); доля основних фондів досліджень і розробок в загальній їх вартості (показник $X3$); витрати на технологічні інновації у відсотках до ВВП або ВРП (показник $X4$) [8, 9].

Була виведена функціональна модель рейтингу інноваційної активності і конкурентоспроможності підприємств наступного вигляду:

$$R = 0,3 X1 + 0,2 X2 + 0,2 X3 + 0,3 X4. \quad (2)$$

Недоліками пропонованої моделі є те, що в ній використовується обмежений круг показників. Для комплексної оцінки інноваційного потенціалу підприємства пропонують використовувати ряд показників, які складають п'ять груп:

1. Макроекономічні (валовий продукт, чисельність працюючих і т.п.);
2. Інфраструктурні;
3. Правові (місцеві закони, регулюючі інноваційну діяльність, надаючи податкові і інші пільги суб'єктам інноваційної діяльності);
4. Кадрові (чисельність працівників, зайнятих у сфері науки, дослідженнями і розробками та ін.);

Таблиця 1

Система показників оцінки інноваційного потенціалу підприємства

Група	Показники	Умове позначення
1. Показники наукового потенціалу (НП)	1. Питома вага чисельності персоналу, зайнятого дослідженнями і розробками до чисельності зайнятих на підприємстві	Н1
	2. Відношення чисельності докторів, кандидатів, аспірантів до чисельності зайнятих на підприємстві	Н2
2. Показники кадрового потенціалу (КП)	3. Питома вага працюючих з вищою освітою до чисельності зайнятих на підприємстві	К1
	4. Відношення на підприємстві учнів та тих, що навчаються	К2
3. Показники технічного потенціалу (ТП)	5. Коефіцієнт придатності основних фондів	Т1
	6. Коефіцієнт оновлення основних фондів	Т2
	7. Фондоозброєність праці	Т3
4. Показники фінансово-економічного потенціалу (ФЕП)	8. Відношення об'єму інвестицій в основний капітал до обсягу випускної продукції	Е1
	9. Відношення внутрішніх витрат на дослідження і розробки до обсягу випускної продукції	Е2
5. Показники інформаційно-комунікаційної складової (ІКС)	10. Кількість ПК до кількості робітників	І1
	11. Питома вага кількості абонентів мобільного зв'язку до чисельності працюючих	І2
	12. Питома вага загальної кількості робочих місць	І3

5. Економічні (об'єм інноваційної продукції по мірі новизни; внутрішні поточні витрати на дослідження і розробки та ін.).

До достоїнств даної методики відноситься те, що автори використовували метод експертних оцінок, вивели коефіцієнт значущості кожного показника. Проте дана методика має і недоліки. По-перше, для оцінки інноваційного потенціалу не використовуються показники стану і використання основного капіталу. По-друге, взагалі не включені показники інформаційно-комунікаційних технологій.

Наступна пропонується система показників дозволяє не лише проаналізувати інноваційну діяльність і визначити величину інноваційного потенціалу підприємства, але і виявити можливості і резерви зростання продуктивності, визначити стимулювання інноваційного розвитку підприємства (табл. 1).

Кількісні значення окремих складових інноваційного потенціалу підприємства, визначаються як сума значень відповідних показників, а саме:

Науковий потенціал визначається за формулою:

$$НП = Н1 + Н2, \quad (2)$$

Кадровий потенціал визначається за формулою:

$$КП = К1 + К2, \quad (3)$$

Технічний потенціал розраховується за формулою:

$$ТП = Т1 + Т2 + Т3, \quad (4)$$

Фінансово-економічний потенціал розраховується за формулою:

$$ФЕП = Е1 + Е2, \quad (5)$$

Інформаційно-комунікаційна складова розраховується за формулою:

$$ІКС = І1 + І2 + І3, \quad (6)$$

Для комплексної оцінки інноваційного потенціалу підприємства пропонується використовувати інтегральний показник, що розраховується за формулою як корінь п'ятої міри з добутку всіх п'яти потенціалів:

$$ІП = \sqrt[5]{НП \times КП \times ТП \times ФЕП \times ІКС}, \quad (7)$$

Після підрахунку показників за даним методом, можна оцінити інноваційний потенціал підприємства використовуючи табл. 2.

Таблиця 2

Оцінювання рівня інноваційного потенціалу підприємства

Показник інноваційного потенціалу, од.	Рівень інноваційного потенціалу
>1,0	Дуже низький
від 1,0 до 1,3	Низький
від 1,3 до 1,6	Середній
<1,6	Високий

Такий підхід необхідний тому, що інноваційний потенціал підприємства представляє не просто суму складових його елементів, а їх комплекс, що знаходиться в складному і багатогранному взаємозв'язку. Перевагою пропонованого інтегрального показника є і те, що він охоплює всі основні потенціали і складові, максимально приведені в порівняльний вигляд.

Таким чином, через розвиток інноваційного потенціалу йде розвиток організації, її підрозділів і всіх елементів виробничо-господарської системи. Розвиток організації розглядається як реакція на зміни зовнішнього середовища і тому має стратегічний характер. Від стану інноваційного потенціалу залежить вибір та реалізація інноваційної стратегії і тому оцінка інноваційного потенціалу є необхідною умовою змін [10].

Інноваційний потенціал оцінюється за схемою: ресурси (Р) — функції (Ф) — проект (П). Завдання оцінки інноваційного потенціалу організації може розглядатись у різних площинах: часткова оцінка готовності організації до реалізації одного нового проекту; інтегральна оцінка поточного стану організації відносно всіх або групи проектів, що вже реалізуються [11].

Важливим етапом впровадження методики оцінки інноваційного потенціалу на підприємстві є визначення її економічної ефективності. Визначені у світовій практиці основними показниками, які використовуються для оцінки економічної ефективності проектів, є:

- чиста поточна вартість;
- індекс дохідності (прибутковості);
- період окупності інвестицій у реалізацію проектів.

Розрахунок чистого приведенного доходу, що заснований на визначенні загальної накопиченої величини дисконтованих доходів розраховується за формулою:

$$NPV = \sum_{k=1}^n \left(\frac{P_k}{(1+r)^k} \right) - K_{\Sigma}, \quad (8)$$

де NPV — чистий приведений дохід (грн./рік);

P_k — грошові надходження, які генеруються проектом у році k (грн.);

r — коефіцієнт дисконтування;

k — період часу (рік);

K_{Σ} — величина первісних капіталовкладень (грн.);

n — термін реалізації проекту, (рік).

Якщо $NPV > 0$, то проект варто прийняти; $NPV < 0$, то проект варто відхилити; $NPV = 0$, то проект ні прибутковий, ні збитковий.

Позитивна величина NPV показує, наскільки зростає вартість активів інвестора від реалізації

даного проекту. Тому перевага віддається проекту з найбільшою величиною NPV .

До недоліків даного методу можна віднести: значення NPV при порівняльному аналізі інвестиційних проектів не враховує обсягу вкладень по кожному варіанту; величина NPV проекту залежить не тільки від суми витрат і розподілу потоку доходів у часі, але і від ставки дисконту, яка застосовується аналітиками.

Індекс рентабельності розраховується за формулою:

$$PI = \frac{\sum_{k=1}^n \left(\frac{P_k}{(1+r)^k} \right)}{K_{\Sigma}}, \quad (10)$$

Якщо $PI > 1$, то проект варто прийняти;

$PI < 1$, то проект варто відхилити;

$PI = 1$, то проект не має ні прибутку, ні збитків.

Індекс рентабельності проекту показує величину приросту активів від реалізації проекту на одиницю інвестицій.

При прийнятті рішень аналітики віддають перевагу індексу рентабельності в тому, випадку, якщо величина NPV у розглянутих проектах однакова. Перевага індексу прибутковості полягає в тому, що він відносний і відображає ефективність одиниці інвестицій. Крім того, в умовах обмеженості ресурсів це показник допомагає сформувати більш ефективний інвестиційний портфель.

Дисконтований строк окупності інвестицій (DPP) усуває недолік статичного методу строку окупності інвестицій і враховує вартість грошей у часі, а відповідна формула для розрахунку дисконтованого строку окупності (DPP) має вид:

$$DPP = \min n \text{ при якому } \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+r)^k} \geq K_{\Sigma}, \quad (11)$$

де DPP — дисконтований строк окупності інвестицій (рік, місяць, квартал);

k — період часу (рік);

n — термін реалізації проекту, (рік).

Розраховані за даними формулами показники економічної ефективності інноваційного проекту для аналізованого підприємства можна охарактеризувати наступним чином: $NPV > 0$ і складає 30000 грн., тобто вартість активів підприємства від реалізації проекту зростає на 30000 грн. Індекс рентабельності більше 1 і складає 1,04. Термін окупності складає 0,95 року, тобто 11 місяців. На основі даних показників можна зробити висновки про доцільність впровадження проекту на підприємстві.

Впровадження удосконаленої системи показників з оцінювання інноваційного потенціалу підприємства відрізняється певним рівнем науково-практичної

новизни, тому в зв'язку з цим важливим є аналіз науково-практичної ефективності запропонованих розробок. Це доцільно зробити експертним методом за такими напрямками: новизна, перспективність, потенційний масштаб практичного використання, ступінь ймовірності досягнення позитивних результатів.

Новизна розробки визначається шляхом порівняння результатів досліджень, що пропонуються до використання на практиці, та діючих норм і стандартів. У процесі порівняння треба виявити, наскільки ці результати перевищують кращі світові аналоги, відповідають світовому рівню або є нижчими за кращі світові аналоги.

Перспективність визначається щодо наукових результатів роботи і має три рівня оцінки: «першочергова важливість», «важливі» та «корисні».

У процесі оцінки слід вказати потенційний масштаб практичного використання результатів. При цьому слід вважати, що таким масштабом можуть бути: світовий ринок; галузі національної економіки; галузь (або регіон); окреме підприємство (об'єднання).

Ступінь ймовірності досягнення позитивних результатів може бути великою (значною), помірною (середньою) та малою (слабкою).

Перехід від якісних оцінок науково-практичного рівня ($НПР$) результатів роботи до кількісних здійснюється за допомогою шкали балів та коефіцієнтів вагомості показників. На підставі балів та коефіцієнтів вагомості показників розрахунок науково-практичного рівня виконують за формулою:

$$НПР = b_1 a_1 + b_2 a_2 + b_3 a_3 + b_4 a_4, \quad (12)$$

де b_1 — оцінка новизни роботи у балах;

b_2 — оцінка перспективності роботи у балах;

b_3 — оцінка масштабу використання роботи у балах;

b_4 — оцінка ймовірності досягнення результатів роботи у балах;

$a_1, \dots, a_4$ — коефіцієнти вагомості відповідних показників.

Кількісне значення показника науково-практичного рівня виражається у балах і дає змогу проводити порівняння різних наукових рішень. У табл. 3 наведено показники науково-практичного рівня та коефіцієнти їх важливості для підприємства.

За результатами експертної оцінки науково-практичної ефективності запропонованих розробок можливо розрахувати коефіцієнт науково-практичного рівня:

$$НПР = 7 \times 0,53 + 7 \times 0,35 + 4 \times 0,02 + 5 \times 0,1 = 6,74.$$

Показник науково-практичного рівня дорівнює 6,74, що є непоганим результатом. Даний показник

Таблиця 3

Показники науково-практичного рівня

Показники науково-практичного рівня	Ознаки показників	Кількість балів	Коефіцієнт важливості
1. Новизна	Перевищує кращі світові аналоги	10	0,53
	Відповідає світовому рівню	7–9	
	Нижче кращих світових аналогів	5–6	
	Перевищує кращі вітчизняні аналоги	3–4	
	Відповідає вітчизняному рівню	1–2	
	Нижче вітчизняного рівня	0	
2. Перспективність	Першочергова важливість	10	0,35
	Важливі	5–7	
	Корисні	1–3	
3. Потенційний масштаб практичного використання	Світовий ринок	10	0,02
	Галузі національної економіки	7–8	
	Галузь (регіон)	3–5	
	Окреме підприємство	1–2	
4. Ступінь ймовірності досягнення позитивних результатів	Великий (значний)	10	0,1
	Помірний (середній)	5–6	
	Малий (слабкий)	1–3	

наближається до максимального значення (до 10), тому впровадження методики оцінки інноваційного потенціалу на підприємстві є доцільним. Методика є важливою та відповідає світовому рівню, практично її можна використовувати на рівні галузі або регіону.

Висновки. Тож з огляду на все вище сказане, можна зробити висновки, що інновації потрібні будь-якій державі та підприємствам для забезпечення економічного розвитку. Саме вони дають змогу забезпечити динамічний та ефективний розвиток

господарства. Створення нових та удосконалення існуючих товарів, удосконалення технологій та організації праці, а також запровадження сучасної системи управління підприємством дає змогу будь-якому підприємству одержати конкурентні переваги. Інновації свідчать про розвиток суб'єкта господарювання, який, будучи одним з елементів системи господарювання держави, створює її ВВП. Тому інноваційна діяльність є важливою для кожного підприємства.

Література

1. Невінська Г. Б. Кадрова складова гальмування інновацій / Г. Б. Невінська // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Ґжицького. — 2014. — Т. 16, № 3(5). — С. 163–171.
2. Сисоліна Н. П. Інноваційний менеджмент та перспективи його розвитку / Н. П. Сисоліна, Л. В. Кононенко, І. П. Сисоліна // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. — 2011. — Вип. 20(2). — С. 285–289.
3. Управління фінансами суб'єктів господарювання: практикум: навч. посіб. / А. П. Вожжов, С. В. Сорокіна, І. В. Колесова та ін.; за ред. А. П. Вожжова. — К.: Знання, 2014. — 324 с.
4. Хімченко А. М. Економічний зміст, місце та класифікація інноваційних процесів у суспільному виробництві / А. М. Хімченко, О. О. Махнович // Бізнес Інформ. — 2013. — № 10. — С. 71–76.
5. Князевич А. О. Ринок інновацій у складі інноваційної інфраструктури країни / А. О. Князевич // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2015. — № 3. — С. 129–139.
6. Гриценко Л. Л. Фінанси підприємств: практикум: навч. посіб. / Л. Л. Гриценко, О. В. Дейнека, І. М. Боярко. — Суми: Університетська книга, 2015. — 285 с.
7. Kabachenko D. Improving the assessment effectiveness method of innovative industrial Leading Ukrainian Companies activity / D. Kabachenko // A Balkema Book ISBN: 978-1-138-02883-8 / Theoretical and Practical Solutions of Mineral Resources Mining. — Taylor & Francis Group, London. — 2015. — С. 353–362.

8. Шевлюга О. Г. Дослідження впливу технологічних інновацій на ринок технологій і розвиток підприємства / О. Г. Шевлюга, О. М. Олефіренко // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2011. — № 4(1). — С. 38–44.
9. Погодина Т. В. Экономический анализ и оценка инновационной активности и конкурентоспособности регионов Приволжского федерального округа / Т. В. Погодина // Экономический анализ: теория и практика. — 2004. — № 5. — С. 16–22.
10. Шипило В. А. Инновационная деятельность предприятий в условиях экономического кризиса / Д. В. Кабаченко, В. А. Шипило // Dny vedy — 2016 / Materialy XII mezinarodni vedecko-prakticka konference», 22–30 brezen 2016. — Dil 4. Ekonomické vedy.: Praha. Publishing House «Education and Science» s.r.o, 2016. — С. 17–22.
11. Кныш М. С. Методические основы разработки и обоснования инновационных проектов развития предприятия / Д. В. Кабаченко, М. С. Кныш // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. — Одеса: Одеський національний університет імені І. І. Мечникова. — 2015. — Том. 20. — Вип. 6. — С. 98–103.
12. Александрова В. П. Інноваційний потенціал та його роль в економічному розвитку країни / В. П. Александрова // Наука та наукознавство. — 2004. — № 2. — С. 39–45.
13. Александров И. В. Стратегия инновационного развития машиностроительного комплекса на основе формирования интеллектуального потенциала (на примере ЗАО «НКМЗ») / И. В. Александров // Економіка промисловості. — 2005. — № 5 (31). — С. 62–70.
14. Амоша А. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / А. Амоша // Економіст. — 2005. — № 6. — С. 28–32.
15. Ганзюк С. М. Методологічно-синергетичний підхід щодо інноваційного розвитку економічної системи / С. М. Ганзюк // Інвестиції: практика та досвід. — 2009. — № 24. — С. 14–16.
16. Геець В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геець, В. П. Семиноженко. — Харків: Константа, 2006. — 272 с.
17. Гневко В. А. Формирование инновационной экономики в России / В. А. Гневко // Экономика и управление. — 2004, № 2. — С. 100–103.
18. Державні цільові програми та упорядкування програмного процесу в бюджетній сфері / В. М. Геець, О. І. Амоша, Т. І. Приходько, В. П. Александрова, В. В. Близнюк; Ін-т економіки та прогнозування НАН України. — К.: Наукова думка, 2008. — 384 с.
19. Захарченко В. І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки. Навч. посіб. / В. І. Захарченко, Н. М. Корсікова, М. М. Меркулов. — К.: Центр учбової літератури, 2012. — 448 с.
20. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент: підручник / С. М. Ілляшенко. — Суми: Університетська книга, 2015. — 334 с.
21. Кузьмін О. Є. Інвестиційна та інноваційна діяльність: монографія / О. Є. Кузьмін, С. В. Князь, Н. В. Тувакова, А. Я. Кузнєцова. За наук. ред. проф., д-ра екон. наук О. Є. Кузьміна. — Львів: ЛБІНБУ, 2003. — 233 с.
22. Станіславик О. В. Комерціалізація результатів інноваційної діяльності / О. В. Станіславик, К. В. Ковтуненко // Праці Одеського політехнічного університету. — 2011. — № 2(36). — С. 301–306.
23. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємств: маркетингове та логістичне забезпечення: монографія. / Н. Чухрай — Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2002. — 316 с.

References

1. Nevinsjka Gh. B. Kadrova skladova ghaljmuwannja innovacij / Gh. B. Nevinsjka // Naukovyj visnyk Ljvivskogho nacionalnogho universytetu vetrynarnoji medycyny ta biotekhnologhij im. Gzhycjkogho. — 2014. — Т. 16, № 3(5). — С. 163–171.
2. Sysolina N. P. Innovacijnyj menedzhment ta perspektyvy jogho rozvytku / N. P. Sysolina, L. V. Kononenko, I. P. Sysolina // Naukovi praci Kirovogradskogho nacionalnogho tekhnichnogho universytetu. Ekonomichni nauky. — 2011. — Vyp. 20(2). — С. 285–289.
3. Upravlinnja finansamy sub'ektiv ghospodarjuvannja: praktykum: navch. posib. / A. P. Vozhzhov, S. V. Sorokina, I. V. Kolesova ta in.; za red. A. P. Vozhzhova. — К.: Znannja, 2014. — 324 с.
4. Khimchenko A. M. Ekonomichnyj zmist, misce ta klasyfikacija innovacijnykh procesiv u suspilnomu vyrobnyctvi / A. M. Khimchenko, O. O. Makhnovych // Biznes Inform. — 2013. — № 10. — С. 71–76.
5. Knjazevych A. O. Rynok innovacij u skladi innovacijnoji infrastruktury krajiny / A. O. Knjazevych // Marketyngh i menedzhment innovacij. — 2015. — № 3. — С. 129–139.
6. Ghrycenko L. L. Finansy pidpryjemstv: praktykum: navch. posib. / L. L. Ghrycenko, O. V. Dejneka, I. M. Bojarko. — Sumy: Universytetsjka knygha, 2015. — 285 с.

7. Kabachenko D. Improving the assessment effectiveness method of innovative industrial Leading Ukrainian Companies activity / D. Kabachenko // A Balkema Book ISBN: 978-1-138-02883-8 / Theoretical and Practical Solutions of Mineral Resources Mining. — Taylor & Francis Group, London. — 2015. — С. 353–362.
8. Shevljugha O. Gh. Doslidzhennja vplyvu tekhnologichnykh innovacij na rynek tekhnologij i rozvytok pidpryjemstva / O. Gh. Shevljugha, O. M. Olefirenko // Marketyng i menedzhment innovacij. — 2011. — № 4(1). — С. 38–44.
9. Pogodina T. V. Ekonomicheskij analiz i otsenka innovatsionnoj aktivnosti i konkurentosposobnosti regionov Privolzhskogo federalnogo okruga / T. V. Pogodina // Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika. — 2004. — № 5. — С. 16–22.
10. Shypylo V. A. Ynnovacyonnaja dejatel'nost' predpryjatij v uslovyakh ekonomycheskogho kryzysa / D. V. Kabachenko, V. A. Shypylo // Dny vedy — 2016 / Materialy XII mezinarodni vedecko-prakticka konference», 22–30 brezen 2016. — Dil 4. Ekonomicke vedy.: Praha. Publishing House «Education and Science» s.r.o, 2016. — С. 17–22.
11. Knysh M. S. Metodicheskiye osnovy razrabotky y obosnovanyja ynnovacyonnykh proektov razvytyja predpryjatija / D. V. Kabachenko, M. S. Knysh // Visnyk Odesjkogho nacionalnogho universytetu. Serija: Ekonomika. — Odesa: Odeskij nacionalnij universytet imeni I. I. Mechnykova. — 2015. — Tom. 20. — Vyp. 6. — С. 98–103.
12. Aleksandrova V. P. Innovacijnyj potencial ta jogho rolj v ekonomichnomu rozvytku krajiny / V. P. Aleksandrova // Nauka ta naukoznastvo. — 2004. — № 2. — С. 39–45.
13. Aleksandrov I. V. Strategiya innovatsionnogo razvitiya mashinostroitel'nogo kompleksa na osnove formirovaniya intellektual'nogo potentsiala (na primere ZAO «NKMZ») / I. V. Aleksandrov // Yekonomika promislivosti. — 2005. — № 5 (31). — С. 62–70.
14. Amosha A. Innovacijnyj shljakh rozvytku Ukrajiny: problemy ta rishennja / A. Amosha // Ekonomist. — 2005. — № 6. — С. 28–32.
15. Ghanzjuk S. M. Metodologichno-synerghetychnyj pidkhid shhodo innovacijnogho rozvytku ekonomichnoji systemy / S. M. Ghanzjuk // Investyciji: praktyka ta dosvid. — 2009. — № 24. — С. 14–16.
16. Ghejecj V. M. Innovacijni perspektyvy Ukrajiny / V. M. Ghejecj, V. P. Semynozhenko. — Kharkiv: Konstanta, 2006. — 272 s.
17. Gnevko V. A. Formirovanie innovatsionnoj ekonomiki v Rossii / V. A. Gnevko // Ekonomika i upravlenie. — 2004, № 2. — С. 100–103.
18. Derzhavni ciljovi prohramy ta uporjadkuvannja prohramnogho procesu v bjudzhetnij sferi / V. M. Ghejecj, O. I. Amosha, T. I. Prykhodjko, V. P. Aleksandrova, V. V. Blyznjuk; In-t ekonomiky ta prohnozuvannja NAN Ukrainy. — K.: Naukova dumka, 2008. — 384 s.
19. Zakharchenko V. I., Korsikova N. M., Merkulov M. M. Innovacijnyj menedzhment: teoriya i praktyka v umovakh transformaciji ekonomiky. Navch. posib. — K.: Centr uchbovoi literatury, 2012. — 448 s.
20. Illjashenko S. M. Innovacijnyj menedzhment: pidruchnyk / S. M. Illjashenko. — Sumy: Universytetsjka knygha, 2015. — 334 s.
21. Kuzjmin O. Je. Investycijna ta innovacijna dijalnistj: monohrafija / O. Je. Kuzjmin, S. V. Knjazj, N. V. Tuvakova, A. Ja. Kuznjecova. Za nauk. red. prof., d-ra ekon. nauk O. Je. Kuzjmina. — Ljviv: LBINBU, 2003. — 233 s.
22. Stanislavky O. V. Komercializacija rezul'tativ innovacijnoji dijalnosti / O. V. Stanislavky, K. V. Kovtunencko // Praci Odesjkogho politekhnichnogho universytetu. — 2011. — № 2(36). — С. 301–306.
23. Chukhraj N. Formuvannja innovacijnogho potencialu pidpryjemstv: marketyngove ta loghistyčne zabezpechennja: monohrafija. / N. Chukhraj — Ljviv: Vyd-voNU «Ljvivsjka politekhnika», 2002. — 316 s.

Ларіна Ярослава Степанівна

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Національний університет біоресурсів і природокористування України*

Ларина Ярослава Степановна

*доктор экономических наук, профессор,
заведующая кафедрой маркетинга и международной торговли
Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины*

Larina Yaroslava

*Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department of Marketing and International Trade
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
ORCID: 0000-0002-2712-7824*

Завальнюк Катерина Сергіївна

*кандидат економічних наук,
асистент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Національний університет біоресурсів і природокористування України*

Завальнюк Екатерина Сергеевна

*кандидат экономических наук,
ассистент кафедры маркетинга и международной торговли
Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины*

Zavalniuk Kateryna

*PhD in Economics,
Assistant of the Department of Marketing and International Trade
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4476

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ЗРОСТАННЯ ДЛЯ АГРОФОРМУВАНЬ

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ РОСТА ДЛЯ АГРОФОРМИРОВАНИЙ

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF MARKETING STRATEGIES FOR THE GROWTH OF AGROFORMATIONS

Анотація. В статті акцентовано увагу на важливості розробки та впровадження маркетингових стратегій зростання в агроформуваннях. Здійснено ABC аналіз по досліджуваних аграрних формуваннях Хмельницької області за 2012–2016 рр.

Сформовано алгоритм та виділено основні стадії формування стратегії підприємства аграрного сектору. Поетапно проаналізовано послідовність оцінювання можливостей вибору агроформуваннями стратегій зростання згідно матриці Ансоффа. Обґрунтовано, що вибір будь-якого різновиду стратегії зростання передбачає використання чітких критеріїв оцінки стратегії.

Проведено експертне оцінювання щодо рівня стратегічного планування в досліджуваних агроформуваннях Хмельницької області, за результатами якого, згідно матриці Ансоффа, визначено маркетингову стратегію зростання для кожного агроформування. За результатами проведеного дослідження доцільно розробити та реалізувати наступні маркетингові стратегії: глибокого проникнення на ринок – для ТОВ «Оболонь Агро», СГК «Летава», СТЗОВ ВФ «Гуменецьке», СТОВ аграрна фірма

«Нефедівське» та ВК «Іскра-2007»; розвитку товару – для ФГ «Подільська марка» та ТОВ «ім. Б. Хмельницького»; розвитку ринку – для ТОВ «Козацька долина 2006»; стратегію інтеграції – для СТЗОВ ВФ «Гуменецьке», ТОВ «ім. Б. Хмельницького» та СТОВ аграрної фірми «Нефедівське»; стратегію елімінації (рослинництво) та диверсифікації – для ПП «Авангард-агролюкс».

У ході дослідження виявлено, що для конкретного агроформування слід розробляти власну унікальну стратегію, адже кожне агроформування характеризується різним рівнем економічного розвитку, фінансовими, трудовими, земельними ресурсами, спеціалізацією виробництва, має свій асортимент та унікальне, не схоже з конкурентами розташування.

У статті запропоновано перелік заходів та інструментів, необхідних для реалізації запропонованих маркетингових стратегій зростання для окремих агроформувань Хмельницької області.

Ключові слова: маркетингова стратегія, маркетингові стратегії зростання, аграрне формування, агроформування Хмельницької області.

Аннотація. В статье акцентируется внимание на важности разработки и внедрения маркетинговых стратегий роста в агроформированиях. Осуществлен ABC анализ по изучаемым аграрным формированиям Хмельницкой области за 2012–2016 гг.

Сформирован алгоритм и выделены основные стадии формирования стратегии предприятия аграрного сектора. Поэтапно проанализирована последовательность оценки возможностей выбора агроформированиями стратегий роста согласно матрицы Ансоффа. Обосновано, что выбор любого вида стратегии роста предполагает использование четких критериев оценки стратегии.

Проведено експертне оцінювання по рівню стратегічного планування в досліджуваних агроформуваннях Хмельницької області, в результаті якого, згідно матриці Ансоффа, визначені маркетингові стратегії росту для кожного агроформування. По итогам проведенного исследования, целесообразно разработать и реализовать следующие маркетинговые стратегии: глубокого проникновения на рынок – для ООО «Оболонь Агро», СХК «Летава», СО с ОО ПФ «Гуменецкое», ООО аграрная фирма «Нефедовское» и ВК «Искра-2007»; развития товара – для ФХ «Подольская марка» и ООО «им. Б. Хмельницкого»; развития рынка – для ООО «Козацкая долина 2006»; стратегию интеграции – для СО с ОО ПФ «Гуменецкое», ООО «им. Б. Хмельницкого» и ООО аграрной фирмы «Нефедовское»; стратегию элиминации (растениеводство) и диверсификации – для ООО «Авангард-Агролюкс».

В ходе исследования выявлено, что для каждого конкретного агроформирования, следует разрабатывать собственную уникальную стратегию, ведь каждое агроформирование характеризуется различным уровнем экономического развития, финансовыми, трудовыми, земельными ресурсами, специализацией производства, имеет свой ассортимент и уникальное расположения.

В статье предложен перечень мероприятий и инструментов, необходимых для реализации предложенных маркетинговых стратегий роста для отдельных агроформирований Хмельницкой области.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, маркетинговые стратегии роста, аграрное формирование, агроформирование Хмельницкой области.

Summary. The article focuses on the importance of development and implementation of marketing strategies for the growth of agroformations. The ABC analysis of the agrarian formations of Khmelnytskyi region during 2012–2016 was carried out.

The algorithm is formed and the main stages of formation of the strategy of agrarian sector enterprise are highlighted. The consistency in assessing the possibilities for agroformations to choose the growth strategies according to the Ansoff matrix is gradually analysed. It is substantiated that the choice of any kind of growth strategy involves the use of clear criteria for assessing the strategy.

Expert evaluation of strategic planning in the studied agroformations of Khmelnytskyi region was carried out, as a result of which, according to the Ansoff matrix, a marketing strategy for growth for each agroformation was determined. According to the results of the research it is advisable to develop and implement the following marketing strategies: deep penetration into the market – for Obolon Agro LLC, APC Letava, ALLC PF Humenetske, and JLLC agrarian company Nefedivske; product development – for FE Podilska marka and LLC named after B. Khmelnytskyi; market development – for LLC Kozatska dolyna 2006; integration strategy – for ALLC PF Humenetske, LLC named after B. Khmelnytskyi and JLLC agrarian company Nefedivske; strategy of elimination (plant growing) and diversification – for PE Avangard-agroliuks.

In the course of the study, it was found that for a specific agroformation it is necessary to develop its own unique strategy, since each agroformation is characterized by different level of economic development; financial, labour, and land resources; production specialization; has its own range of goods and unique, different from the competitors' location.

The article proposes a list of measures and tools necessary for the implementation of the proposed marketing strategies for growth of individual agroformations of Khmelnytskyi region.

Key words: marketing strategy, marketing strategies of growth, agrarian formation, agroformations of Khmelnytsky region.

Постановка проблеми. Проблематика досліджуваної теми обумовлена тим, що незважаючи на трансформацію підходів, принципів та завдань планування в умовах ринку, незмінним залишається розуміння керівництва щодо необхідності розробки та реалізації маркетингової стратегії аграрного формування на всіх етапах його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Комплексні методологічні та методичні аспекти формування й розвитку маркетингових стратегій досліджували як зарубіжні, так і вітчизняні вчені, серед яких І. Ансофф [14], Г. Ассель [1], О. Виханський, С. Гаркавенко, Ф. Котлер, Н. Куденко, Ж.-Ж. Ламбен, Я. Ларіна [12], М. Мескон [2], М. Портер [13] та ін. Однак однією з найменш досліджених залишається проблема вибору й реалізації маркетингових стратегій зростання агроформувань України різних типів і масштабів діяльності.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної статті є розробка методичних засад щодо формування маркетингових стратегій зростання агроформувань.

Виклад основного матеріалу. Розроблення та впровадження маркетингової стратегії в аграрному

формуванні має першочергове значення саме в забезпеченні економічного зростання, незалежно від розміру підприємства та його фінансово-економічного стану. Специфіка діяльності аграрних формувань у ринкових умовах спонукає до продовження досліджень у напрямі розроблення й обґрунтованого вибору маркетингових стратегій зростання. Без використання маркетингових стратегій неможливі успішна діяльність та стійкий розвиток будь-якого аграрного формування.

Г. Ассель визначає маркетингову стратегію як основний метод компанії впливати на покупців і спонукати їх до купівлі [1, с. 797]. В сучасних ринкових умовах конкуренції, більшість підприємств прагнуть не лише вижити, але й зростати, розвиватися. М. Х. Мескон під стратегією зростання розуміє стратегію, при якій «рівень короткострокових та довгострокових цілей кожного року значно збільшується по відношенню до показників минулого року [2, с. 696].

Для даного дослідження було обрано агроформування Хмельницької області різного розміру й масштабів діяльності. В табл. 1 подано результати проведеного АВС-аналізу, що дає змогу зробити висновок щодо дохідності сільськогосподарської

Таблиця 1

Зведені дані АВС-аналізу по досліджуваних аграрних формуваннях Хмельницької області за 2012–2016 рр.

Продукція	Агроформування								
	ФГ «Подільська марка»	ТОВ «Козацька долина-2006»	ТОВ «ім. Богдана Хмельницького»	Виробничий кооператив «Іскра-2007»	СТОВ аграрна фірма «Нефедівське»	СТЗОВ ВФ «Гуменецьке»	ТОВ «Оболонь Агро»	СГК «Летава»	ПП «Авангард-агро-люкс»
	Клас								
Зерно	А	А	А	А	А	А	А	А	А
Молоко	С	А	А	А	А	В	В	А	А
Соя	А	В	А	А	С	А	А	С	А
Ріпак озимий	В	А	В	В	С	В	А	В	–
Велика рогата худоба	С	С	В	С	В	С	С	А	В
Соняшник	С	С	С	С	В	С	В	С	С
Свині	–	С	С	–	С	С	А	С	С
Цукрові буряки	–	–	–	–	–	–	С	В	С
Плоди (зерняткові, кісточкові)	–	–	–	–	–	–	В	С	В
Ріпак ярий	–	–	–	–	–	–	С	–	–
Овочі відкритого ґрунту	–	–	–	–	–	–	С	С	–
Картопля	–	–	–	–	–	–	–	С	–
Мед	–	–	С	–	–	–	С	С	–

Джерело: розраховано автором за даними статистичної форми № 50-сг [3–11]

продукції, частка якої займає найвагоміше місце у структурі доходів більшості агроформувань. До неї віднесено зерно, молоко (окрім ФГ «Подільська марка», СТЗОВ ВФ «Гуменецьке», ТОВ «Оболонь Агро») та сою (окрім ТОВ «Козацька долина-2006», СТОВ аграрна фірма «Нефедівське» та СГК «Летава»).

За отриманими результатами зроблено висновок, що майже у всіх аграрних формуваннях виробництво свинини дає в структурі доходу менше 5%. Встановлено, що не приносить значного доходу виробництво цукрових буряків, плодів, ярого ріпаку, овочів відкритого ґрунту, картоплі та меду. Вирощування решти культур у більшості аграрних формувань приносить дохід у розмірі від 20% в його структурі.

Методика вибору стратегії підприємствами аграрного сектору включає шість основних стадій (рис. 1).

Проте предметом нашого дослідження є обґрунтування саме стратегії зростання агроформуваннями, у т.ч. сільськогосподарськими підприємствами.

Класичним інструментом щодо обґрунтування та вибору підприємством стратегії зростання є і залишається матриця Ансоффа.

Для обґрунтування стратегії зростання на початку необхідно оцінити потенційні джерела такого зростання. Їх доцільно відбирати, оцінюючи кожне з можливих за ключовими характеристиками, які наведені в табл. 2. Кожній характеристиці присвоюється від одного до трьох балів, які допоможуть оцінити доцільність використання стратегії для аналізованого товару і ринку підприємства. Один бал — невисокий рівень, 2 бали — середній, є проблеми, що заважають розвитку, 3 бали — відмінно, є перспектива і перевага перед конкурентами. Чим більше балів — тим вище потенціал в реалізації стратегії. Чим менше балів — тим нижча ймовірність успіху даної стратегії. Проставлення балів в матриці Ансоффа дозволяє комплексно оцінити кожен тип стратегії і виставити пріоритети, адже за Ансоффом

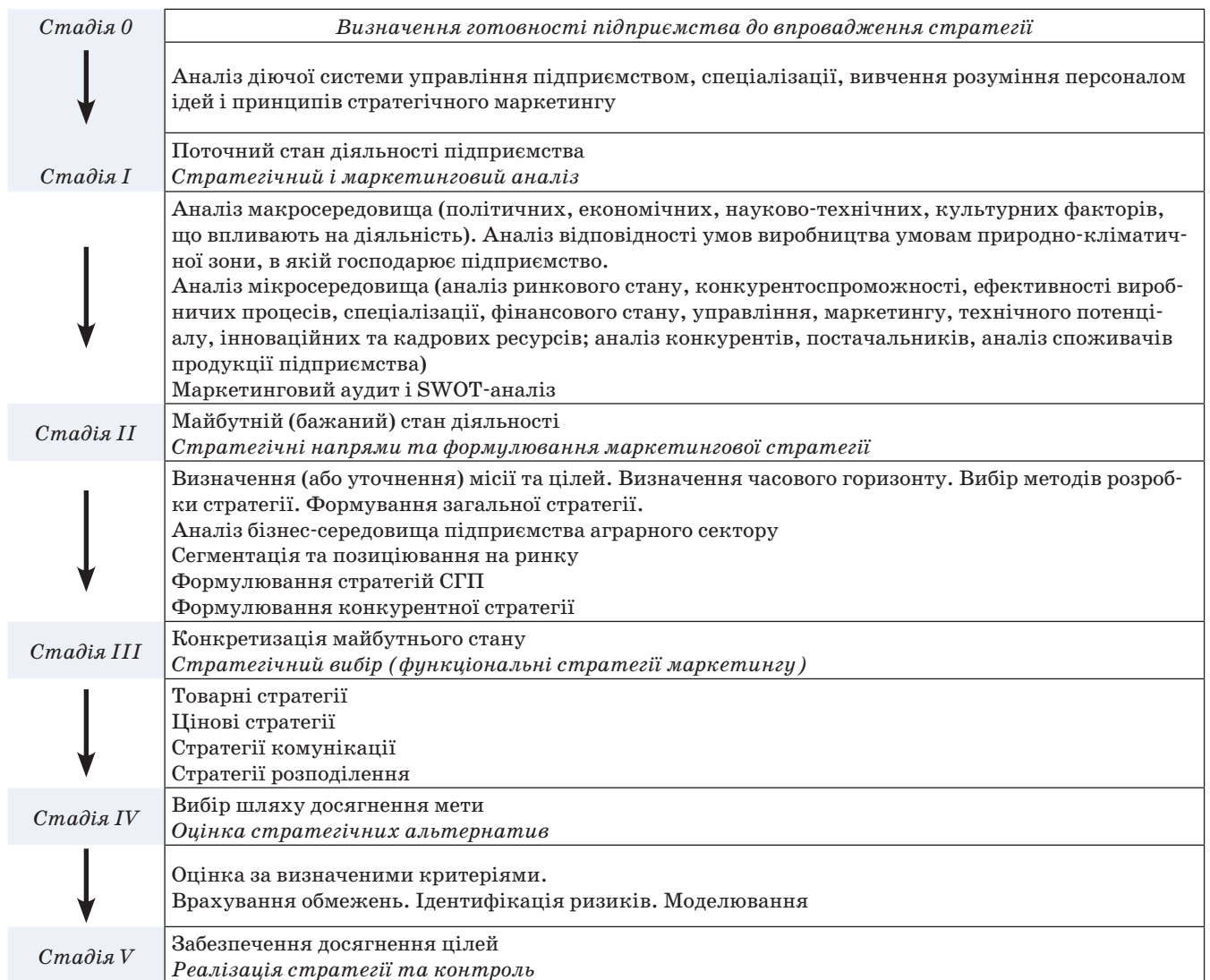


Рис. 1. Алгоритм формування стратегії підприємства аграрного сектору

Джерело: [12]

стратегію треба вибирати так, щоб компанія йшла по шляху найменших витрат і опору, тому вона повинна перш за все знайти шляхи зростання бізнесу на вже освоєному ринку з вже готовим товаром.

Після цього підприємству треба знайти варіанти тиражування вже існуючого товару на нових ринках. Після досягнення цього результату підприємству слід знайти варіанти для продажів нового продукту на існуючому ринку і тільки в найостаннішу чергу компанія повинна здійснити диверсифікацію бізнесу, що дозволить їй знизити власні ризики, але тому що це дуже дорога і ризикована стратегія, то до неї слід вдаватися лише в самий останній момент, коли вичерпані попередні можливості.

Отже, з врахуванням складностей та особливостей функціонування підприємств аграрного сектору,

необхідно проаналізувати поетапно чотири можливості (за 4 квадрантами матриці Ансоффа), щоб забезпечити ріст підприємства з мінімальними витратами. Послідовність такого прийняття рішення наведено на рис. 2.

Вибір будь-якого різновиду стратегії зростання передбачає обґрунтування чітких критеріїв оцінки ефективності стратегії (особливо це стосується стратегії диверсифікації) з горизонтом планування на три роки.

Слід зауважити, що при оцінюванні перспектив стратегій агроформувань доцільно знехтувати показником «життєвий цикл ринку», оскільки, як правило, цикл перебування на ринку сільсько-господарської продукції тривалий, без характерних підйомів і спадів.



Рис. 2. Послідовність оцінювання можливостей вибору агроформуваннями стратегій зростання

Джерело: сформовано автором

Наступним кроком є зведення результатів в єдину схему, потім обрання стратегії, що набрала найбільшу кількість балів (табл. 2).

Закінчуючи розбирати на прикладі матриці Ансоффа алгоритм роботи щодо вибору стратегії зростання агроформуваннями, доцільно узагальнити результати. Для наочності варто об'єднати всі результати аналізу в одну таблицю і оцінити співвідношення в цілому, описати можливості та ризики агроформування в реалізації кожної стратегії, обрати стратегію, що набрала найбільшу кількість

балів і після цього провести її верифікацію (отримані результати стануть основою розробки детального плану реалізації стратегії — декомпонування).

За результатами проведеного дослідження для ТОВ «Оболонь-Агро» доцільно обрати стратегію проникнення на ринок, активізуючи при цьому маркетингові інструменти впливу на наявних споживачів і здійснюючи комплекс заходів щодо впливу на потенційних споживачів. Інструментами такого впливу можуть бути активізація рекламної діяльності, у т.ч. через сайт підприємства, активна участь

Таблиця 2

**Результати оцінювання можливостей реалізації стратегій зростання підприємством
ТОВ «Оболонь-Агро»**

Стратегія зростання	Критерії оцінювання	Середня оцінка за фактором	Коефіцієнт вагомості	Загальна сума
Стратегія проникнення на ринок	– темп зростання ринків	2	0,1	0,2
	– обсяги споживання товару	3	0,2	0,6
	– частоту використання товару	3	0,2	0,6
	– ступінь насичення ринку;	1	0,1	0,1
	– ступінь обізнаності про продукцію підприємства	3	0,1	0,3
	– ступінь економії на масштабі при зростанні продажів	2,3	0,15	0,345
	– унікальність продукції підприємства	1	0,05	0,05
	– обсяг залучення інвестицій для реалізації стратегії	2,7	0,1	0,27
Підсумкове значення				2,465
Стратегія розвитку ринку	– успіх підприємства на поточному ринку	2	0,1	0,1
	– рівень конкуренції на новому ринку	3	0,2	0,6
	– сила вхідних бар'єрів на новому ринку	2	0,1	0,2
	– темпи зростання нового ринку	1,7	0,25	0,425
	– унікальність товару (порівняно з ключовими конкурентами нового ринку)	1	0,1	0,1
	– можливості залучення інвестицій	1,3	0,25	0,325
	Підсумкове значення			1,75
Стратегія розвитку товару	– темпи зростання ринку	2	0,2	0,4
	– місткість ринку	2,3	0,2	0,46
	– конкурентоспроможність продукції підприємства	2,7	0,2	0,54
	– рівень конкуренції	1,7	0,1	0,17
	– загрози входу нових гравців	1	0,1	0,1
	– інноваційність ринку	1	0,1	0,1
	– рівень оновлення асортименту і появи товарів-новинок у ключових конкурентів	1	0,1	0,1
	Підсумкове значення			1,87
Стратегія диверсифікації	– імідж підприємства	3	0,1	0,3
	– можливість проведення маркетингових досліджень	1	0,1	0,1
	– застосування посівного матеріалу високої якості	3	0,1	0,3
	– інтенсивність роботи з споживачами	1	0,05	0,05
	– співвідношення «ціна — якість»	3	0,1	0,3
	– перспективи розвитку ринку	2	0,1	0,2
	– активність конкурентів	2	0,05	0,1
	– обсяги власних ресурсів для входу на ринок	2	0,15	0,3
	– надійність фінансового плану, включаючи необхідні інвестиції	2	0,15	0,3
	Підсумкове значення			1,95

Джерело: сформовано автором

Таблиця 3

Вибір стратегій для досліджуваних підприємств за матрицею Ансоффа

Підприємство	Стратегія	Зона ризику
ТОВ «Оболонь Агро»	Проникнення на ринок	Мінімального
СГК «Летава»	Проникнення на ринок	Мінімального
ФГ «Подільська марка»	Розвитку товару	Підвищеного
ТОВ «Козацька долина 2006»	Розвитку ринку	Підвищеного
СТЗОВ ВФ «Гуменецьке»	Проникнення на ринок, інтеграції	Мінімального
ТОВ «і.м. Б. Хмельницького»	Розвитку товару, інтеграції	Підвищеного
СТОВ АФ «Нефедівське»	Проникнення на ринок, інтеграції	Мінімального
ВК «Іскра-2007»	Проникнення на ринок	Мінімального
ПП «Авангард-агролюкс»	Елімінації (рослинництво) диверсифікації	Підвищеного

Джерело: сформовано автором

у виставках, стимулювання збуту, спрямоване на оптових споживачів тощо.

Аналогічні розрахунки за матрицею Ансоффа здійснено для усіх досліджуваних аграрних формувань. Результати представлено у таблиці 3.

Як видно з табл. 3, для конкретного агроформування слід розробляти власну унікальну стратегію, адже кожне агроформування характеризується різним економічним розвитком, фінансовими, трудовими, земельними ресурсами, спеціалізацією виробництва, має свій асортимент та унікальне, не схоже з конкурентами розташування. Доцільним буде згадати лаконічне визначення стратегії М. Портером. На його думку «стратегія — це оптимальний підбір видів діяльності підприємства» [13, с. 96]. Це в свою чергу означає, що головною ознакою стратегії підприємства є її унікальність та особливість у порівнянні з конкурентами. Перелік заходів та інструментів, необхідних для реалізації вище зазначених маркетингових стратегій зростання, подано в табл. 4.

Особливістю маркетингової стратегії глибокого проникнення на ринок є застосування альтернатив переконання покупців придбати продукцію конкретного агроформування за умов сталості асортименту та каналів збуту. Якщо ТОВ «Оболонь Агро», СГК «Летава», СТЗОВ ВФ «Гуменецьке», СТОВ аграрна фірма «Нефедівське» та ВК «Іскра-2007», для яких доречно застосувати стратегію глибокого проникнення на ринок, приймають участь у ярмарках та виставках; що стосується наявності у них власного інтернет-сайту — він відсутній. Економічне зростання агроформувань в сучасних реаліях інформаційного простору частково детермінується наявністю дієвого власного сайту агроформування. Адже, розвиток інформаційно-комунікаційних технологій є одним

з важливих інструментів економічного зростання в умовах турбулентного бізнес-середовища.

Стратегія розвитку ринку пропонується для ТОВ «Козацька долина 2006». Згідно твердження І. Ансоффа, реалізація даної стратегії можлива за рахунок: використання нових каналів дистрибуції, пошуку нових груп споживачів, які поки не є покупцями товару [14]. Ця стратегія переважно застосовується агроформуваннями з невеликою ринковою часткою, оскільки, відсутність потужностей для зберігання продукції у більшості малих та середніх агроформувань, з одного боку, та насиченість вже існуючого ринку з іншого, змушує до пошуку додаткових ринків реалізації виробленої продукції. Збільшення ринкової частки та зміцнення конкурентних позицій на ринку є метою усіх агроформувань. Реалізація агропродукції за максимальною кількістю каналів збуту дасть можливість досягти вищого рівня позиціонування до агроформування зі сторони споживача. Адже, чим відоміше підприємство, тим більша довіра до нього, що в свою чергу дозволяє збільшити кількість лояльних клієнтів.

Зазначена стратегія є доцільною для ТОВ «Козацька долина 2006». Це пояснюється, в першу чергу, тим, що для даного агроформування недоцільно принципово змінювати товарну політику, асортимент, — товарність майже за усіма видами продукції зростає з року в рік; висока рентабельність продажу свідчить про оптимально сформовані та добре налагоджені канали реалізації продукції. Об'яги реалізації продукції зростають, що вимагає пошуку виходів на нові ринки [4].

Як показує практика, досить часто простежується залежність між рівнем розвитку регіону та ефективністю функціонування агроформування. За цих умов

Таблиця 4

Перелік маркетингових заходів для досягнення зростання агроформувань залежно від обраної стратегії

Агроформування	Заходи для реалізації маркетингової стратегії
ТОВ «Оболонь Агро»	– активізація рекламної діяльності як стимулятор попиту (зовнішня реклама; друкована продукція, яку можна презентувати на виставках та ярмарках; створення власного сайту агроформування, що забезпечує зростання попиту на продукцію та зацікавленість споживача); – активна участь у ярмарках, виставках; – стимулювання збуту (лояльність до споживача: цінові знижки (наприклад, залежно від обсягів продукції); гарантування вигідніших умов поставок сільськогосподарської продукції, ніж конкуренти; тестування та надання зразків продукції).
СГК «Летава»	
СТЗОВ ВФ «Гуменецьке»	
СТОВ АФ «Нефедівське»	
ВК «Іскра-2007»	– маркетингові дослідження з метою виявлення попиту споживачів задля розширення меж ринку; – участь у ярмарках, виставках тощо; – рекламна діяльність щодо репозиціонування продукту (акцент на нових характеристиках товару) з метою розширення меж ринку; – укладання контрактів, угод з новими покупцями, що дозволить залучити нові сегменти ринку.
ТОВ «Козацька долина 2006»	
ТОВ «ім. Б. Хмельницького»	
ФГ «Подільська марка»	
СТОВ аграрна фірма «Нефедівське»	– маркетингові дослідження задля виявлення попиту споживачів з метою розширення асортименту, в тому числі методом опитування існуючих клієнтів, щоб виявити позиції, яких не вистачає в асортименті; – аналіз асортиментної політики конкурентів (наприклад, методом бенчмаркінгу або «таємного покупця»); – використання методу «таємного покупця» при відвідуванні агроформування конкурента задля виявлення сформованого попиту; – використання нових унікальних сортів продукції рослинництва (обов'язкове врахування природно-кліматичних умов та особливостей земельних угідь); – закупівля техніки та насіннєвого матеріалу для вирощування відносно нової сільськогосподарської продукції, якщо технологія її вирощування відрізняється від вже існуючої продукції в агроформуванні; – застосування інших мінеральних добрив та засобів захисту рослин, в залежності від специфіки вирощування нової продукції; – забезпечення переробки продукції тваринництва (побудова власних цехів, комбінатів); – оптимізація територіальної структури виробництва.
СТЗОВ ВФ «Гуменецьке»	
ВК «Іскра-2007»	
ПП «Авангард-агролюкс»	
СТЗОВ ВФ «Гуменецьке»	– стратегія проникнення на ринок, що реалізується через посилення комунікаційної активності, створення власного сайту агроформування, що забезпечує зростання попиту на продукцію та зацікавленість споживача); – горизонтальна інтеграція з малими аграрними формуваннями району у збутовий або маркетинговий кооператив (можливість об'єднання СТЗОВ ВФ «Гуменецьке» та СТОВ АФ «Нефедівське», ВК «Іскра-2007» у межах Кам'янець-Подільського району)
ПП «Авангард-агролюкс»	– переорієнтація виробництва з однієї галузі (рослинництво) на іншу (тваринництво), пошук нових цільових сегментів споживачів.

Джерело: сформовано автором

важливо просегментувавши ринок та, виявивши цільових клієнтів, налагодити додаткові канали реалізації. Адже, збільшення обсягів виробленої продукції не завжди забезпечує розширення меж ринку. Досить часто, не налагодивши нові канали збуту, збільшення обсягів виробництва с/г продукції призводить лише до падіння цін, що спричиняє недоотримання запланованого прибутку агроформуванням незважаючи на зростання обсягів виробництва.

Стратегія розвитку товару запропонована для ТОВ «ім. Б. Хмельницького» та ФГ «Подільська

марка». Зважаючи на специфіку аграрного ринку, варто зазначити, що маркетингова стратегія розвитку товару, зазвичай, може включати, по-перше, вирощування культури, яку раніше не вирощувало агроформування, але вирощували конкуренти; по-друге, модифікацію товару з використанням інноваційних сортів. Це пояснюється сформованим попитом на класичні для агроформувань України сільськогосподарські культури. Якщо на інших ринках, досить часто під стратегією розвитку товару розуміють розробку та виведення на ринок

нового, унікального товару, то в аграрному секторі абсолютно новий товар зустрічається рідко, хоча виведення нових сортів також має місце. Цим, як правило, займаються селекційно-дослідні станції, оскільки цей процес потребує особливих знань та значних фінансових ресурсів.

По ФГ «Подільська марка» спостерігається постійна негативна динаміка щодо обсягів реалізації продукції (крім ВРХ) [3], ціна реалізації зернових є однією з найнижчих серед досліджуваних підприємств [3–11], крім того в підприємства незбалансований товарний портфель (соняшник належить до групи «С»).

Щодо реалізації першого напрямку, рекомендовано ввести у товарний портфель агроформування сорго — площі під цю культуру становили 90 га у 2017 році. Ціна реалізації склала 3800 грн/т. А взагалі, урожайність сорго може бути 10 т/га, витрати на вирощування мінімальні, воно не примхливе, витримує усі погодні негаразди, краще, ніж соя.

Що стосується рекомендацій щодо підвищення ефективної маркетингової діяльності ТОВ «ім. Б. Хмельницького» в межах стратегії розвитку товару, варто зазначити, що дана стратегія, як правило має два напрямки реалізації. Що стосується модифікації вже існуючої продукції, то доцільно постійно вдосконалювати її якісні параметри з метою збільшення попиту на продукцію та зміцнення конкурентних позицій на ринку. Це стосується, насамперед, продукції, яка належить до групи «С» — соняшник та молоко для ФГ «Подільська марка», соняшник для ТОВ «ім. Б. Хмельницького», а також ріпак, що належить до групи «В» (табл. 1).

В результаті проведеного аналізу стратегія інтеграції обрана для СТЗОВ ВФ «Гуменецьке» та СТОВ аграрна фірма «Нефедівське» та може бути запропонована також для ВК «Іскра 2007». Потреба в інтегруванні пояснюється тим, що дані господарства (перші два) мають найменшу кількість працівників у штаті і не здатні забезпечити активне впровадження необхідних маркетингових заходів самостійно. Їх діяльність характеризується найнижчою прибутковістю з 1 га серед досліджуваних господарств [3–11]. Крім того, їх ринкові частки по реалізації зерна й насіння соняшнику мають тенденцію до зменшення протягом досліджуваного періоду [6–8]. Усе це дає підстави рекомендувати в якості стратегії зростання — стратегію горизонтальної інтеграції.

Стратегія горизонтальної інтеграції у поєднанні зі стратегією проникнення на ринок реалізується через посилення комунікаційної активності господарств, відбуватиметься шляхом створення маркетингового кооперативу з малими аграрними формуваннями району.

Стратегія елімінації з подальшим розвитком стратегії диверсифікації буде доречною для впровадження з метою досягнення економічного зростання ПП «Авангард-агролюкс». Стратегії елімінації для даного агроформування передбачає скорочення обсягів виробництва у галузі рослинництва.

Верифікацію краще здійснити за допомогою трьох інструментів: PEST-аналіз. Дозволяє виявити основні макроекономічні чинники, що впливають на досліджуваний ринок. Інструмент призначений для виявлення політичних (Political), економічних (Economic), соціальних (Social) і технологічних (Technological) аспектів зовнішнього середовища, які впливають на бізнес компанії. Політика вивчається тому, що вона впливає на владу, яка в свою чергу визначає середовище компанії і отримання ключових ресурсів для її діяльності. Основна причина вивчення економічних чинників — це створення картини розподілу ресурсів на рівні держави, яка є найважливішою умовою діяльності підприємства. Не менш важливі споживчі переваги визначаються за допомогою соціального компонента PEST-аналізу. Останнім чинником є технологічний компонент. Метою його дослідження прийнято вважати виявлення тенденцій у технологічному розвитку, які часто є причинами змін і втрат ринку, а також появи нових продуктів. Метод 1000х1000 дозволить оцінити сегменти ринку і ключові фактори успіху в галузі. Методика дозволить провести поділ сегментів ринку на привабливі і непривабливі за низкою критеріїв (поточний розмір ринку або сегмента, бажання покупців платити і т.д.) і вибрати найбільш цікаві для подальшої роботи.

SWOT-аналіз доцільно проводити на заключному етапі загального аналізу, він дозволяє з одного боку верифікувати гіпотези, отримані з попередніх досліджень, а з іншого — систематизувати результати досліджень і сформулювати передумови стратегічних альтернатив.

Висновки і перспективи подальших досліджень. За результатами проведеного дослідження доцільно розробити та реалізувати наступні маркетингові стратегії: глибокого проникнення на ринок — для ТОВ «Оболонь Агро», СГК «Летава», СТЗОВ ВФ «Гуменецьке», СТОВ аграрна фірма «Нефедівське» та ВК «Іскра-2007»; розвитку товару — для ФГ «Подільська марка» та ТОВ «ім. Б. Хмельницького»; розвитку ринку — для ТОВ «Козацька долина 2006»; стратегію інтеграції — для СТЗОВ ВФ «Гуменецьке», ТОВ «ім. Б. Хмельницького» та СТОВ аграрної фірми «Нефедівське»; стратегію елімінації (рослинництво) та диверсифікації — для ПП «Авангард-агролюкс».

Література

1. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия. М.: ИНФРА-М, 1999. — 804 с.
2. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. М.: Дело, 1992. — 702 с.
3. Статистична і фінансова звітність ФГ «Подільська марка» за 2012–2016 рр.
4. Статистична і фінансова звітність ТОВ «Козацька долина 2006» за 2012–2016 рр.
5. Статистична і фінансова звітність ТОВ «ім. Б. Хмельницького» за 2012–2016 рр.
6. Статистична і фінансова звітність Виробничий кооператив «Іскра-2007» за 2012–2016 рр.
7. Статистична і фінансова звітність СТОВ аграрна фірма «Нефедівське» за 2012–2016 рр.
8. Статистична і фінансова звітність СТЗОВ ВФ «Гуменецьке» за 2012–2016 рр.
9. Статистична і фінансова звітність ТОВ «Оболонь Агро» за 2012–2016 рр.
10. Статистична і фінансова звітність СГК «Летава» за 2012–2016 рр.
11. Статистична і фінансова звітність ПП «Авангард-агролюкс» за 2012–2016 рр.
12. Ларіна Я. С. Формування та механізм реалізації маркетингових стратегій в агропродовольчому під комплексі АПК: Монографія. К.: Преса України, 2008. — 344 с.
13. Портер, Майкл, Э. Конкуренция: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — 608 с.
14. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер Дом, 1999. — 416 с.

References

1. Assel G. Marketing: printsipy i strategiya. M.: INFRA-M, 1999. — 804 s.
2. Meskon M. Kh., Albert M., Khedouri F. Osnovy menedzhmenta: Per. s angl. M.: Delo, 1992. — 702 s.
3. Statystychna I finansova zvitnistj FGh «Podiljsjka marka» za 2012–2016 rr.
4. Statystychna I finansova zvitnistj TOV «Kozacjka dolyna 2006» za 2012–2016 rr.
5. Statystychna I finansova zvitnistj TOV «im. B. Khmeljnycjkogho» za 2012–2016 rr.
6. Statystychna I finansova zvitnistj Vyrobnychyj kooperatyv «Iskra-2007» za 2012–2016 rr.
7. Statystychna I finansova zvitnistj STOV aghrarna firma «Nefedivsijke» za 2012–2016 rr.
8. Statystychna I finansova zvitnistj StzOV VF «Ghumenecjke» za 2012–2016 rr.
9. Statystychna I finansova zvitnistj TOV «Obolonj Aghro» za 2012–2016 rr.
10. Statystychna I finansova zvitnistj SGhK «Letava» za 2012–2016 rr.
11. Statystychna I finansova zvitnistj PP «Avanghard-aghroljuks» za 2012–2016 rr.
12. Larina Ja.S. Formuvannja ta mekhanizm realizaciji marketynghovykh strategij v aghroprodovoljchomu pid kompleksi APK: Monoghrafija. K.: Presa Ukrajinj, 2008. — 344 s.
13. Porter, Maykl, E. Konkurenciya: Per. s angl. M.: Izdatelskiy dom «Vilyams», 2005. — 608 s.
14. Ansoff I. Novaya korporativnaya strategiya. SPb.: Piter Dom, 1999. — 416 s.

Петрушка Тетяна Олексіївна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»*

Петрушка Татьяна Алексеевна

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики предприятия и инвестиций
Национальный университет «Львовская политехника»*

Petrushka Tetyana

*PhD, Associate Professor of the
Department of Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University*

Ємельянов Олександр Юрійович

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»*

Емельянов Александр Юрьевич

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики предприятия и инвестиций
Национальный университет «Львовская политехника»*

Yemelyanov Olexandr

*PhD, Associate Professor of the
Department of Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University*

Симак Анастасія Валеріївна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»*

Сымак Анастасия Валерьевна

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики предприятия и инвестиций
Национальный университет «Львовская политехника»*

Symak Anastasiya

*PhD, Associate Professor of the
Department of Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4374

**ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ, ЯКІ СТРИМУЮТЬ ПРОЦЕС
РЕСУРСОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФАКТОРОВ, СДЕРЖИВАЮЩИХ ПРОЦЕСС
РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**DETERMINATION OF FACTORS THAT RESTRAIN THE PROCESS
OF RESOURCE-SAVING TECHNOLOGICAL CHANGES AT THE ENTERPRISES**

Анотація. Одним з найважливіших шляхів забезпечення конкурентоспроможності підприємств та підвищення економічної ефективності їх діяльності є здійснення ресурсозберігаючих технологічних змін. Такі зміни дають можливість зменшити поточні витрати окремих видів виробничих ресурсів, насамперед, матеріальних та трудових, на виготовлення одиниці певної продукції. Своєю чергою, скорочення питомих витрат ресурсів дає змогу зменшити собівартість продукції, що закономірно призводить до зростання фінансових результатів діяльності підприємств. Проте, не дивлячись на перелічені позитивні наслідки провадження ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах, масштаби такого провадження в Україні на теперішній час є невисокими. У зв'язку з цим виникає необхідність визначення чинників, які стримують процес ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах. У цій роботі було досліджено механізм ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах. Зокрема, визначено критерій доцільності таких змін. Здійснено групування видів ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах. Розглянуто та проаналізовано ефект технологічної інерційності. Побудовано систему чинників, які стримують процес ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах. Показано, що ця система має багаторівневу структуру. Здійснено групування чинників, які стримують процес ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах. Зокрема, показано важливість врахування недовлатності обсягів наявних ресурсів і компетенцій власників та менеджерів підприємств для розроблення та впровадження програм технічного переозброєння цих підприємств. Також виділено таку групу чинників як очікування власників та менеджерів підприємств стосовно майбутніх змін у зовнішньому середовищі. Ці очікування стосуються зокрема зміни цін на ресурси, витрати яких зменшуються внаслідок впровадження нових технологій, а також появи у майбутньому більш ефективних технологічних процесів. Показано важливість застосування інструментів державного регулювання економіки з метою стимулювання ресурсозберігаючих технологічних змін.

Ключові слова: ресурсозберігаюча технологічна зміна, підприємство, критерій, ресурси, очікування.

Аннотация. Одним из наиболее важных способов обеспечения конкурентоспособности предприятий и повышения экономической эффективности их деятельности является осуществление ресурсосберегающих технологических изменений. Такие изменения дают возможность уменьшить текущие расходы отдельных видов производственных ресурсов, в первую очередь, материальных и трудовых, на изготовление единицы определенной продукции. В свою очередь, сокращение удельных расходов ресурсов дает возможность уменьшить себестоимость продукции, что закономерно приводит к росту финансовых результатов деятельности предприятий. Вместе с тем, не смотря на перечисленные позитивные последствия осуществления ресурсосберегающих технологических изменений на предприятиях, масштабы такого осуществления в Украине на данное время являются невысокими. В связи с этим возникает необходимость определения факторов, сдерживающих процесс ресурсосберегающих технологических изменений на предприятиях. В этой работе был исследован механизм ресурсосберегающих технологических изменений на предприятиях. В частности, определен критерий целесообразности таких изменений. Осуществлена группировка видов ресурсосберегающих технологических изменений на предприятиях. Рассмотрен и проанализирован эффект технологической инерционности. Систематизированы факторы, сдерживающие процесс ресурсосберегающих технологических изменений на предприятиях. Показано, что эта система имеет многоуровневую структуру. Осуществлена группировка факторов, которые сдерживают процесс ресурсосберегающих технологических изменений на предприятиях. В частности, показана значимость учета недовлатности объемов наличных ресурсов и компетенций собственников и менеджеров предприятий для разработки и внедрения программ технического перевооружения этих предприятий. Также выделена группа таких факторов как ожидания собственников и менеджеров предприятий будущих изменений во внешней среде. Эти ожидания касаются в частности изменения цен на ресурсы, расходы на которые уменьшаются вследствие внедрения новых технологий, а также появления в будущем более эффективных технологических процессов. Показана важность использования инструментов государственного регулирования экономики с целью стимулирования ресурсосберегающих технологических изменений.

Ключевые слова: ресурсосберегающее технологическое изменение, предприятие, критерий, ресурсы, ожидание.

Summary. The implementation of resource-saving technological changes is one of the most important ways to ensure the competitiveness of enterprises and to increase the economic efficiency of their activities. Such changes make it possible to reduce the current costs of certain types of production resources (first of all material and labor resources) for the units of certain products. In its turn, the reduction of the specific resources consumption allows to reduce the cost of production, which naturally leads to an increase in financial results of enterprises. However, despite the listed positive consequences of implementing resource-saving technological changes in enterprises, the scale of such implementations is currently small in Ukraine. In connection with this, it is necessary to determine the factors that restrain the process of resource-saving technological changes at the enterprises. In this work the mechanism of resource-saving technological changes at enterprises is investigated and the criterion of expediency of such changes is determined. The grouping of types of resource-saving technological changes at the en-

terprises is realized. The effect of technological inertia is considered and analyzed by authors. A system of factors that restrain the process of resource-saving technological changes at enterprises is constructed. Authors also showed that this system has a multilevel structure. The grouping of factors that restrain the process of resource-saving technological changes in enterprises is carried out. In particular, the importance of taking into account the insufficient volume of available resources and competencies of owners and managers of enterprises for the development and implementation of programs for the technical re-equipment of these enterprises is defined. Authors also identified an important group of factors – the expectations of owners and managers of enterprises regarding future changes in the external environment. These expectations relate in particular to changes in the prices of resources, the costs of which are reduced as a result of the implementation of new technologies and the emergence of more effective technological processes in the future. It is shown the importance of using state regulation instruments in order to stimulate resource-saving technological changes.

Key words: resource-saving technological change, enterprise, criterion, resources, expectations.

Постановка проблеми. Одним з головних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств та зростання економічної ефективності їх господарської діяльності є заміна наявних технологічних процесів на нові ресурсозберігаючі технології, тобто здійснення ресурсозберігаючих технологічних змін. Такі зміни дають можливість скоротити поточні витрати окремих видів виробничих ресурсів, насамперед, матеріальних та трудових, на виготовлення одиниці певної продукції. Своєю чергою, скорочення питомих витрат ресурсів дає змогу зменшити собівартість продукції, що закономірно призводить до зростання фінансових результатів діяльності підприємств. Проте, не дивлячись на перелічені позитивні наслідки провадження ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах, масштаби такого провадження в Україні на теперішній час є невисокими. Для прикладу, протягом 2013–2016 років у промисловості України впроваджувалося лише біля 450–500 ресурсозберігаючих технологічних процесів у рік [1]. У зв'язку з цим постає необхідність визначення та систематизації чинників, які стримують процес ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання дослідження закономірностей процесу ресурсозбереження на підприємствах знаходиться у центрі уваги багатьох науковців. Зокрема, розгляд особливостей формування потенціалу ресурсозбереження на підприємствах було здійснено у працях таких науковців, як І. С. Баландіна [2], В. Є. Бурда [3], Х. Рог [4], Я. Р. Ярема [5] та ін. Також значний обсяг наукових досліджень було проведено стосовно питань, пов'язаних із вивченням технологічних змін, що відбуваються в економіці. У зв'язку з цим слід відмітити праці таких дослідників, як І. В. Владленова [6], О. Ю. Ємельянов [7], Х. Каліскан [8], В. В. Козик [9], М. Піва [10], О. Л. Політанська [11], Ю. І. Стадницький [12] та ін. Проте, питання визна-

чення чинників, які стримують процес ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах, на теперішній час не є повністю вирішеним. Зокрема, існує потреба у систематизації та групуванні цих чинників та виділення найбільш значущих з них.

Постановка завдання. Метою статті є визначення чинників, які стримують процес ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах. Досягнення поставленої мети потребує вирішення таких завдань: здійснити групування видів ресурсозберігаючих технологічних змін та встановити аналітичний вираз критерію доцільності провадження цих змін на підприємствах; дослідити ефект технологічної інерційності та розробити індикатор оцінювання міри такої інерційності; систематизувати чинники, які впливають на масштаби ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Головною ознакою ресурсозберігаючої технологічної зміни є скорочення фізичних витрат певного виду виробничих ресурсів у розрахунку на одиницю продукції. При цьому можна виділити досить значну кількість різних видів ресурсозберігаючих технологічних змін. Зокрема, їх можна класифікувати за такими ознаками: за видами ресурсів, економія яких передбачається (матеріалозберігаючі, енергозберігаючі, працезберігаючі, капіталозберігаючі); за кількістю ресурсів, економія яких передбачається (зміни, що передбачають зменшення питомих витрат лише одного виду ресурсів; зміни, що передбачають зменшення питомих витрат декількох видів ресурсів); за способом економії ресурсів (зміни, внаслідок яких зменшуються питомі витрати певного виду ресурсів або декількох видів ресурсів, а питомі витрати усіх інших видів ресурсів не змінюються; зміни, внаслідок яких зменшуються питомі витрати певного виду ресурсів або декількох видів ресурсів, а питомі витрати одного або декількох інших видів ресурсів зростають); за впливом на натуральні обсяги виготовлення продукції (зміни, внаслідок яких натуральні

обсяги виробництва продукції залишаються на попередньому рівні; зміни, що обумовлюють зміну натуральних обсягів виробництва продукції); за способом здійснення змін (зміни, що відбуваються без виведення з експлуатації наявного устаткування; зміни, що супроводжуються виведенням з експлуатації наявного устаткування).

У подальшому розглядатимуться ті ресурсозберігаючі технологічні зміни, провадження яких потребує виведення з експлуатації частини наявних у підприємств основних засобів. Очевидно, що для того, щоб власники старої технології були вимушені (або, принаймні, зацікавлені) здійснити дострокову заміну своїх основних засобів, нова технологія виготовлення продукції повинна характеризуватися суттєво кращими техніко-економічними параметрами її експлуатації. У зв'язку з цим доцільно ввести поняття технологічної інерційності, тобто явища, що характеризує складність досягнення умов, за яких існуюча технологія виготовлення продукції буде витісненою новою ресурсозберігаючою технологією її виробництва.

В якості індикатора технологічної інерційності доцільно застосувати показник частки поточної ціни одиниці продукції, що виготовляється за допомогою існуючої технології її виробництва, який відповідає такій умові: якщо внаслідок появи нової більш прогресивної технології ціна продукції зменшиться у розмірі, що перевищує цю частку, то власники старої технології будуть вимушені припинити її експлуатацію. За такого трактування сутності показника технологічної інерційності для його визначення може бути використано таку формулу:

$$P_{Ti} = \frac{u_n - c_a}{u_n}, \quad (1)$$

де P_{Ti} — рівень інерційності існуючої технології виготовлення продукції; u_n — поточна ціна одиниці продукції, що виготовляється за допомогою даної технології; c_a — собівартість (без урахування амортизаційних відрахувань) одиниці продукції, що виготовляється за допомогою даної технології.

Показник (1) базується на загальновідомому правилі, згідно якого продовження експлуатації старої техніки приносить економічний зиск доти, доки різниця між ціною продукції та собівартістю її одиниці (без урахування амортизаційних відрахувань) є додатною. Показник (1) можна подати також у такому більш розгорнутому вигляді:

$$P_{Ti} = \frac{n + a + c_a - c_a}{n + a + c_a} = \frac{n + a}{n + a + c_a} = \frac{\frac{n}{a + c_a} + \frac{a}{a + c_a}}{\frac{n}{a + c_a} + 1} = \frac{\frac{n}{c} + \frac{a}{c}}{\frac{n}{c} + 1}, \quad (2)$$

де n — прибуток з одиниці продукції, що виготовляється за допомогою існуючої технології; a — амортизаційні відрахування у розрахунку на одиницю даної продукції; c — повна собівартість одиниці даної продукції ($c = c_a + a$).

Таким чином, отримуємо таку остаточну формулу для визначення рівня інерційності існуючої технології виготовлення продукції:

$$P_{Ti} = \frac{\Pi_p + \Psi_a}{\Pi_p + 1}, \quad (3)$$

де Π_p — рівень прибутковості продукції, що виготовляється за допомогою існуючої технології її виробництва; Ψ_a — частка амортизаційних відрахувань у структурі повної собівартості одиниці продукції, що виготовляється за допомогою існуючої технології.

Отже, чим більшим є значення показника P_{Ti} , тим більший запас міцності має існуюча технологія виготовлення продукції. Інакше кажучи, чим більшим є значення показника технологічної інерційності, тим стійкішою є дана технологія до можливого зменшення цін на продукцію, тим важче буде новій більш прогресивній технології витіснити дану (існуючу на теперішній час) технологію виготовлення продукції.

З урахуванням викладеного вище правила, загальний вигляд критерію доцільності заміни існуючої технології виготовлення продукції на нову ресурсозберігаючу технологію її виробництва можна подати у вигляді такої нерівності:

$$\Delta\Pi - A - B_i - I \cdot H_i > 0, \quad (4)$$

де $\Delta\Pi$ — приріст річного операційного прибутку підприємства внаслідок економії витрат на придбання певного виду виробничих ресурсів (матеріальних, енергетичних або трудових); A — річна величина амортизаційних відрахувань за тими основними засобами, які виводяться з експлуатації внаслідок здійснення заміни технології; B_i — річна величина додаткових витрат підприємства, пов'язаних із впровадженням ресурсозберігаючої технології, насамперед, витрат на експлуатацію устаткування за цією технологією; I — потрібні інвестиції у здійснення технологічної зміни; H_i — норма прибутковості інвестицій у частках одиниці.

У розрахунку на одиницю продукції критерій доцільності заміни існуючої технології виготовлення продукції на ресурсозберігаючу технологію її виробництва можна представити таким чином:

$$u_p \cdot (H_0 - H_1) - a - v_i - i \cdot H_i > 0, \quad (5)$$

де u_p — ціна одиниці того виду виробничих ресурсів, зменшення питомих витрат якого передбачається досягти внаслідок впровадження ресурсозберігаючої технології; H_0 , H_1 — норма витрат

цього виду ресурсів на одиницю продукції відповідно за існуючою та за ресурсозберігаючою технологіями; a — величина амортизаційних відрахувань на одиницю продукції за тими основними засобами, які виводяться з експлуатації внаслідок здійснення заміни технологій; e_i — питома величина додаткових витрат підприємства, пов'язаних із впровадженням ресурсозберігаючої технології; i — потрібні інвестиції у здійснення технологічної зміни у розрахунку на одиницю продукції.

Вираз (5) можна перетворити на такий:

$$\frac{u_p \cdot (H_0 - H_1) - a - e_i}{i} > H_i, \quad (6)$$

або

$$\frac{u_p \cdot H_0 \cdot (H_0 - H_1) / H_0 - a - e_i}{i_0 \cdot \beta} = (u_p \cdot \kappa_1 \cdot \kappa_2 - \kappa_3 - \kappa_4) / \beta > H_i, \quad (7)$$

де i_0 — первісна вартість тих основних засобів підприємства, які виводяться з експлуатації внаслідок здійснення технологічної зміни, у розрахунку на одиницю продукції; β — співвідношення між величиною інвестицій у впровадження ресурсозберігаючої технології та первісною вартістю тих основних засобів підприємства, які виводяться з експлуатації внаслідок здійснення технологічної зміни ($\beta = i / i_0$); κ_1 — відношення фізичних витрат певного виробничого ресурсу до первісної вартості тих основних засобів підприємства, які виводяться з експлуатації внаслідок здійснення технологічної зміни ($\kappa_1 = H_0 / i_0$); κ_2 — відношення зменшення фізичних витрат певного виробничого ресурсу внаслідок здійснення технологічної зміни ($\kappa_2 = (H_0 - H_1) / H_0$); κ_3 — відношення амортизаційних відрахувань за тими основними засобами, які виводяться з експлуатації внаслідок здійснення заміни технологій, до первісної вартості цих основних засобів ($\kappa_3 = a / i_0$); κ_4 — відношення додаткових витрат підприємства, пов'язаних із впровадженням ресурсозберігаючої технології, до первісної вартості тих основних засобів підприємства, які виводяться з експлуатації внаслідок здійснення технологічної зміни ($\kappa_4 = e_i / i_0$).

Слід відзначити, що, як випливає з виразу (7), зростання цін на виробничі ресурси має обмежені можливості щодо стимулювання технологічних змін, спрямованих на економію цих ресурсів. Дійсно, у випадку, коли нерівність (7) не виконується, а значення показника κ_1 є низьким, навіть суттєве зростання u_p залишить умову (7) не виконаною. При цьому, очевидно, збільшення цін на ресурси має певну межу, за якої виготовлення продукції перестане бути рентабельним.

Таким чином, існує сукупність показників u_p , β , κ_1 , κ_2 , κ_3 , κ_4 , H_i , які характеризують відповідні чинники, що справляють вплив на ефективність інвестування у провадження ресурсозберігаючих технологічних змін. При цьому серед цих чинників лише два, а саме — κ_1 та κ_3 відносяться виключно до внутрішнього середовища підприємства.

Проте, слід відзначити, що чинники, які впливають на ресурсозберігаючі технологічні зміни, не вичерпуються лише переліченими вище показниками. Зокрема, слід відзначити чинники наявності у власників та менеджерів підприємства необхідних ресурсів та компетенцій для ухвалення та реалізації управлінських рішень стосовно здійснення ресурсозберігаючих технологічних змін. Зрештою, важливе значення також мають такі чинники як очікування власників та менеджерів підприємств стосовно майбутніх змін у зовнішньому середовищі.

З урахуванням викладеного вище можливо систематизувати чинники, які стримують процес ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах, шляхом поділу цих чинників за рівнями їх впливу:

- 1) чинники першого рівня. Ці чинники належать виключно до внутрішнього середовища підприємства. До цих чинників, зокрема, відноситься недостатньо високе відношення фізичних витрат певного виробничого ресурсу до первісної вартості тих основних засобів підприємства, які виводяться з експлуатації внаслідок здійснення технологічної зміни. Другим чинником цієї їх групи є високе значення відношення амортизаційних відрахувань за тими основними засобами, які виводяться з експлуатації внаслідок здійснення заміни технологій, до первісної вартості цих основних засобів;
- 2) чинники другого рівня. Значення показників, які характеризують ці чинники значною мірою залежать від наявного стану та тенденцій змін у зовнішньому середовищі підприємства. До цих чинників слід віднести такі: недостатньо високий рівень цін на ті види виробничих ресурсів, зменшення питомих витрат яких передбачається досягти внаслідок впровадження ресурсозберігаючої технології; недостатньо велике відношення зменшення фізичних витрат певного виробничого ресурсу внаслідок здійснення технологічної зміни; значний рівень відношення додаткових витрат підприємства, пов'язаних із впровадженням ресурсозберігаючої технології, до первісної вартості тих основних засобів підприємства, які виводяться з експлуатації внаслідок здійснення технологічної зміни; велике значення норми прибутковості інвестицій. До цієї групи чинників слід

також віднести недосконалі умови оподаткування діяльності підприємств;

- 3) чинники третього рівня. До них належать чинники недостатності обсягів наявних ресурсів і компетенцій власників та менеджерів підприємств для розроблення та впровадження програм технічного переозброєння цих підприємств. Зокрема, до цих чинників належать: недостатність обсягів наявних у підприємства інвестиційних ресурсів; недостатність обсягів наявних у підприємства інших видів ресурсів; складність залучення необхідних обсягів ресурсів; відсутність у власників та менеджерів підприємств необхідних знань та навичок у сфері економіки інноваційної діяльності та інноваційного менеджменту;
- 4) чинники четвертого рівня. Ці чинники являють собою очікування власників та менеджерів підприємств стосовно майбутніх змін у зовнішньому середовищі. Зокрема, слід виділити очікування зниження у майбутньому цін на ті види виробничих ресурсів, зменшення питомих витрат яких передбачається досягти внаслідок впровадження ресурсозберігаючої технології. Також гальмувати процес ресурсозберігаючих технологічних змін може очікування появи у майбутньому більш ефективних технологічних процесів.

Врахування очікування появи у майбутньому більш ефективних технологічних процесів потребує розрахунку показників чистої теперішньої вартості альтернативних проектів впровадження ресурсозберігаючих технологічних змін. При цьому слід розглядати принаймні два таких проекти, а саме: здійснення певного варіанту технологічних змін у теперішній момент часу або здійснення через деякий проміжок часу більш ефективного варіанту цих змін. Зрозуміло, що при цьому важливе значення має належна точність техніко-економічного прогнозування.

Слід відзначити, що наведений вище критерій доцільності провадження ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах, що відобража-

ється нерівністю (7), не враховує у явному вигляді особливості умов оподаткування прибутку підприємств. Разом з тим, надання податкових пільг тим підприємствам, які впроваджують ресурсозберігаючі технології, за інших незмінних умов зменшує норму прибутковості інвестицій. Це робить впровадження ресурсозберігаючих технологій більш привабливим для інвесторів. Іншим способом зменшення норми прибутковості інвестицій, який теж значною мірою є підвладним заходам державної економічної політики, є зниження ставок процентів за банківськими кредитами. Стосовно стимулювання державою ресурсозберігаючих технологічних змін шляхом збільшення цін на енергетичні ресурси, то, як впливає з викладеного вище, можливості такого способу стимулювання є обмеженими.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Отримані результати проведеного дослідження дають змогу поглибити розуміння закономірностей перебігу ресурсозберігаючих технологічних змін, що відбуваються в економіці. Зокрема, було встановлено, що чинники, які стримують процес ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах, утворюють певну систему, яка має багаторівневу структуру. При цьому слід виділяти внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на масштаби ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах. Серед іншого, слід виокремлювати таку групу чинників як очікування власників та менеджерів підприємств стосовно майбутніх змін у зовнішньому середовищі. Ці очікування стосуються, зокрема, зміни цін на ресурси, витрати яких зменшуються внаслідок впровадження нових технологій, а також появи у майбутньому більш ефективних технологічних процесів. Зрештою, серед чинників, які стримують процес ресурсозберігаючих технологічних змін на підприємствах, важливе місце посідають ті, які можуть регулюватися інструментами державної економічної політики. Подальші дослідження у даному напрямі потребують, насамперед, більш ретельного врахування останньої з перелічених груп чинників.

Література

1. Діяльність суб'єктів господарювання. Статистичний збірник [Електронний ресурс]. — Київ, 2016. — Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ9_u.htm.
2. Баландіна І. С. Принципи формування потенціалу ресурсозбереження на підприємствах у сучасних умовах / І. С. Баландіна // БізнесІнформ. — 2011. — № 11. — С. 141–143.
3. Бурда В. Є. Потенціал енергозбереження та напрями використання альтернативних джерел енергії у промисловості / В. Є. Бурда // Економічний часопис – XXI. — № 1–2(1). — 2013. — С. 45–48. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://soskin.info/ea/2013/1-2/201313.html>.

4. Rohn H. Resource efficiency potential of selected technologies, products and strategies / H. Rohn, N. Pastewski, M. Lettenmeier, K. Wiesen, K. Bienge // *Science of The Total Environment*. — 2014. — Vol. 473–474. — P. 32–35. DOI: 10.1016/j.scitotenv.2013.11.024.
5. Ярема Я. Р. Потенціал ресурсозбереження: теоретичні аспекти та практичне застосування / Я. Р. Ярема, Ю. О. Свинороєв // *Культура народів Причорномор'я*. — 2011. — № 214. — С. 85–87.
6. Владленова І. В. Сучасні технології: виклики та ризики / І. В. Владленова // *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. Темат. вип.:* Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. Харків: НТУ «ХПІ». — 2014. — № 63 (1105). — С. 93–99.
7. Yemelyanov O. Assessment of the technological changes impact on the sustainability of state security system of Ukraine / O. Yemelyanov, A. Symak, T. Petrushka, R. Lesyk, L. Lesyk // *Sustainability* 2018, 10 (4), 1186. DOI: <https://doi.org/10.3390/su10041186>.
8. Caliscan H. K. Technological change and economic growth / H. K. Caliscan // *Procedia Soc. Behav. Sci.* — 2015. — Vol. 195. — P. 649–654. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.06.174.
9. Козик В. В. Обґрунтування економічної доцільності впровадження ресурсозберігаючих технологій як чинника економічного розвитку підприємств / В. В. Козик, Т. О. Петрушка, О. Ю. Ємельянов // *Науковий вісник Національного гірничого університету*. — 2013. — № 4. — С. 134–140.
10. Piva M. Technological change and employment: is Europe ready for the challenge / M. Piva, M. Vivarelli // *Eurasian. Bus. Rev.* — 2018. — Vol. 8(1). — P. 13–32. DOI: 10.1007/s40821-017-0100-x.
11. Політанська О. Л. Вплив технологічності інноваційної продукції машино- та приладобудування на економічну ефективність її виробництва / О. Л. Політанська // *Актуальні проблеми економіки*. — 2009. — № 3 (69). — С. 105–113.
12. Стадницький Ю. І. Просторові аспекти конкуренції технологій: монографія. / Ю. І. Стадницький, О. Е. Товкан, Л. М. Коваль, А. В. Симак. — Хмельницький: ХНУ, 2009. — 95 с.

References

1. Diialnist subiektiv hospodariuvannia (2016). Statystychnyi zbirnyk, Kyiv. Available online: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ9_u.htm (accessed 10 November 2018).
2. Balandina, I. S. (2011). Pryntsypy formuvannia potentsialu resursozberezhennia na pidpriemstvakh u suchasnykh umovakh. *BiznesInform*, 11, 141–143.
3. Burda, V. I. (2013). Potentsial enerhozberezhennia ta napriamy vykorystannia alternatyvnykh dzherel enerhii u promyslovosti. *Ekonomichnyi chasopys-KhKhI*, 1–2(1), 45–48. Available online: <http://soskin.info/ea/2013/1-2/201313.html> (accessed 10 November 2018).
4. Rohn, H.; Pastewski, N.; Lettenmeier, M.; Wiesen, K.; Bienge, K. (2014). Resource efficiency potential of selected technologies, products and strategies. *Science of The Total Environment*, 473–474, 32–35. DOI: 10.1016/j.scitotenv.2013.11.024.
5. Yarema, Ya. R.; Svinoroiev, Yu. O. (2011). Potentsial resursozberezhennia: teoretychni aspekty ta praktychne zastosuvannia. *Kultura narodov Prychornomoria*, 214, 85–87.
6. Vladlenova, I. V. (2014). Suchasni tekhnolohii: vyklyky ta ryzyky. *Visnyk Nats. tekhn. un-tu «KhPI»: zb. nauk. pr. Temat. vyp.:* Aktualni problemy rozvytku ukrainskoho suspilstva, Kharkiv, NTU «KhPI», 63 (1105), 93–99.
7. Yemelyanov, O.; Symak, A.; Petrushka, T.; Lesyk, R.; Lesyk, L. (2018). Assessment of the technological changes impact on the sustainability of state security system of Ukrain. *Sustainability*, 10 (4), 1186. DOI: <https://doi.org/10.3390/su10041186>.
8. Caliscan, H. K. (2015). Technological change and economic growth. *Procedia Soc. Behav. Sci.*, 195, 649–654. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.06.174.
9. Kozyk, V. V.; Petrushka, T. O.; Yemelyanov, O. Iu. (2013). Obgruntuvannia ekonomichnoi dotsilnosti vprovadzhennia resursozberihaiuchykh tekhnolohii yak chynnyka ekonomichnoho rozvytku pidpriemstv, *Naukovyi visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu*, 4, 134–140.
10. Piva, M.; Vivarelli, M. (2018). Technological change and employment: is Europe ready for the challenge. *Eurasian. Bus. Rev.*, 8(1), 13–32. DOI: 10.1007/s40821-017-0100-x.
11. Politanska, O. L. (2009). Vplyv tekhnolohichnosti innovatsiinoi produktsii mashyno- ta pryladobuduvannia na ekonomichnu efektyvnist yii vyrobnytstva // *Aktualni problemy ekonomiky*, 3 (69), 105–113.
12. Stadnytskyi, Yu. I.; Tovkan, O. E.; Koval, L. M.; Symak, A. V. (2009). *Prostorovi aspekty konkurentsii tekhnolohii: [monografiya]*, Khmelnytskyi, KhNU, 95 s.

Піскун Донатас Натанович
здобувач
Хмельницького національного університету
Пискун Донатас Натанович
соискатель
Хмельницкого национального университета
Piskun Donatas
Getter of the
Khmelnitsky National University

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4525

**ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ
ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

**ДЕТЕРМИНАНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ
ЕВРОИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ**

**DETERMINANTS FORMING COMPETITIVE ADVANTAGES
OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES IN THE CONDITIONS
OF IMPROVEMENT OF EURO-INTEGRATION PROCESSES**

Анотація. У статті автор проводить аналіз теоретико-методичних підходів науковців до дефініції поняття конкурентної переваги підприємства. Визначено, що посилення конкурентної боротьби на ринку у більшості випадків призводить до необхідності забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств. Під впливом різноманітності джерел формування конкурентних переваг, серед науковців існують різні підходи щодо сутності даної категорії, зокрема такі як: ресурсно-витратний, адаптивно-інноваційний, якісний підхід та ціннісно-компетентісний підхід. Охарактеризовано види конкурентних переваг, відповідно до класифікаційних ознак. З метою прийняття сукупності альтернативних управлінських рішень в системі управління конкурентоспроможністю підприємства, менеджерам варто деталізовано оцінювати усі внутрішні та зовнішні джерела формування конкурентних переваг. Визначено елементи внутрішніх та зовнішніх конкурентних переваг господарюючого суб'єкта. Для формування конкурентних переваг машинобудівного підприємства за умови адаптації до зовнішнього середовища, важливим є формування та коригування, за необхідності, обраної господарюючим суб'єктом конкурентної стратегії. Наведено порядок проведення оцінювання формування конкурентних переваг машинобудівного підприємства під впливом активізації інтеграційних процесів. Розкрито групи показників, що визначають конкурентні переваги виробів, які реалізуються підприємством. Доведено, що рівень результативності системи управління конкурентоспроможністю підприємства можна визначити шляхом проведення оцінювання формування конкурентних переваг, що надасть можливість менеджерам підприємства виявити проблематичні аспекти функціонування та прийняти коригуючі заходи із їх усунення. Зміни структурно-організаційного характеру у фінансово-господарській діяльності машинобудівних підприємств, а саме побудова ефективної системи управління конкурентоздатністю, призведуть до активізації процесів формування конкурентних переваг.

Ключові слова: машинобудівні підприємства, конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта, конкурентні переваги, євроінтеграційні процеси, фактори забезпечення конкурентоспроможності.

Аннотация. В статье автор проводит анализ теоретико-методических подходов ученых к дефиниции понятия конкурентного преимущества предприятия. Определено, что усиление конкурентной борьбы на рынке в большинстве случаев приводит к необходимости обеспечения конкурентоспособности отечественных промышленных предприятий. Под влиянием разнообразия источников формирования конкурентных преимуществ, среди ученых существуют разные подходы к сущности данной категории, в том числе такие как: ресурсно-затратный, адаптивно-инновационный, качественный подход и ценностно-компетентностный подход. Охарактеризованы виды конкурентных преимуществ, в соответствии классификационных признаков. С целью принятия совокупности альтернативных управленческих решений в системе управления конкурентоспособностью предприятия, менеджерам стоит детализировано оценивать все внутренние и внешние источники формирования конкурентных преимуществ. Определены элементы внутренних и внешних конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта. Для формирования конкурентных преимуществ машиностроительного предприятия при условии адаптации к внешней среде, важным является формирование и корректировка, при необходимости, выбранной хозяйствующим субъектом конкурентной стратегии. Приведен порядок проведения оценки формирования конкурентных преимуществ машиностроительного предприятия под влиянием активизации интеграционных процессов. Раскрыто группы показателей, определяющих конкурентные преимущества изделий, которые реализуются предприятием. Доказано, что уровень результативности системы управления конкурентоспособностью предприятия можно определить путем проведения оценки формирования конкурентных преимуществ, что позволит менеджерам предприятия выявить проблематичные аспекты функционирования и принять корректирующие меры по их устранению. Изменения структурно-организационного характера в финансово-хозяйственной деятельности машиностроительных предприятий, а именно построение эффективной системы управления конкурентоспособностью, приведут к активизации процессов формирования конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: машиностроительные предприятия, конкурентоспособность хозяйствующего субъекта, конкурентные преимущества, евроинтеграционные процессы, факторы обеспечения конкурентоспособности.

Summary. In the article the author conducts an analysis of theoretical and methodological approaches of scientists to the definition of the concept of competitive advantage of the enterprise. It has been determined that increasing competition in the market in most cases leads to the need to ensure the competitiveness of domestic industrial enterprises. Under the influence of a variety of sources of competitive advantage, there are different approaches to the essence of this category among scholars, including such as: resource-cost, adaptive-innovative, qualitative approach and value-competence approach. Characterized by the types of competitive advantages, in accordance with the classification criteria. For the purpose of taking a set of alternative management decisions in the system of competitiveness management of the enterprise, managers should evaluate in detail all the internal and external sources of the formation of competitive advantages. The elements of internal and external competitive advantages of the economic entity are determined. To form the competitive advantages of a machine-building enterprise under conditions of adaptation to the external environment, it is important to form and correct, if necessary, the chosen economic entity of the competitive strategy. The order of evaluation of formation of competitive advantages of the machine-building enterprise under the influence of activation of integration processes is given. The groups of indicators, which determine the competitive advantages of products, which are realized by the enterprise, are disclosed. It is proved that the level of performance of the enterprise competitiveness management system can be determined by evaluating the formation of competitive advantages, which will allow the managers of the enterprise to identify the problematic aspects of functioning and to take corrective measures to eliminate them. Changes in the structural and organizational character of the financial and economic activities of machine building enterprises, namely the construction of an effective system for managing competitiveness, will lead to the intensification of the processes of forming competitive advantages.

Key words: machine-building enterprises, competitiveness of the economic entity, competitive advantages, European integration processes, factors of competitiveness.

Постановка проблеми. Фінансово-господарська діяльність вітчизняних підприємств машинобудівної галузі вимагає постійного аналізу та оцінювання рівня конкурентоздатності підприємства та управління конкурентоспроможністю продукції. Особливо актуальні дані питання є за умов потреби підвищення ефективності ведення міжнародної діяльності за умови посилення євро-

інтеграційних процесів та членства в СОТ. Конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта визначається рівнем ефективності використання ресурсно-фінансового забезпечення, тобто його конкурентних переваг. Для покращення функціонування системи управління конкурентоспроможністю на машинобудівному підприємстві необхідним є узагальнення, деталізований розгляд усіх

без винятку факторів впливу на ведення фінансово-господарської діяльності з метою прийняття ефективних управлінських рішень, цілеспрямованих на забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності продукції з метою посилення співпраці з країнами бізнес-партнерами на зовнішньому ринку та збільшення обсягів реалізації продукції внутрішньому споживачеві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Виходячи із швидкоплинних змін умов конкурентного середовища підприємств машинобудівної галузі, потреби формування конкурентних переваг та побудови на підприємстві системи управління конкурентоспроможністю, чимало, як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, досліджували дані питання, зокрема, серед них: Безсмертний С. Ю. [5], Бельтюков Є. А. [6], Васильців Т. Г. [10], Весельська К. А. [2], Жевега В. П. [9], Квятковська Л. А. [1], Левицька А. О. [3], Лупак Р. Л. [10], Маслак О. І. [1], Некрасова Л. А. [6], Соколюк Г. О. [8], Череп О. Г. [7], Шаповалова І. В. [4], Фіщук Б. П. [9] та ін. Від ефективності діяльності машинобудівних підприємств залежить рівень розвитку економіки країни в цілому, тому питання підвищення їх конкурентоспроможності були та залишаються актуальною проблематикою досліджень науковців.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження найвагоміших чинників зростання конкурентних переваг підприємств машинобудівної галузі із виокремленням ряду необхідних організаційних змін в системі управління підприємством за сучасних умов функціонування.

Виклад основного матеріалу. Посилення конкурентної боротьби завжди спричинює підвищення актуальності забезпечення конкурентоспроможності підприємства, формування стійких конкурентних переваг. Конкурентні переваги в значній мірі відповідають стратегічним завданням розвитку потенціалу підприємства. Ґрунтуючись на засадах адаптації до навколишнього середовища та забезпеченні ефективності господарювання, що є сутністю завдань оперативного та тактичного рівня управління конкурентоспроможністю, конкурентні переваги, разом з тим, є визначальними під час оцінки потенціалу підприємства та вибору типу конкурентної стратегії.

Основним чинником ефективного розвитку підприємств в умовах ринкової економіки є удосконалення і використання дієвих організаційно-економічних важелів управління конкурентоспроможністю, що виступає запорукою виживання та сталого ефективного функціонування, досягнення підприємством поставленої мети [1].

Автор К. А. Весельська наголошує, що у сучасних економічних системах підходи до забезпечен-

ня конкурентоспроможності переважно пов'язані, з тенденціями злиття, створення альянсів, стратегічного партнерства, спільної роботи і національної глобалізації діяльності. У спільних машинобудівних підприємств є значний інноваційно-інвестиційний потенціал й особливо сприятливі умови для розробки і впровадження різноманітних нововведень. На спільних підприємствах простіше, ніж на окремому підприємстві, розв'язуються питання фінансування, матеріально-технічного забезпечення пошукових робіт, прискореного впровадження новітніх розробок.

Інноваційний розвиток є підґрунтям стратегічного управління на зазначених підприємствах, забезпечуючи формування конкурентних переваг. Інноваційні та інвестиційні процеси є основною умовою виробництва конкурентоспроможної продукції, завоювання і збереження позицій машинобудівних підприємств на ринку, підвищення продуктивності, а також ефективності їхньої діяльності. Отже, функціонування спільних підприємств зумовлює потребу вивченні інноваційно-інвестиційного потенціалу з урахуванням специфіки їх функціонування. Розглядаючи роль інноваційно-інвестиційного потенціалу машинобудівних підприємств з точки зору забезпечення конкурентоспроможності, її можна визначити як забезпечення адаптації до швидких змін зовнішнього середовища за допомогою ефектної комерціалізації нових знань [2, с. 167].

На сьогодні використовується цілий ряд визначень конкурентних переваг підприємства і якщо одні з них досить вірно і повно відображають суть даного поняття, то інші є частковими і стосуються лише окремих сфер діяльності виробничих одиниць. В цілому ж, характеризуючи суть поняття «конкурентні переваги підприємства», можемо відзначити, що конкурентними перевагами підприємства є сукупність комбінацій наявних у нього ресурсів (сировинних, просторових, трудових, управлінських, технологічних, інформаційних, маркетингових та ін.) та способів їх використання, які забезпечують йому ширші можливості виробництва і реалізації продукції порівняно з його конкурентами. Дослідження наукових джерел дозволило визначити, що як немає одностайності у розумінні суті конкурентних переваг підприємства, так існують і різні підходи щодо визначення джерел їх формування. Так, Ж. Ламбен визначає три групи факторів (джерел) формування конкурентних переваг підприємства. Найбільш поширеним в наукових колах на сьогодні є поділ джерел формування конкурентних переваг підприємства на внутрішні і зовнішні. При цьому, до внутрішніх джерел формування конкурентних переваг підприємства відносяться характеристики його внутрішніх аспектів

діяльності, які перевищують аналогічні характеристики його конкурентів [3, с. 52–53].

Аналіз сутності конкурентних переваг дав змогу виявити значні розбіжності у трактуванні цієї категорії авторами, що пов'язано з розумінням джерела конкурентної переваги. Виявлено декілька підходів, таких як ресурсно-витратний, якісний, адаптивно-інноваційний та ціннісно-компетентісний, та доповнено цей перелік інтеграційним підходом, який дає змогу диверсифікувати джерела конкурентних переваг, що сприяє формуванню системи конкурентних переваг сучасного підприємства та забезпечує його стійкі конкурентні позиції [4, с. 431].

Щодо внутрішніх конкурентних переваг: виробничі — продуктивність праці, економність витрат, раціональність експлуатації основних фондів, забезпеченість матеріально-технічними ресурсами; технологічні — сучасність, досконалість, гнучкість технологічних процесів, використання досягнень науково-технічного прогресу; кваліфікаційні — професійність, майстерність, активність, творчість персоналу, схильність до нововведень; організаційні — сучасність, прогресивність, гнучкість, структурованість діючої організаційної структури; управлінські — ефективність і результативність діючої системи менеджменту, ефективність управління оборотними засобами, якістю, виробничими, закупівельними та збутовими процесами, дієвість системи мотивування персоналу; інноваційні — системи та методи розробки та впровадження нових технологій, продуктів, послуг, наявність та впровадження «ноу-хау»; наслідкові — ринкова культура підприємства, традиції, історія розвитку; економічні — наявність джерел фінансування, платоспроможність, ліквідність, прибутковість, рентабельність; географічні — розміщення, близькість до джерел матеріальних, людських ресурсів, ринків збуту, транспортних шляхів та каналів розподілу.

До зовнішніх конкурентних переваг підприємства можна віднести: інформаційні — діючі на підприємстві системи збору та обробки даних, міра поінформованості підприємства про стан та тенденції розвитку ринку, дію сил та умов навколишнього маркетингового середовища, поведінку споживачів, конкурентів та інших господарюючих суб'єктів; конструктивні — технічні характеристики продукції, її дизайн, упаковка; якісні — рівень якості продукції за оцінками споживачів; поведінкові — міра розповсюдження філософії маркетингу серед працівників підприємства [5, с. 176–177].

Обираючи конкурентну стратегію, слід врахувати вплив зовнішнього середовища та оцінити внутрішні ресурси, якими володіє підприємство. Від того,

наскільки внутрішнє середовище відповідатиме конкурентній стратегії, залежать можливості розвитку підприємства. Доцільно зазначити, що на практиці вибір та розробка стратегій щодо реалізації конкурентних переваг повинні базуватися на результатах діагностики фінансового стану підприємств та їх споживчої привабливості, що проводиться в рамках оцінки конкурентоспроможності. Проте в даний час це пов'язане з рядом проблем. По-перше, в науковій літературі не відображена модель, що характеризує взаємозв'язок і взаємозалежність конкурентоспроможності та інструментів її досягнення, по-друге, відсутня комплексна кількісна методика її оцінки, що ускладнює дослідження переваг і недоліків в порівнянні з конкуруючими підприємствами, по-третє, не визначені рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності, які зумовлені виявленням конкурентних переваг, по-четверте, не сформований вибір конкурентної стратегії, яка спрямована на досягнення довгострокових конкурентних позицій підприємства в конкретній галузі [6, с. 6]. З метою забезпечення гармонізації вітчизняної системи технічного регулювання, стандартизації та сертифікації з директивами ЄС, Міністерство економічного розвитку розробило проект «Стратегії розвитку технічного регулювання до 2018 р.», який окреслює план заходів, спрямованих на виконання обов'язків, що взяла на себе Україна у сфері технічного регулювання при підписанні Угоди про асоціацію з ЄС. Згідно з Проектом, 2018 р. Україна та ЄС досягнуть взаємного визнання результатів робіт з оцінки відповідності промислової продукції, що даватиме змогу українським виробникам здійснювати експортні поставки взаємно визнаних товарів на умовах, що діють для виробників такої продукції в ЄС [7].

Важливим є і той факт, що однією з особливостей євроінтеграційних процесів є посилення конкуренції, тому за умов відкриття вітчизняних ринків для європейських компаній актуалізується проблема конкурентоспроможності вітчизняних підприємств і на внутрішніх ринках. Саме нарощування стійких міжнародних конкурентних переваг українськими підприємствами забезпечить можливість захисту та протидії загрозам, що виникають перед ними у найближчому майбутньому [8, с. 89–90]. Постійне забезпечення конкурентними перевагами є основним стратегічним напрямом розвитку, оскільки лише ті підприємства зможуть ефективно функціонувати в економічному середовищі ведення бізнесу тривалий час, які дбають про рівень власної конкурентоспроможності. Процес забезпечення конкурентними перевагами генерує економічні стимули для того, щоб підприємство не заспокоювалось на досягнутому,

а навпаки прагнуло до інтенсифікації зусиль щодо залучення нових клієнтів та створення сприятливіших умов для продажу власної продукції. універсальної ідеальної стратегії для кожної конкретної компанії дійсно не існує: навіть для різних підрозділів або видів товарів можуть бути потрібні різні стратегії. Кожна компанія повинна визначити, яка стратегія краще всього спрацює, враховуючи її положення в галузі, цілі, можливості і ресурси. Підприємство повинно в повній мірі визначити свої конкурентні переваги та оцінити найбільш прийнятну бізнес — стратегію, або комплекс стратегій [9, с. 210].

Конкурентні переваги продукції підприємства визначаються показниками:

- потреби, яку задовольнятиме продукція підприємства (зважаючи на це, важливо висвітлити основні цінності продукції, акцентувати увагу на потребах, які вона буде задовольняти, а не лише на техніко-економічних характеристиках продукції);
- якості продукції (довговічність, надійність, простота та безпека експлуатації і ремонту, інші позитивні якості);
- економічної оцінки (ціна придбання та вартість експлуатації, собівартість);
- іншими показниками удосконалення продукції, її використання та обслуговування [10].

Рівень результативності системи управління конкурентоспроможністю підприємства можна визначити шляхом проведення оцінювання формування конкурентних переваг, що надасть можливість менеджерам підприємства виявити проблематичні аспекти функціонування. Для цього на підприємстві використовуються існуючі методи оцінювання та визначаються його етапи проведення. Оцінювання формування конкурентних переваг машинобудівного підприємства управлінським персоналом здебільшого починається із проведення детального дослідження зовнішнього оточення господарюючого суб'єкта, його аналізу та оцінки зовнішніх конкурентних переваг. Надалі, за допомогою системи

показників формування конкурентних переваг, оцінюються відповідні процеси.

Висновки. Конкурентні переваги машинобудівного підприємства можна диференціювати за рядом характеристик, зокрема: внутрішніми чи зовнішніми джерелами їх формування, особливістю появи, рівнем впливу на економічний потенціал підприємства, періодом існування. Активізація євроінтеграційних процесів значно вплинула на господарювання вітчизняних підприємств машинобудівної галузі. Першочерговою є необхідність розширення внутрішнього ринку збуту машинобудівної продукції та виходу на зовнішні ринки для забезпечення розвитку промисловості та економіки країни. Діяльність у міжнародному конкурентному бізнес-середовищі потребує від вітчизняних підприємств значних капіталовкладень в оновлення технології виробництва продукції, активізації інноваційно-інвестиційних процесів, посилення експортного потенціалу, ефективного управління конкурентоспроможністю продукції. На формування конкурентних переваг машинобудівних підприємств в умовах посилення євроінтеграційних процесів здійснюють вплив чимало як позитивних, так і негативних внутрішніх та зовнішніх факторів. Завданням, що стоїть перед управлінським персоналом є зниження впливу негативних факторів на формування конкурентних переваг, шляхом організаційних змін в роботі підприємства з прийняттям до уваги специфіки його господарчих процесів та рівня розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства надає можливість менеджерам приймати ефективні адаптивні до зовнішнього середовища управлінські рішення. Лише структурно-організаційні зміни у фінансово-господарській діяльності машинобудівного підприємства, зокрема побудова ефективної системи управління конкурентоспроможністю, сприятимуть активізації процесів щодо формування його конкурентних переваг та посилення співпраці із країнами-партнерами на міжнародній арені ведення бізнесу.

Література

1. Маслак О.І., Квятковська Л.А. Визначення рівня конкурентної переваги машинобудівного підприємства на засадах забезпечення розвитку його економічного потенціалу. Електронний журнал «Ефективна економіка». 2014. — № 7 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z> (дата звернення: 5.12.2018).
2. Весельська К.А. Формування конкурентних переваг спільних машинобудівних підприємств // Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. — 2014. — Вип. 4. — С. 164–168.
3. Левицька А.О. Конкурентні переваги підприємства: сутність та джерела формування // Вісник Хмельницького національного університету. — 2012. — № 4. — Т. 1. — С. 51–54.

4. Шаповалова І. В. Конкурентні переваги підприємства: ретроспективний аналіз трактування термінів // Економіка та суспільство. — 2017. — Вип. № 10. — С. 427–432.
5. Безсмертний С. Ю. Сутність та класифікація конкурентних переваг підприємства // Lviv polytechnic national university. — 2011. — № 714. — С. 174–179.
6. Бельтюков Є. А., Некрасова Л. А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності // Економіка: реалії часу. — 2014. — № 2. — С. 6–13.
7. Череп О. Г. Конкурентоспроможність продукції підприємств машинобудування в період євроінтеграції України в Європейський Союз // Вісник Приазовського державного технічного університету. — 2016. — Вип. 1. — С. 46–53.
8. Соколюк Г. О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств у контексті євроінтеграційних процесів // Проблеми економіки. — 2015. — № 3. — С. 86–92.
9. Фіщук Б. П., Жевега В. П. Конкурентні стратегії підприємства в умовах мінливого ринкового середовища // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. — 2012. — № 4 (70). — Т. 2. — С. 206–211.
10. Лупак Р. Л., Васильців Т. Г. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Львів. — 2016. — 484 с.

References

1. Maslak O. I., Kviatkovska L. A. Vyznachennia rivnia konkurentnoi perevahy mashynobudivnoho pidpriemstva na zasadakh zabezpechennia rozvytku yoho ekonomichnoho potentsialu. Elektronnyi zhurnal «Efektivna ekonomika». 2014. — № 7 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z> (data zvernennia: 5.12.2018).
2. Veselska K. A. Formuvannia konkurentnykh perevah spilnykh mashynobudivnykh pidpriemstv // Visnyk Kremenchutskoho natsionalnoho universytetu imeni Mykhaila Ostrohradskoho. — 2014. — Vyp. 4. — S. 164–168.
3. Levytska A. O. Konkurentni perevahy pidpriemstva: sutnist ta dzherela formuvannia // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. — 2012. — № 4. — T. 1. — S. 51–54.
4. Shapovalova I. V. Konkurentni perevahy pidpriemstva: retrospektyvnyi analiz traktuvannia terminiv // Ekonomika ta suspilstvo. — 2017. — Vyp. № 10. — S. 427–432.
5. Bezsmertnyi S. Yu. Sutnist ta klasyfikatsiia konkurentnykh perevah pidpriemstva // Lviv polytechnic national university. — 2011. — № 714. — S. 174–179.
6. Beltiukov Ye. A., Nekrasova L. A. Konkurentna stratehiia pidpriemstva: sutnist ta formuvannia na osnovi otsinky rivnia konkurentospromozhnosti // Ekonomika: realii chasu. — 2014. — № 2. — S. 6–13.
7. Cherep O. H. Konkurentospromozhnist produktii pidpriemstv mashynobuduvannia v period yevrointehratsii Ukrainy v Yevropeyskyi Soiuz // Visnyk Pryazovskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu. — 2016. — Vyp. 1. — S. 46–53.
8. Sokoliuk H. O. Problemy zabezpechennia konkurentospromozhnosti ukrainskykh pidpriemstv u konteksti yevrointehratsiinykh protsesiv // Problemy ekonomiky. — 2015. — № 3. — S. 86–92.
9. Fishchuk B. P., Zheveha V. P. Konkurentni stratehii pidpriemstva v umovakh minlyvoho rynkovoho seredovyscha // Zbirnyk naukovykh prats VNAU. Seriia: Ekonomichni nauky. — 2012. — № 4 (70). — T. 2. — S. 206–211.
10. Lupak R. L., Vasylytsiv T. H. Konkurentospromozhnist pidpriemstva: navch. posib. Lviv. — 2016. — 484 s.

Сломчинська Світлана Олександрівна

аспірант

Київського національного торговельно-економічного університету

Сломчинская Светлана Александровна

аспирант

Киевского национального торгово-экономического университета

Slomchynska Svitlana

PhD Student of the

Kyiv National University of Trade and Economics

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4523

МЕТОДИКА КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУ ОПЕРАЦІЙ З ІНВЕСТИЦІЙНОЮ НЕРУХОМІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

МЕТОДИКА КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА ОПЕРАЦИЙ С ИНВЕСТИЦИОННОЙ НЕДВИЖИМОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ

TRADING COMPANY INVESTMENT PROPERTY TRANSACTIONS COMPREHENSIVE EVALUATION METHODS

Анотація. У статті досліджено стан ринку торговельної нерухомості та динаміку змін ключових показників за останні п'ять років: обсяг пропозиції, обсяг введення нових площ, рівень орендних ставок та вакантності. Визначено роль та місце аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю в системі управління торговельним підприємством та його значення у формуванні споживчих цінностей. Досліджено суть сучасних концепцій оцінки ефективності використання необоротних активів, орієнтованих на максимізацію прибутку або вартості активів. Визначено ключові переваги та недоліки концепцій для аналізу ефективності операцій з інвестиційною нерухомістю вітчизняними підприємствами торгівлі. Отримані результати дозволили визначити пріоритетні завдання, для реалізації яких було розроблено методику комплексного аналізу та систему модифікованих й інтегральних показників оцінки ефективності операцій з інвестиційною нерухомістю. Методика комплексного аналізу охоплює оцінку операцій з інвестиційною нерухомістю на етапах: прийняття рішення щодо переведення до інвестиційної нерухомості наявних об'єктів або придбання нових; грошову оцінку придбання на умовах кредитування або оренди; аналіз конкурентоздатності об'єкта інвестиційної нерухомості; оцінку фактичного стану та ефективності використання за допомогою модифікованих показників фондовіддачі, фондомісткості, рентабельності, коефіцієнта ефективності капіталовкладень та комплексного показника ефективності. Запропонована методика комплексного аналізу та система показників слугуватимуть вагомим інформаційно-аналітичним забезпеченням для прийняття управлінських рішень.

Ключові слова: інвестиційна нерухомість, економічний аналіз, ефективність, управлінський інструментарій, рентабельність, конкурентоздатність.

Аннотация. В статье исследовано состояние рынка торговой недвижимости и динамику изменений ключевых показателей за последние пять лет: объем предложения, объем ввода новых площадей, уровень арендных ставок и вакантности. Определена роль и место анализа операций с инвестиционной недвижимостью в системе управления торговым предприятием и его значение в формировании потребительских ценностей. Исследована суть современных концепций оценки эффективности использования внеоборотных активов, ориентированных на максимизацию прибыли или стоимости активов. Определены ключевые преимущества и недостатки концепций для анализа эффективности операций с инвестиционной недвижимостью отечественными предприятиями торговли. Полученные результаты позволили определить приоритетные задачи, для реализации которых была разработана методика комплексного анализа и система модифицированных и интегральных показателей оценки эффективности операций с инвестиционной недвижимостью.

Методика комплексного анализа охватывает оценку операций с инвестиционной недвижимостью на этапах: принятие решения о переводе инвестиционной недвижимости имеющихся объектов или приобретение новых; денежную оценку приобретения на условиях кредитования или аренды; анализ конкурентоспособности объекта инвестиционной недвижимости; оценку фактического состояния и эффективности использования с помощью модифицированных показателей фондоотдачи, фондоемкости, рентабельности, коэффициента эффективности капиталовложений и комплексного показателя эффективности. Предложенная методика комплексного анализа и система показателей служить весомым информационно-аналитическим обеспечением для принятия управленческих решений.

Ключевые слова: инвестиционная недвижимость, экономический анализ, эффективность, управленческий инструментарий, рентабельность, конкурентоспособность.

Summary. The Author's purpose in this article is to review the condition of the retail property market and trace dynamics of key indicator changes over a five-year period. Such indicators include: retail property supply, new retail spaces delivered, rental and vacancy rates. The role and place of the investment property transactions evaluation in the trading company management system was determined, as well as its significance for the consumer values formation was appraised. The substance of the modern concepts of non-current assets disposal efficiency assessment was studied herein. For that purpose, the assets disposed with the view to their value and profit maximization were considered. Key benefits and weaknesses were determined with regard to the concepts of assessment of the efficiency of investment property transactions conducted by domestic trading companies. Due to results obtained thereupon, the prime objectives were determined, for which accomplishment the comprehensive evaluation methods and system of modified and integral indicators for investment transactions efficiency assessment have been developed out. The comprehensive evaluation methodology comprises the assessment of the investment property transactions when resolving on transferring of the existing items to the investment property account or purchasing of the new ones; monetary valuation of the item acquired on credit or lease; assessment of the investment property item competitiveness; actual status and allocation efficiency assessment based upon modified indicators of returns on assets, capital/output ratio, rate of return, profit-to-investment ratio, as well as integrated efficiency index. Proposed comprehensive evaluation methods and indicator system are considered to be the significant information & analytical tools representing due basis for making managerial decisions.

Key words: Investment property, Economic analysis, Efficiency, Array of management tools, Rate of return, Competitiveness.

Постановка проблеми. Аналітичні дані провідних міжнародних консалтингових компаній свідчать про щорічне зростання інвестицій у нерухомість. У 2018 р., не зважаючи на геополітичну невизначеність та сповільнення економічного циклу, інвестиції в глобальний ринок нерухомості зросли на 18%, та встановили новий рекорд у розмірі 1,8 трл. дол. (у 2017 р. — 1,5 трл. дол.). Проте в Україні на сьогодні підприємства здебільшого розглядають інвестиційну нерухомість не як стратегічний ресурс, а лише як засіб забезпечення виробництва та функціонування підприємства в цілому.

За таких обставин особливої ваги набуває питання аналізу чинних методів та економічних аспектів управління інвестиційною нерухомістю як інструмента підвищення вартості підприємства. На сьогодні у наукових джерелах аналіз ефективності операцій з нерухомістю здебільшого розглядається на рівні основних засобів в цілому без урахування специфіки об'єкта. Як наслідок, менеджмент компанії отримує асиметричну інформацію щодо ефективності управління інвестиційною нерухомістю, що впливає на якість розробки подальшої стратегії.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання аналізу ефективності використання інвести-

ційної нерухомості залишалися поза увагою сучасних авторів та розглядалися лише: Л. Т. Богущою [1], Л. В. Чижевською [2], Д. О. Грицишеним, та В. В. Бондарчуком [3]. Дана ситуація пояснюється тим, що більшість учених визначають інвестиційну нерухомість як об'єкт основних засобів, тим самим не вбачаючи необхідності у модифікації та інтеграції показників ефективності у відповідності до економічної природи інвестиційної нерухомості та специфіки отримання доходу від її використання. Крім того, питання комплексного аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю на підприємствах торгівлі авторами не проводилися.

Формулювання цілей статті. Дослідження методичних підходів комплексної оцінки операцій з інвестиційною нерухомістю для побудови інформаційної моделі та її чіткої параметризації для прийняття управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стан ринку нерухомості є одним із визначальних індикаторів рівня соціально-економічного розвитку країни, враховуючи тісний релевантний зв'язок з іншими елементами реального сектору економіки. У 2017 р. середній показник частки нерухомості у ВВП України склав 2%, з коефіцієнтом

мультиплікації — 6.76 грн. (0.19 євро). За даними Державної служби статистики торговельний оборот України за результатами 2017 р. становив 724.9 млрд.грн, що зумовило зростання споживчої активності покупців, підвищення попиту на торговельні площі та суттєве зниження вакантності. Динаміку ключових показників ринку торговельної нерухомості представлено на рисунку 1.

Не дивлячись на позитивні ринкові зміни, основними проблемами на ринку нерухомості торгівлі залишаються: нестабільна економічна ситуація з ризиком загострення, перманентні коливання валютного курсу, стабільно високий рівень корупції та міжнародних валютних боргів, бойові дії на території Східної України. Враховуючи значний вплив факторів ризику на коливання вартості та орендних ставок на нерухомість — ключових фінансових показників інвестиційної нерухомості, які визначають рівень доходів від її використання, — безпрецедентної актуальності набуває управління об'єктами для зниження негативного впливу зовнішніх факторів. Властива ринку нерухомості інертність дозволяє вчасно відреагувати та прийняти необхідні управлінські рішення лише за наявності достатнього інформаційного інструментарію, сформованого за результатами попередньо проведеного аналізу ефективності використання нерухомих об'єктів.

На сучасному етапі розвитку наукової думки відсутня єдина методика оцінки ефективності. Дана проблематика висвітлювалася вітчизняними авторами у контексті двох концепцій, де ключовим

показником ефективності визначалася вартість або прибутковість (рентабельність).

В основу першої концепції покладено максимізацію вартості підприємства як єдиний критерій оцінки фінансового стану, ефективності його управління та інвестиційної привабливості. Закладені в концепцію принципи оцінки формують єдину базу методики оцінки окремих об'єктів підприємства (зокрема інвестиційної нерухомості) та його бізнес-процесів (надходження-використання та вибуття об'єктів інвестиційної нерухомості). Основні завдання концепції полягають у підвищенні цінності компанії, забезпеченні операційного прибутку та прибуткового зростання на тлі зменшення витрат.

Першими концепцію вартісного підходу досліджували Т. Коллер, Т. Коупленд [6], А. Раппапорт [7], М. Скотт [8]. Серед українських авторів проблематику впровадження концепції для вартісної оцінки вітчизняних підприємств вивчали: О.В. Сметанко [9], І.В. Серединська [10], Т.В. Момот [11], О.В. Замазій [12].

На сьогодні найбільшою проблемою вартісно-орієнтованого управління у вітчизняній практиці є складність застосування розроблених закордонних методик та відсутність достатньої кількості емпіричних фактів на їхнє підтвердження [13, с. 210; 14, с. 125].

Зважаючи на це, вітчизняним підприємствам (зокрема, у питаннях оцінки ефективності операцій з інвестиційною нерухомістю) доцільно використовувати показники прибутковості з урахуванням специфіки об'єкта аналізу.



Рис. 1. Аналіз динаміки показників ринку торговельної нерухомості
Джерело: складено автором за [4–5]

Представники даної концепції оцінюють роботу підприємств через рівень прибутковості (показники рентабельності), яка характеризує ефективність використання окремих активів та діяльність підприємства в цілому. Аналіз літературних джерел свідчить про відсутність єдиного підходу до формування системи показників ефективності використання необоротних активів, в т.ч. інвестиційної нерухомості.

Автори О. Крендеус та В. Федорова пропонують оцінювати ефективність системою показників, що характеризують потенціал відтворення та використання основних засобів з урахуванням як вартісних, так і натуральних показників, аналізуючи їхні обсяги та динаміку, стан та склад, інтенсивність відновлення та ефективність використання [15, 16]. Розширюють групу показниками екстенсивного, інтенсивного В. Г. Скляренко та В. М. Прудніков та І. О. Геращенко [17]. Свій підхід до формування системи показників пропонують автори А. М. Ткаченко та Т. С. Задніпрянка, виокремлюючи у ній три групи: показники технічного стану, узагальнюючі та часткові показники використання основних засобів [18]. В свою чергу, С. Ф. Покропивний разом із В. І. Мациброю та В. К. Збарським вважають ключовим критерієм ефективності збільшення обсягів продукції, а І. В. Ковальчук — зростання прибутку [19]. Узагальнюючи погляди авторів, показники аналізу ефективності операцій із основними засобами доцільно згрупувати за двома напрямками: ефективність використання (фондовіддача, фондомісткість, рентабельність, коефіцієнти інтенсивного та екстен-

сивного використання) та оцінка стану (коефіцієнти та терміни оновлення, коефіцієнти приросту, придатності, вибуття зносу, інтенсивності відновлення). Зазначені показники здебільшого не відповідають сучасним вимогам інформаційного запиту зовнішніх та внутрішніх зацікавлених користувачів для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Для проведення повного, ретельного та ґрунтовно-го аналізу, який би відображав усі важливі вартісні та натуральні показники результативності операцій з інвестиційною нерухомістю, необхідно розробити комплексну методику, враховуючи економічну та юридичну специфіку інвестиційної нерухомості та особливості функціонування ринку торговельної нерухомості.

Аналіз ефективності операцій з інвестиційною нерухомістю перебуває в системі комплексної оцінки ефективності управління діяльності підприємства в рамках визначеної стратегії (рис. 2).

Аналіз операцій з інвестиційною нерухомістю визначається стратегією управління підприємством та інвестиційною нерухомістю зокрема з урахуванням факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовищ; перебуває у тісному взаємозв'язку із системою обліку; визначає рівень та ефективність управління інвестиційною нерухомістю та торговельним підприємством в цілому тим самим приймаючи участь у формуванні споживчих цінностей.

Методика комплексного аналізу формується у трьох взаємопов'язаних концепціях: матеріально-просторовій, юридичній, економічній (рис. 3).



Рис. 2. Аналіз операцій з інвестиційною нерухомістю в системі управління підприємством торгівлі

Джерело: розроблено автором

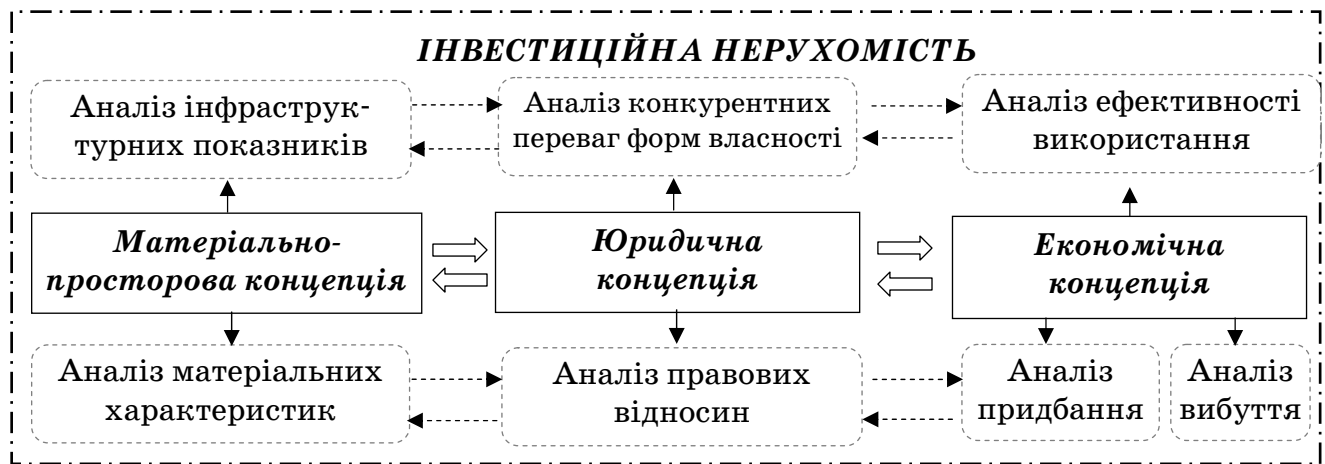


Рис. 3. Методика комплексного аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю в матриці концепцій

Джерело: розроблено автором

Реалізація економічної концепції передбачає проведення економічного аналізу вартості інвестиційної нерухомості, шляхів надходження, ефективності використання та доцільності подальшої експлуатації або вибуття. Економічний аспект управління розглядається через ефективний розподіл доходів та витрат від експлуатації інвестиційної нерухомості.

Першочергово підприємствам необхідно прийняти рішення щодо доцільності придбання нових або переведення до складу наявних інвестиційних об'єктів нерухомості. Ключовим на даному етапі постає аналіз ринкового середовища, а саме:

- оцінка попиту на пропозиції у цільовому сегменті ринку;
- кількісний та якісний аналіз рівня конкуренції на ринку;
- оцінка вартості різних джерел отримання позикових ресурсів;
- оцінка волатильності вартості торговельної нерухомості.

Аналіз конкурентоздатності підприємства на ринку торговельної нерухомості зводиться до оцінки конкурентоздатності самого об'єкта інвестиційної нерухомості. Враховуючи закритий характер більшості показників функціонування об'єктів — рівень орендних ставок, вакантності та фінансових результатів, — найбільш прийнятним методом для оцінки конкурентоздатності об'єктів інвестиційної нерухомості є метод експертних оцінок із визначення суб'єктивних параметрів з точки зору орендарів та споживачів. Ці дві категорії є взаємопов'язаними та взаємообумовленими величина, які виступають ключовими індикаторами інвестиційної привабливості об'єкта. Так, розуміння наявності широкого пулу орендарів різних профілів торгівлі приваблює кінцевих споживачів. У свою чергу затребуваність

зі сторони покупців підвищує інтерес орендарів до об'єкта.

Суб'єктивні параметри об'єкта торговельної нерухомості з позиції орендаря та споживача для об'єктів торговельної інвестиційної нерухомості, визначені за результатом аналітичного дослідження, представлено в табл. 1.

Коефіцієнт конкурентоздатності об'єктів інвестиційної нерухомості розраховується як сума добутку значення кожного показника на його питому вагу у загальній оцінці:

$$K_k = \sum_i I_i \times \gamma_i, \quad (1)$$

де K_k — коефіцієнт конкурентоздатності торговельної інвестиційної нерухомості, I_i — значення i -го показника, γ_i — питома вага i -го показника у загальній системі показників.

Отримані результати слугуватимуть вагомим інформаційним підґрунтям для прийняття рішення щодо перекласифікації або продажу наявних чи придбання нових об'єктів інвестиційної нерухомості.

Завдання аналізу надходження інвестиційної нерухомості полягає в оцінці ефективності капітальних вкладень, обґрунтованості залучення кредитних ресурсів або доцільності фінансової оренди.

Порівняння ефективності придбання або отримання в оренду інвестиційної нерухомості передбачає розгляд таких показників: юридичні межі правочинів, рівень географічної мобільності бізнесу, відстань від інфраструктурних об'єктів, витрати на модернізацію об'єкта інвестиційної нерухомості, фінансові наслідки розірвання кредитної або орендної угоди, динаміка інфляції, орендні та кредитні ставки на нерухомість.

Серед основних недоліків придбання нерухомості за власні кошти — зниження ліквідності

Таблиця 1

Оцінка суб'єктивних параметрів торговельної інвестиційної нерухомості
з позиції кінцевих користувачів

Орендар			Споживач		
Показник	Бальна оцінка	Коефіцієнт	Показник	Бальна оцінка	Коефіцієнт
Обсяг витрат на оренду	9	0,18	Місцезнаходження	8	0,11
Рівень експлуатаційних та додаткових витрат	6	0,09	Транспортна доступність	8	0,15
Технічний та експлуатаційний стан об'єкта	5	0,05	Асортимент продукції	9	0,17
Логістична доступність	7	0,11	Імідж об'єкта	3	0,02
Транспортна доступність	6	0,08	Клас об'єкта	3	0,01
Рівень прохідності об'єкта	9	0,2	Наявність та вартість паркування	7	0,10
Охоплення аудиторії кінцевих споживачів	8	0,18	Рівень комфорту зон відпочинку	7	0,09
Відповідність торговельного об'єкта концепції бренду	4	0,03	Рівень послуг та обслуговування	6	0,05
Проведення маркетингових компаній для просування об'єкта його власниками	2	0,02	Якісні характеристики магазинів та об'єктів інфраструктури	8	0,15
Рівень соціалізації об'єкта	5	0,06	Рівень соціалізації об'єкта	8	0,15
Загальний бал	маж 10	1		маж 10	1
Коефіцієнт конкурентоздатності об'єкта		7,36			7,73

Джерело: розраховано автором на основі даних джерел [20–22]

балансу та значні разові витрати. З іншого боку, залучення власних коштів не призводить до збільшення боргових зобов'язань та додаткових витрат на виплату процентів за кредитом або орендних платежів.

Головним критерієм прийняття управлінських рішень щодо умов придбання або оренди інвестиційної нерухомості є порівняння сумарних потоків платежів за різними формами фінансування, приведених до теперішньої вартості з урахуванням зміни вартості грошей у часі.

Грошову оцінку придбання на умовах банківського кредиту відображають показники загальної вартості боргу та нараховані проценти. Розрахунок приведення загальної величини грошового потоку за банківським кредитом до теперішньої вартості доцільно здійснювати за формулою:

$$CF_b = \sum_{r=1}^t \frac{I \times (1 - TP_c)}{(1+r)^t} + \frac{BL}{(1+r)^t} \quad (2)$$

де CF_b — сума грошового потоку за банківським кредитом, приведена до теперішньої вартості; I — сума процентів за кредит; TP_c — ставка податку на прибуток; BL — сума банківського кредиту; r — річна процентна ставка за кредитом; t — розрахунковий період.

Ключовими показниками, що відображають обсяги грошового потоку від фінансової оренди, слугують авансовий лізинговий платіж (якщо його передбачено умовами договору) та регулярні лізингові платежі, нараховані відсотки та комісії. Відповідно, сума грошового потоку розраховується за формулою:

$$CF_l = A + \sum_{r=1}^t \frac{LP \times (1 - TP_c)}{(1+r)^t} \quad (3)$$

де CF_l — сума грошового потоку за лізинговою операцією, приведена до теперішньої вартості; A — сума авансового платежу; LP — сума лізингового платежу з відсотками та комісією.

Порівняння отриманих результатів дасть змогу визначити оптимальний варіант та умови залучення інвестиційної нерухомості.

Основні напрями аналізу операцій з експлуатації інвестиційної нерухомості, які дозволять сформулювати комплексну інформаційну базу щодо структури, динаміки та ефективності розвитку об'єктів інвестиційної нерухомості, полягають у:

- порівнянні стану об'єктів за базисний та попередні періоди з метою оцінки темпів їхнього розвитку та ефективності використання;
- порівняння фактичного стану з плановим для оцінки зміни вартості та аналізу відхилень;

- порівняння показників ефективності використання різних видів інвестиційної нерухомості для виявлення «вузьких місць» експлуатації;
- оцінка впливу на фінансові показники діяльності підприємства для виявлення оптимальної варіативності експлуатації інвестиційної нерухомості.

При дослідженні ефективності використання інвестиційної нерухомості автори використовують узагальнені показники ефективності, які застосовуються до основних засобів: фондівдача, фондмісткість, коефіцієнти інтенсивності, екстенсивності використання та показники рентабельності.

Автори Д. О. Грицишин та В. В. Бондарчук пропонують застосовувати для оцінки ефективності використання нерухомості показники модифікованої фондівдачі, фондмісткості та рентабельності [3, с. 312], а О. П. Ковальов зазначає, що фондівдача нерухомості визначається як добуток доходу та середньої вартості, розрахованих на 1 м.кв [23].

Аналізуючи ефективність використання саме інвестиційної нерухомості, Л. В. Чижевська розглядає показники фактичної та прогнозованої фондівдачі, які відображають розмір доходів від здачі в оренду об'єкта на 1 грн. його вартості [2, с. 10].

Доповнює аналітичну модель оцінки ефективності Л. Т. Богуцька показником фондорентабельності, враховуючи дохід, отриманий у вигляді орендних платежів та в результаті збільшення вартості [1]. Застосування даного показника є некоректним та неправильним. По-перше, рентабельність виступає економічною категорією, яка характеризує норму прибутку, тобто є співвідношенням саме прибутку (а не доходу) до витрат (вартості об'єкта). По-друге, запропонований узагальнюючий показник фондорентабельності є малоінформативним для оцінки ефективності управління об'єктами інвестиційної нерухомості.

Рентабельність необхідно досліджувати окремо за метою утримання, враховуючи різні інструменти для реалізації завдань функціонування ключових бізнес-процесів системи управління інвестиційною нерухомістю. Рентабельність пропонуємо розраховувати за формулою:

- для інвестиційної нерухомості, утримуваної з метою передачі в оренду:

$$P = \frac{\Pi_o}{IH}, \quad (4)$$

Таблиця 2

Аналітичні показники ефективності управління інвестиційною нерухомістю

Показники	Характеристика показників	Вплив на управлінські рішення
Фондівдача	$ФВ = \frac{ЧОД}{IH}$ Відношення розміру доходу від здачі в оренду до вартості інвестиційної нерухомості	Оцінка ефективності орендних ставок та площ
Фондомісткість	$ФМ = \frac{IH}{ЧОД}$ Відношення вартості інвестиційної нерухомості до доходу від її оренди	Оцінка обґрунтованості витрат на експлуатацію та управління
Рентабельність	$P = \frac{\Pi_o}{IH}, P = \frac{\Pi_{зв}}{I_{ин}}$ Відношення прибутку від здачі в оренду або зміни вартості до її середньої вартості	Оцінка ефективності використання інвестиційної нерухомості, оцінка ефективності діяльності конкурентів
Коефіцієнт ефективності капіталовкладень	$K_{ек} = \frac{\Delta \Pi_{ин}}{I_{ин}}$ Приріст прибутку за рахунок капіталовкладень в інвестиційну нерухомість	Оцінка доцільності придбання або перекласифікації використання нерухомості
Коефіцієнт динаміки показників ефективності	$K_{\theta} = \frac{\Pi E_t}{\Pi E_{t-1}}$ Оцінка зміни відносних показників ефективності	Оцінка ефективності управління інвестиційною нерухомістю
Комплексний показник ефективності	$K_{еф} = \sqrt[4]{K_{фв} \times K_{фм} \times P \times K_{ек}}$ Комплексна оцінка ефективності використання	Оцінка потенціалу використання інвестиційної нерухомості

Джерело: розроблено автором

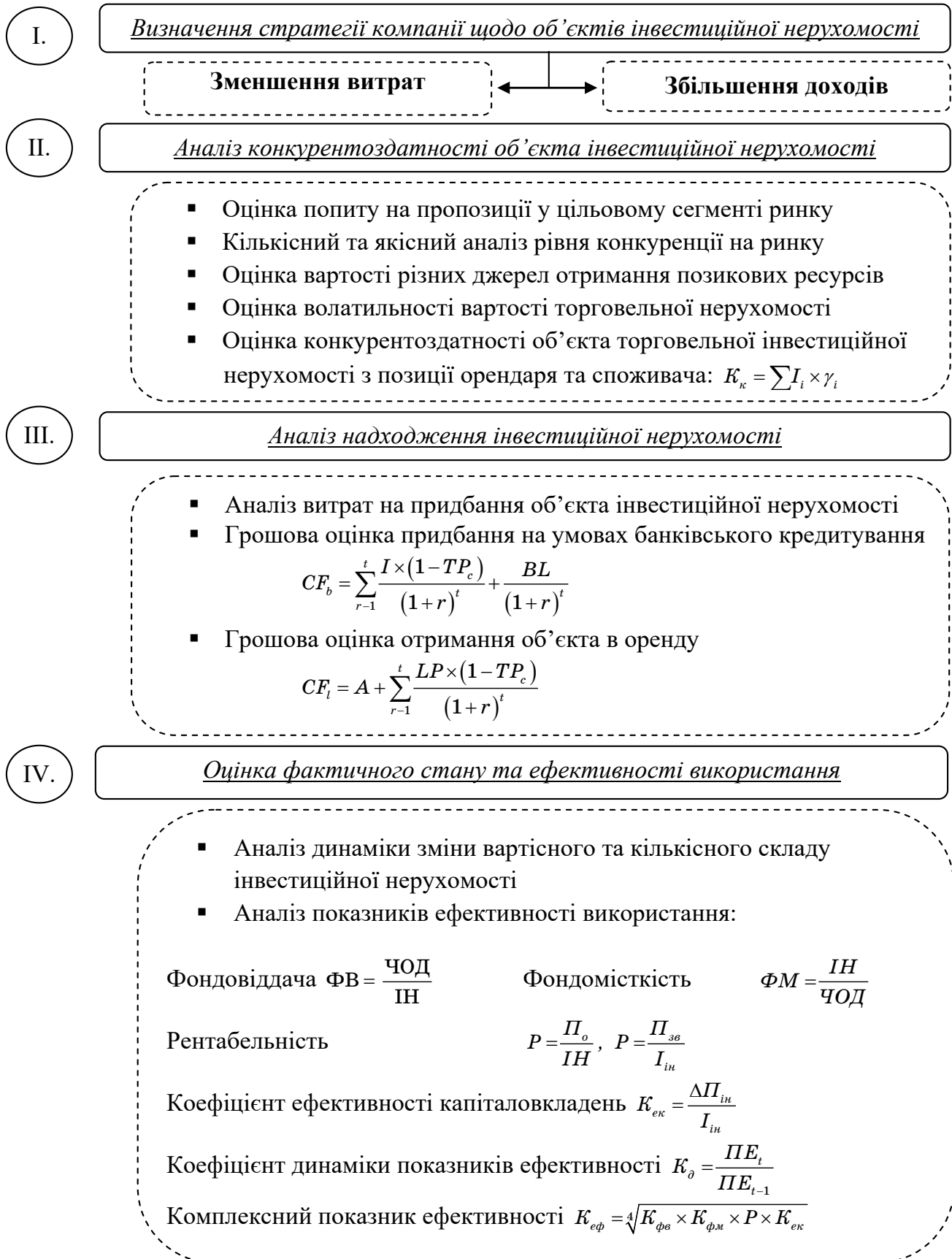


Рис. 4. Методика комплексного аналізу інвестиційної нерухомості підприємств торгівлі
Джерело: власна розробка

де P — рентабельність інвестиційної нерухомості,
 Π_o — прибуток від здачі в оренду інвестиційної нерухомості, IH — середньорічна вартість інвестиційної нерухомості;

– для інвестиційної нерухомості, утримуваної для збільшення власного капіталу:

$$P = \frac{\Pi_{зв}}{I_{ин}}, \quad (5)$$

де $\Pi_{зв}$ — прибуток від зміни вартості інвестиційної нерухомості, $I_{ин}$ — інвестований капітал в інвестиційну нерухомість.

Вважаємо, що для розрахунку показників фондовіддачі та фондомісткості вихідним має бути чистий операційний дохід, тобто валовий дохід за вирахуванням втрат від недозавантаження та несплати орендних платежів. Лише в цьому випадку вказані показники відображатимуть реальний рівень ефективності використання. Показники мають використовуватися лише для об'єктів інвестиційної нерухомості, переданої в оренду, та розраховуватися за формулою:

$$\Phi B = \frac{\text{ЧОД}}{IH}, \quad (6)$$

$$\Phi M = \frac{IH}{\text{ЧОД}}, \quad (7)$$

де ΦB — фондовіддача, ΦM — фондомісткість.

Крім того, систему показників оцінки ефективності пропонуємо доповнити визначенням коефіцієнта динаміки показників ефективності, комплексного показника ефективності використання об'єктів інвестиційної нерухомості та показником ефективності капіталовкладень за формулами:

$$K_{\partial} = \frac{\Pi E_t}{\Pi E_{t-1}}, \quad (8)$$

$$K_{ек} = \frac{\Delta \Pi_{ин}}{I_{ин}}, \quad (9)$$

$$K_{эф} = \sqrt[4]{K_{фв} \times K_{фм} \times P \times K_{ек}}, \quad (10)$$

де K_{∂} — коефіцієнт динаміки зміни показників, ΠE_t — показник ефективності у звітному періоді, ΠE_{t-1} — показник ефективності у базисному періоді; $K_{эф}$ — комплексний показник ефективності; $K_{ек}$ — коефіцієнт ефективності капіталовкладень, $\Delta \Pi_{ин}$ — приріст прибутку в результаті капітальних вкладень в інвестиційну нерухомість.

Узагальнену структуру та характеристику показників ефективності використання інвестиційної нерухомості наведено в таблиці 2.

Запропоновані показники забезпечать отримання повної та достовірної інформації про рівень та тенденції результативності операцій з інвестиційною нерухомістю з метою прийняття ефективних управлінських рішень щодо її підвищення, імплементація яких забезпечить синергію функціонування об'єктів.

За результатами проведеного дослідження розроблено комплексну методику аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю (рисунк 4).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведення якісного та поглибленого аналізу можливе лише шляхом комплексного вивчення ключових індикаторів управління інвестиційною нерухомістю на усіх етапах її використання для вибору найбільш ефективної стратегії використання.

Дослідження методологічної основи проведення аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю виявило відсутність комплексного підходу та чіткої алгоритмізації формалізованих показників.

Розроблена методика комплексного аналізу та система модифікованих показників слугуватиме вагомим інформаційно-аналітичним забезпеченням для прийняття управлінських рішень щодо рівня досягнення цілей та завдань в управлінні інвестиційною нерухомістю, доцільності розвитку та верифікації напрямів використання нерухомого майна. Перспективним напрямом подальшого дослідження є оцінка ефективності оренди та додаткових послуг, зміна вартості в результаті прийнятих управлінських рішень.

Література

1. Богуцька Л. Т. Аналітична оцінка ефективності утримання та використання об'єктів інвестиційної нерухомості суб'єктами господарювання // Економічні науки. Серія: Облік і фінанси. — 2012. — № 9. — С. 79–86.
2. Чижевська Л. В. Методичні аспекти економічного аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. — 2011. — № 3 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Vdnuet/econ/2011_3/Chizgev.pdf. (дата звернення: 08.11.2018)
3. Грицишен Д. О., Бондарчук В. В. Моделювання процесу управління основними засобами будівельних підприємств на основі показників економічного аналізу // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. — 2015. — № 1. — С. 305–321.

4. Аналітичний звіт міжнародної консалтингової компанії Colliers International, Київ. 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.colliers.com/ru-ua/ukraine/insights/all-reports> (дата звернення: 15.11.2018).
5. Аналітичний звіт міжнародної консалтингової компанії Cushman & Wakefield, Київ. 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.cushmanwakefield.com.ua/uk/ukraina-4-kv-2017-r> (дата звернення: 15.11.2018).
6. Коупленд Т., Коллер Т., Мурин Д. Стоимость компаний: оценка и управление: [пер. с англ.]. М.: Олимп-Бизнес. 2005. — 576 с.
7. Rappaport A. Creating Shareholder Value: The New Standard for business Performance. New York: Free Press, 2000.
8. Скотт. М. Факторы стоимости: пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес. 2000. — 432 с.
9. Сметанко О. В. Удосконалення методики планування внутрішнього аудиту із застосуванням карти-ризиків за показниками вартісно-орієнтованої системи управління акціонерним товариством // Облік і фінанси. — 2010. — № 2. — С. 144–154.
10. Серединська І. В. Формування інтегрованої системи вартісно-орієнтованого управління машинобудівними підприємствами: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 // Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. — 2014. — 21 с.
11. Момот Т. В. Вартісно-орієнтований організаційно-економічний механізм корпоративного управління акціонерним товариством: дис. ... доктора економічних наук: спец. 08.07.03 // Харківська національна академія міського господарства. — 2006. — 318 с.
12. Замазій О. В. Формування ціннісноорієнтованого управління промисловими підприємствами: дис. ... доктора екон. наук: спец. 08.00.04 // Хмельницький національний університет. — 2016. — 364 с.
13. Крейдич І. М., Гагарін І. М. Проблеми вартісно-орієнтованого управління розвитком підприємства // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». — 2016. — № 13. — С. 208–212.
14. Яремко І. Й. Економічний інструментарій вартісно-орієнтованої концепції управління // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні. — 2017. — № 862. — С. 288–296.
15. Кундеус О. М. Економічна діагностика ефективності використання основних засобів в умовах інноваційної економіки // Економічний аналіз: Збірник наукових праць кафедри економічного аналізу. Тернопіль: ТНЕУ. — 2010. — № 6. — С. 430–433.
16. Федорова В. А., Соловйова О. А. Економіка підприємства та міжнародних компаній: навч. посіб. для вузів. — Київ: Центр учб. літ., 2008. — 416 с.
17. Геращенко І. О., Стрижко О. А. Управління ефективністю використання основних засобів // Економіка і регіон. — 2015. — № 4. — С. 23–28.
18. Ткаченко А. М., Задніпрянка Т. С. Особливості визначення показників ефективності використання основних засобів підприємства // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: збірник наукових праць: у 2-х т. Маріуполь. — 2014. — № 1. — С. 51–55.
19. Мацибора В. І., Мацибора Т. В., Збарський В. К. Економіка підприємства: навч. посіб. для вузів. — Київ. — 2008. — 312 с.
20. Аналітичні дані Асоціації рітейлерів України. Київ, 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://rau.ua/uk/dosvid/servis-kotoryj-nuzhen-ukraintsam/> (дата звернення: 15.11.2018)
21. Аналітичні дані консалтингової компанії Cushman & Wakefield. Київ, 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.cushmanwakefield.com.ua/uk/maibutne-riteilu-ta-logistiki> (дата звернення: 15.11.2018).
22. Аналітичні публікації девелоперської компанії Arricano. Київ, 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://arricano.com/ua/press-center/news/socializacia-torgovyh-centrov-kak-i-dla-segot> (дата звернення: 15.11.2018).
23. Ковалев А. П. Управление имуществом на предприятии: учебник Москва: ИНФРА-М, 2009. — 272 с.

References

1. Bohutska L. T. Analitychna otsinka efektyvnosti utrymannia ta vykorystannia ob'iektiv investytsiinoi nerukhomosti sub'iektamy hospodariuvannia // Ekonomichni nauky. Serii: Oblik i finansy. — 2012. — № 9. — S. 79–86.
2. Chyzhevska L. V. Methodychni aspekty ekonomichnoho analizu operatsii z investytsiinoiu nerukhomosti // Visnyk Donetskoho natsionalnoho universytetu ekonomiky i torhivli imeni Mykhaila Tuhana-Baranovskoho. — 2011. — № 3 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Vdnuet/econ/2011_3/Chizhev.pdf. (data zvernennia: 08.11.2018)

3. Hrytsyshen D. O., Bondarchuk V. V. Modeliuvannya protsesu upravlinnia osnovnymy zasobamy budivelnnykh pidpriemstv na osnovi pokaznykiv ekonomichnoho analizu // Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky. — 2015. — № 1. — S. 305–321.
4. Analitychnyi zvit mizhnarodnoi konsal'tynhovoï kompanii Colliers International, Kyiv. 2018 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.colliers.com/ru-ua/ukraine/insights/all-reports> (data zvernennia: 15.11.2018).
5. Analitychnyi zvit mizhnarodnoi konsal'tynhovoï kompanii Cushman & Wakefield, Kyiv. 2018 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://www.cushmanwakefield.com.ua/uk/ukraina-4-kv-2017-r> (data zvernennia: 15.11.2018).
6. Kouplend T., Koller T., Muryn D. Stoymost kompanii: otsenka y upravleniye: [per. s anhl.]. M.: Olymp-Byznes. 2005. — 576 s.
7. Rappaport A. Creating Shareholder Value: The New Standard for business Performance. New York: Free Press, 2000.
8. Skott. M. Faktory stoymosti: per. s anhl. M.: Olymp-Byznes. 2000. — 432 s.
9. Cmetanko O. V. Udoshkonalennia metodyky planuvannia vnutrishnoho audytu iz zastosuvanniam karty-ryzykiv za pokaznykamy vartisto-oriietovanoi systemy upravlinnia aktsionernym tovarystvom // Oblik i finansy. — 2010. — № 2. — S. 144–154.
10. Seredynska I. V. Formuvannia intehrovanoi systemy vartisto-oriietovanoho upravlinnia mashynobudivnyimi pidpriemstvamy: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: spets. 08.00.04 // Ternopil'skyi natsionalnyi tekhnichnyi universytet imeni Ivana Puliuia. — 2014. — 21 s.
11. Momot T. V. Vartisto-oriietovanyi orhanizatsiinoekonomichni mekhanizm korporatyvnoho upravlinnia aktsionernym tovarystvom: dys. ... doktora ekonomichnykh nauk: spets. 08.07.03 // Kharkivska natsionalna akademiia miskoho hospodarstva. — 2006. — 318 s.
12. Zamazii O. V. Formuvannia tsinnisnooriietovanoho upravlinnia promyslovymy pidpriemstvamy: dys. ... doktora ekon. nauk: spets. 08.00.04 // Khmelnytskyi natsionalnyi universytet. — 2016. — 364 s.
13. Kreidych I. M., Haharin I. M. Problemy vartisto-oriietovanoho upravlinnia rozvytkom pidpriemstva // Ekonomichni visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskyi politekhnichnyi instytut». — 2016. — № 13. — S. 208–212.
14. Yaremko I. Y. Ekonomichni instrumentarii vartisto-oriietovanoi kontseptsii upravlinnia // Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Seriya: Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini. — 2017. — № 862. — S. 288–296.
15. Kundeus O. M. Ekonomichna diahnostyka efektyvnosti vykorystannia osnovnykh zasobiv v umovakh innovatsiinoï ekonomiky // Ekonomichni analiz: Zbirnyk naukovykh prats kafedry ekonomichnoho analizu. Ternopil: TNEU. — 2010. — № 6. — S. 430–433.
16. Fedorova V. A., Soloviova O. A. Ekonomika pidpriemstva ta mizhnarodnykh kompanii: navch. posib. dlia vuziv. — Kyiv: Tsentr uchb. lit., 2008. — 416 s.
17. Herashchenko I. O., Stryzhko O. A. Upravlinnia efektyvnistiu vykorystannia osnovnykh zasobiv // Ekonomika i rehion. — 2015. — № 4. — S. 23–28.
18. Tkachenko A. M., Zadniprianka T. S. Osoblyvosti vyznachennia pokaznykiv efektyvnosti vykorystannia osnovnykh zasobiv pidpriemstva // Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti: zbirnyk naukovykh prats: u 2-kh t. Mariupol. — 2014. — № 1. — S. 51–55.
19. Matsybora V. I., Matsybora T. V., Zbarskyi V. K. Ekonomika pidpriemstva: navch. posib. dlia vuziv. — Kyiv. — 2008. — 312 s.
20. Analitychni dani Asotsiatsii riteileriv Ukrainy. Kyiv, 2018 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://rau.ua/uk/dosvid/servis-kotoryj-nuzhen-ukraintsam/> (data zvernennia: 15.11.2018)
21. Analitychni dani konsal'tynhovoï kompanii Cushman & Wakefield. Kyiv, 2018 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://www.cushmanwakefield.com.ua/uk/maibutne-riteilu-ta-logistiki> (data zvernennia: 15.11.2018).
22. Analitychni publikatsii developerskoï kompanii Arricano. Kyiv, 2018 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://arricano.com/ua/press-center/news/socializacia-torgovyh-centrov-kak-i-dla-cegot> (data zvernennia: 15.11.2018).
23. Kovalev A. P. Upravleniye ymushchestvom na predpriiaty: uchebnyk Moskva: YNFRA-M, 2009. — 272 s.

УДК 658.8:338

Шахтарін Кирило Олександрович

студент

Запорізького національного університету

Шахтарин Кирилл Александрович

студент

Запорожского национального университета

Shakhtarin Kirilo

Student of the

Zaporizhzhia National University

Носирєв Олександр Олександрович

доцент кафедри міжнародного бізнесу та фінансів

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

Носырев Александр Александрович

доцент кафедры международного бизнеса и финансов

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт»

Nosyriev Oleksandr

Associate Professor of the

Department of International Business and Finance

National Technical University

«Kharkiv Polytechnical Institute»

ORCID: 0000-0003-4089-3336

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4490

МАРКЕТИНГ

БРЕНДІНГ КОМПАНІЇ В АСПЕКТІ ЕФЕКТИВНОГО ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ (НА ПРИКЛАДІ КОРПОРАЦІЇ APPLE)

БРЕНДИНГ КОМПАНИИ В АСПЕКТЕ ЭФФЕКТИВНОГО ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА (НА ПРИМЕРЕ КОРПОРАЦИИ APPLE)

COMPANY BRANDING IN THE ASPECTS OF EFFECTIVE INNOVATION MARKETING (APPLE CORPORATION EXAMPLE)

Анотація. Досліджено проблематику формування успішного бренду компанії на прикладі корпорації Apple. Зазначено, що з метою забезпечення успіху бренду необхідно постійно відстежувати кон'юнктуру ринку, аналізувати слабкі боки, загрози, шукати можливості та реалізовувати сильні боки бренду. Систематизовано складові елементи системи успішного брендінгу компанії. Узагальнено еволюційні стадії бренд-орієнтованого підходу щодо маркетингового просування корпорації Apple. Визначено та поглиблено методичні елементи системи впровадження бренд-орієнтованого управління підприємством на прикладі бренд-менеджменту Стіва Джобса. Закцентовано увагу на факті, що позиціонування сильного бренду компанії та ефективного управління ним потребує формування відповідної системи управління підприємством. Важливим завданням такої системи управління є орієнтація діяльності всіх підрозділів підприємства на маркетингове просування бренду та підвищення його споживчої цінності. Зазначається, що компанія Apple обрала у маркетинговому просуванні свого бренду вдале поєднання стратегії горизонтальної диверсифікації за рахунок випуску нової технологічної продукції із вірно побудованою стратегією вертикальної інтеграції. Закцентовано увагу на тому,

що надзвичайно важливу роль у розвитку бренду компанії відіграють інтелектуально розвинуті висококваліфіковані кадри. Загострення світових тенденцій щодо посилення конкуренції та орієнтації на інноваційний шлях розвитку вимагає від підприємств пошуку нових джерел отримання стійких конкурентних переваг із метою збереження іміджу власного бренду. Для підприємств, які приділяють увагу формуванню ефективного бренд-менеджменту, найактуальнішим напрямом маркетингового просування бренду є соціально-психологічні методи, тому що саме вони привертають увагу до якості та репутації бренду та формують бренд-орієнтованість кінцевих споживачів.

Ключові слова: брендинг, маркетинг, інновації, PR, міжнародний бізнес.

Аннотация. Исследована проблематика формирования успешного бренда компании на примере корпорации Apple. Отмечено, что с целью обеспечения успеха бренда необходимо постоянно отслеживать конъюнктуру рынка, анализировать слабые стороны, угрозы, искать возможности и реализовывать сильные стороны бренда. Систематизированы составные элементы системы успешного брендинга компании. Проведён обзор эволюционных стадий бренд-ориентированного подхода к маркетинговому продвижению корпорации Apple. Получили развитие методические подходы к системе внедрения бренд-ориентированного управления предприятием на примере бренд-менеджмента Стива Джобса. Акцентируется внимание на факте, что позиционирование сильного бренда компании и эффективного управления им требует формирования соответствующей системы управления предприятием. Важной задачей такой системы управления является ориентация деятельности всех подразделений предприятия на маркетинговое продвижение бренда и повышение его потребительской ценности. Отмечается, что компания Apple выбрала в маркетинговом продвижении своего бренда удачное сочетание стратегии горизонтальной диверсификации за счет выпуска новой технологической продукции с правильно построенной стратегией вертикальной интеграции. Акцентируется внимание на том, что чрезвычайно важную роль в развитии бренда компании играют интеллектуально развитые высококвалифицированные кадры. Обострение мировых тенденций по усилению конкуренции и ориентации на инновационный путь развития требует от предприятий поиска новых источников получения устойчивых конкурентных преимуществ с целью сохранения имиджа собственного бренда. Для предприятий, которые уделяют внимание формированию эффективного бренд-менеджмента, актуальным направлением маркетингового продвижения бренда является социально-психологические методы, так как именно они привлекают внимание к качеству и репутации бренда и формируют бренд-ориентированность конечных потребителей.

Ключевые слова: брендинг, маркетинг, инновации, PR, международный бизнес.

Summary. The problems of the formation of a successful brand of the company are studied on the example of Apple Corporation. It was noted that in order to ensure the success of the brand, it is necessary to constantly monitor market conditions, analyze weaknesses, threats, look for opportunities and realize the strengths of the brand. The components of the system of successful branding of the company are systematized. A review of the evolutionary stages of the brand-based approach to marketing of the corporation Apple. Methodical approaches to the system of introducing brand-oriented enterprise management were developed on the example of Steve Jobs's brand management. Attention is focused on the fact that the positioning of a strong brand of a company and effective management of it requires the formation of an appropriate enterprise management system. An important task of such a management system is the orientation of the activities of all departments of an enterprise towards marketing promotion of a brand and increasing its consumer value. It is noted that Apple has chosen in the marketing promotion of its brand a successful combination of a horizontal diversification strategy due to the release of new technological products with a properly constructed vertical integration strategy. The attention is focused on the fact that the intellectually developed highly qualified personnel play an extremely important role in the development of the brand. The aggravation of global trends to increase competition and focus on the innovative path of development requires enterprises to search for new sources of sustainable competitive advantages in order to preserve the image of their own brand. For companies that pay attention to the formation of effective brand management, the current direction of brand marketing is social and psychological methods, since they attract attention to the quality and reputation of the brand and form the brand-oriented end-users.

Key words: branding, marketing, innovation, PR, international business.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації світових товарних ринків характерною ознакою та найважливішою умовою ефективного розвитку управлінської діяльності економічних суб'єктів є активний піар корпоративних брендів. Просування та активне розкручування брендів

вимагає, з одного боку, значних капіталовкладень, а з іншого — виступає запорукою успішного завоювання сегмента ринку та збільшення продажів продукції. Бренд функціонує у ринковому середовищі, що постійно змінюється під впливом багатьох факторів, у тому числі й під впливом дій конкурентних

брендів на ринок та споживачів. Тому для забезпечення успіху бренду необхідно постійно відстежувати ситуацію на ринку, аналізувати слабкі боки, загрози, шукати можливості та реалізовувати сильні боки бренду. Прикладом того, що відомий бренд впливає на вибір споживача, є вироби корпорації Apple. Перша причина, чому потенційні покупці прагнуть придбати товари фірми Apple, — це статус. Ноутбук, телефон, різні аксесуари — все це постійно знаходиться у тренді. При цьому основна реклама цих продуктів була іміджевою, тобто демонструвала образ володаря: «Користуєшся Apple — ти небанальний, стильний, сучасний, модний, не такий, як усі». Друга причина пов'язана із видатним інноваційним менеджером Стівом Джобсом. Він був засновником корпорації Apple Inc, та завдяки своїм розробкам став відомою особистістю ще за життя. А продукт, пов'язаний із відомою людиною, завжди сприймається ближче, аніж аналог, за яким не стоїть конкретний індивід. Наступна причина полягає у тому, що компанія Apple розробляє та випускає не тільки пристрої, але й програмне забезпечення для них. Простіше розібратися із принципом роботи одного кінцевого продукту, який тотожний для всіх моделей бренду, аніж із декількома продуктами, різних виробників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми щодо глобалізації світових брендів підіймалися у наукових працях дослідників та практиків у галузі маркетингу та бренд-менеджменту, зокрема, Є. Бутмана [4], С. Ю. Евдокимова, Д. А. Катова, Ю. А. Корпусової [5], Т. М. Литвак [6] й багатьох інших дослідників. Серед українських вчених проблематику бренд-менеджменту взагалі та на прикладі корпорації Apple досліджували Є. Г. Панченко, О. Д. Лук'яненко [2], Т. Циганкова, О. Євдоченко, О. Шелестович [3], Н. О. Ракітіна [7], Н. І. Чухрай [7] та ін. Науковці акцентують на необхідності приділення уваги цьому напрямку досліджень, пропонують методичні підходи щодо ефективного формування бренду підприємства, аналізують сутність брендингу та бренд-менеджменту. Але для позиціонування сильного бренду компанії та ефективного управління ним слід формувати відповідну систему управління підприємством. Важливим завданням такої системи управління є орієнтація діяльності всіх підрозділів підприємства на маркетингове просування бренда та підвищення його споживчої цінності. Тому питання формування бренд-орієнтованої системи компанії у глобальному бізнес-середовищі потребує додаткової розробки та поглиблення.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Дослідження має за мету виявлення можливо-

стей використання ефективних технологій маркетингового просування брендів корпорацій (на прикладі досвіду компанії Apple) та поглиблення й адаптація методики використання провідних тенденцій бренд-менеджменту корпорацій до реалій сучасної маркетингової ситуації на світових ринках.

Для досягнення поставленої мети необхідним є вирішення таких завдань:

- систематизація складових елементів системи успішного брендінгу компанії;
- узагальнення еволюційних стадій бренд-орієнтованого підходу щодо маркетингового просування корпорації Apple;
- визначення та поглиблення методичних елементів системи впровадження бренд-орієнтованого управління підприємством на прикладі бренд-менеджменту Стіва Джобса.

Виклад основного матеріалу. Важливі технічні відкриття і діяльність у цілому компанії «Apple» могли залишитися без належної уваги, якби не просування торгової марки на світовому ринку. Значного внеску щодо розвитку бренду Apple надав один із засновників корпорації Стів Джобс, який створив фірмовий стиль, а також став автором бренду «Apple Inc». Саме його особистість асоціюється із торговою маркою компанії. Фірмовий стиль «Apple Inc» включає термінологію і функції, створені розробниками для використання в «Apple Store». Сюди включено інтелектуальну власність, що належить «Apple», а також айдентику «Apple Store» й зовнішній вигляд магазину. «Apple Inc» — це гарантія якості, загальновідомість і попит на продукцію у всьому світі, простота назви, впізнаваний логотип, лаконічність і легкість форм виробів, витриманість колірної гами продуктів у монохромній кольоровій гамі. В основу дизайнерської концепції фірмового стилю «Apple Inc» було покладено наступні ідеї: «працювати із задоволенням», «думати інакше». З метою популяризації бренду на перше місце поставлено креативність й нестандартний підхід, бажання та здатність змінити світ на краще, що характеризує діяльність «Apple Inc» у цілому [1].

Якщо поглибитись в історію розвитку бренду Apple, то слід відзначити, що у 1989 році Стів Джобс — засновник і керівник корпорації Apple запропонував на ринок чудову операційну систему NEXT. Однак на цьому ринку вже домінували аналогічні, хоча й нижчі за якістю, продукти компаній Sun Microsystems і Hewlett Packard, тому проект NEXT закінчився поразкою. Згодом з'ясувалось, що задля подолання позицій ринкового лідера, кінцевий продукт повинен мати перевагу вдвічі, а краще втричі якнайменше за одним з трьох критеріїв: за

ціною, за продуктивністю чи то за зручністю. NEXT таких переваг не мала, а тому продукт зазнав разом із С. Джобсом поразку. Тому очевидним є той факт, що задля утримання лідерських позицій свого бренду на глобальних ринках із зростаючою прибутковістю, корпорації вимушені використовувати різноманітні маркетингові інструменти [2].

У цілому, маркетингова стратегія Apple протягом періоду її існування була та залишається обґрунтованою та логічною. Рекламні кампанії та інтерактивні веб-сайти Apple залишалися різноманітними, але послідовними, зберігаючи виключно високою роль бренду. Компанія із самого початку співпраці зі споживачем намагалась його зацікавити, поступово пропонуючи все привабливіші та дорожчі продукти: спочатку плеєри iPod Shuffle, iPod Nano, потім плеєри iPod Touch, смартфони iPhone, планшети iPad, і, нарешті, ноутбуки MacBook. Позицію лідера компанія Apple зберігає за рахунок виробництва диференційованої продукції із незмінно високими якістю та характеристиками. Програми та контент від Apple, розроблені на основі власної операційної системи Apple iOS, є простими та зручними у використанні, у них відсутні віруси та інші традиційні проблеми операційних систем. Ще однією перевагою Apple слід відзначити наявність альтернативної Skype крос-платформи FaceTime.

Тобто, компанія Apple обрала у маркетинговому просуванні свого бренду вдале поєднання стратегії горизонтальної диверсифікації за рахунок випуску нової технологічної продукції із вірно побудованою стратегією вертикальної інтеграції. Додаткову конкурентну перевагу компанії забезпечила і креативна комунікаційна політика у соціальних мережах [3].

З упевненістю можна стверджувати, що саме Стів Джобс на чолі із командою менеджерів робили все для зростання капіталізації Apple, аби не жадати від ринку «справедливої оцінки», а самостійно фор-

мувати її. Анонси та презентації нових продуктів, дати початку продажів, графіки ключових заходів Apple — все це ретельно будувалося топ-менеджментом й працювало на підвищення біржової капіталізації. Котирування з тікером AAPL часто зростали й на чутках, й на очікуваннях ринку перед подією, й на «післясмаку». Скоріш за все, саме тоді Джобс навчався ефективно керувати капіталізацією компанії.

Найчастіше оголошувані Apple підсумки перевіряли прогнози незалежних аналітиків, навіть тих, хто надзвичайно симпатизував цьому брендові. Таким чином, традиційна закритість компанії перетворювалася на один з інструментів зростання. Експерти оцінювали майбутнє новинок (а часом йшлося про принципово нові продукти, які не мали аналогів) із обережністю. Тим часом, внутрішня система прогнозування Apple будувалася не на припущеннях, а на чітких розрахунках, або навіть точніше — на чіткому стратегічному плануванні. До того ж, Apple мала такий інструмент як власна мережа магазинів Apple Store, яка видавала достовірну статистику ринкових потреб та попиту. Внутрішнє прогнозування Apple було не просто дуже точним: прогнози та плани компанії будувалися із урахуванням прогнозів незалежних експертів й аналітиків, з тим щоб перевершити їх.

Одним з найважливіших інструментів просування бренду, звичайно, була реклама. Apple дуже багато уваги надавала рекламі, причому не стільки її обсягам, скільки її якості. Телевізійні ролики Apple є досконалими шедеврами рекламного мистецтва того часу. До певного моменту здавалося, що небували віддачу приносять якраз комбінація креативних рішень в маркетингових комунікаціях та величезний рекламний бюджет. Але через деякий час компанія повністю відмовилася від реклами, і нічого з позицій зниження попиту чи то іміджу не сталося.

Пересічний споживач цього ринкового сегменту взагалі не помітив, що Apple більше не витрачає свої

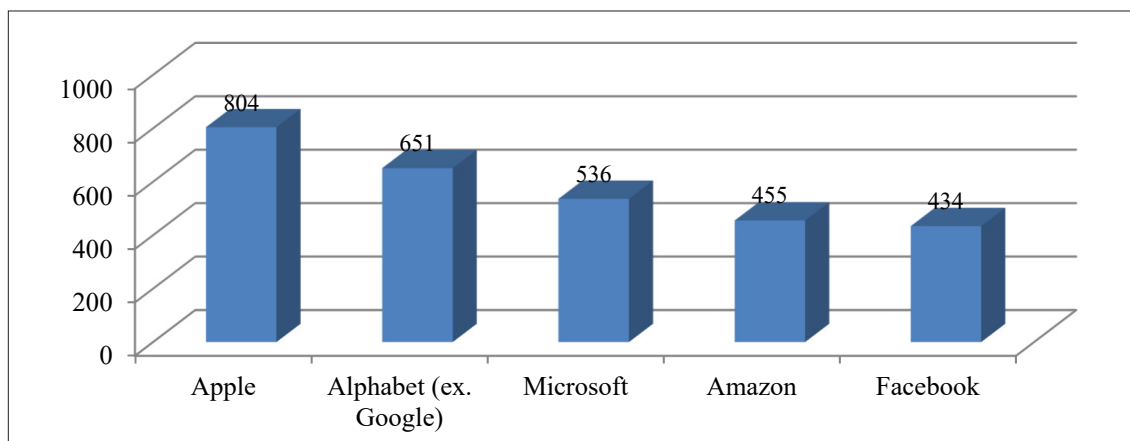


Рис. 1. Ринкова капіталізація найбільших ІТ-компаній, млрд. дол. США (за даними [5])

Таблиця 1

Фінансові результати окремих світових брендів ІТ-індустрії, 2016 р.

Компанія	Валовий виторг, млрд. дол. США	Прибуток, млрд. дол. США	Рентабельність продажів, %
Apple	216	46	21,30
Alphabet (ex. Google)	90	19	21,11
Microsoft	85	17	20,0
Amazon	136	2	1,47
Facebook	28	10	35,71

Джерело: [5]

гроші, аби переконати його купувати продукцію. Ці обов'язки добровільно взяли на себе тисячі блогерів, тобто по суті, було запущено механізм «сарафанного радіо» [4].

На сьогодні у складі п'яти найбільших компаній за рівнем ринкової капіталізації всі п'ять — технологічні компанії, у тому числі ті, які просувають бізнес в мережі Інтернет. Загальна ринкова капіталізація Apple, Alphabet (керуюча компанія Google), Microsoft, Amazon й Facebook наближається до 3 трильйонів доларів США (рис. 1) [5].

Цікавим може бути порівняння фінансового результату діяльності окремих брендів ІТ-індустрії, яке наведено у табл. 1.

Ефективна інноваційна та маркетингова діяльність компанії Apple у 2018 р. знайшли своє відображення у зміцненні її ринкових позицій та фінансового стану, про що свідчать такі дані:

- у 2018 році акції Apple досягали максимуму вартості та коштували понад 207 дол. США за одиницю, що зробило Apple першою в історії приватною компанією із капіталізацією понад 1 трлн. дол. США;
- на сьогодні ті ж акції Apple опустилися вже до 172 дол. США. Тепер «трильйонний» статус

Apple залишається лише досягненням недалекого минулого. Зараз капіталізація Apple досягає 828 млрд. дол. США, тоді як акції Microsoft має капіталізацію приблизно 823 млрд. дол. США., тобто першість однієї з цих двох компаній складно встановити;

- рекордну позначку компанії вдалося взяти після фінансового звіту, який підтвердив рекордні продажі і закріпив iPhone X як найбільш продаваний смартфон бренду. Інші напрямки діяльності (окрім комп'ютерів) теж були позитивними для інвесторів.

Фінансисти пов'язують падіння вартості цінних паперів зі зниженим попитом на iPhone. Наприклад, експерти вважають, що найближчим часом ринок буде перенасичений iPhone Xr — найбюджетнішою моделлю в лінійці 2018 року.

Наразі «Apple» разом із «Microsoft» зберігають лідерські позиції серед найдорожчих компаній (за даними аналітичної компанії «Interbrand»), але різниця між ними з року в рік помітно скорочується. При цьому, основним джерелом валового виторгу Apple виступає продаж мобільних телефонів (рис. 2).

Втім, чи не найсильнішою стороною компанії Apple був та залишається ефективний маркетинг

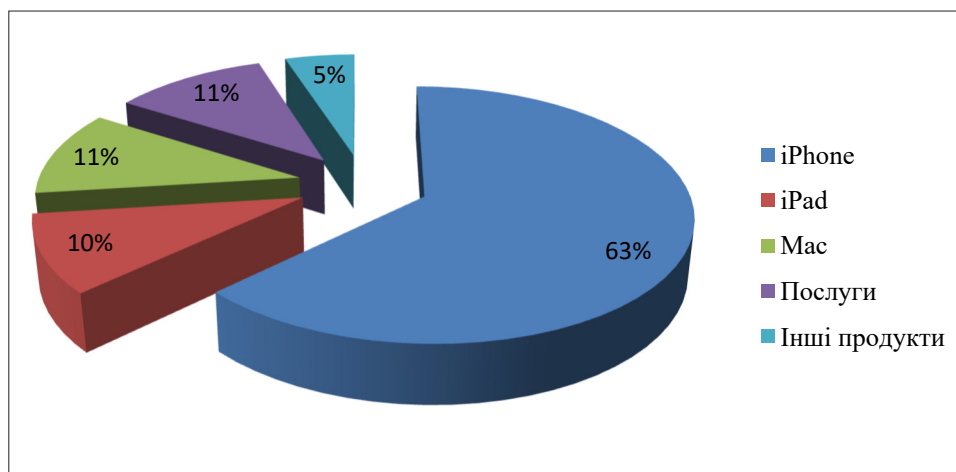


Рис. 2. Структура прибутків корпорації Apple, 2016 р., % (за даними [5])

інновацій. Сам Стів Джобс був не тільки успішним менеджером та ідеологом стратегії компанії, але й зарекомендував себе як талановитий маркетолог та чудовий оратор.

Важливою передумовою успіху стала досконала операційна діяльність, у т.ч. ефективна логістика, якою в Apple займався Тімоті Кук — висококласний фахівець у сфері операційної діяльності, «геній логістики та організування», «ідеальний операціоніст» який на сьогодні обіймає посаду генерального директора компанії. Команда фахівців під керівництвом менеджерів компанії перепроєктувала логістику складання персональних комп'ютерів і побудувала систему, яка за загальним визнанням є однією із головних конкурентних переваг Apple. Їм вдалося налагодити високоефективні виробничі ланцюги товарів Apple. Було мінімізовано виробничі витрати Apple: зачинено фабрики та складські приміщення по всьому світові, із передачею цих функцій стороннім компаніям за системою аутсорсингу. Наступним кроком щодо удосконалення операційної діяльності стала розбудова дистрибуційної мережі. На сьогодні у Apple є понад 300 фірмових магазинів AppleStore і тисячі спеціалізованих реселерів, розкиданих по всій планеті, — такою перевагою наразі не володіє жоден з конкурентів компанії [6].

Стів Джобс зазначав, що інновація відрізняє лідера від послідовника. За словами Джобса, значною мірою компанії Apple і Dell є двома лідерами, що створюють прибуток у галузі, проте Dell робить це шляхом створення мережі однотипних універсальних магазинів, а Apple — за рахунок інновацій. Також Джобс зазначав, що інновації не мають нічого спільного з тим, скільки коштів компанія вкладає у дослідження та розробки. Він стверджував, що в той час, коли Apple розробила Mac, IBM витрачала принаймні у сто разів більше коштів на свої дослідження та розробки, і акцентував, що тут йдеться не про гроші, а насамперед, про людей, про те, як ними керувати і як мати можливість довше їх втримувати. Тому надзвичайно важливу роль у розвитку компанії відіграють інтелектуально розвинуті кадри, адже без них вести мову стосовно інноваційного розвитку компанії та лідерства бренду немає сенсу. Саме маючи на меті досягнення глобального лідерства, провідні компанії значну увагу приділяють інноваційному розвитку, який не лише вимагає великих інвестицій, але й пов'язаний із високими ризиками [7].

Загострення світових мегатенденцій щодо посилення конкуренції та орієнтації на інноваційний шлях розвитку вимагає від підприємств пошуку нових джерел отримання стійких конкурентних переваг із метою збереження іміджу власного брен-

ду. Одним з таких джерел є інновації (технологічні, продуктові), які надають змоги здобувати конкурентні переваги вищого порядку. Водночас, поодинокі, разові впровадження інновацій на ринок не забезпечують підприємству стабільно провідних позицій на ринку. Підприємства-лідери на ринку сьогодні керують не лише розробкою та виведенням на ринок нових товарів, а й поставили ці процеси «на конвеєр». Таким чином, ефективний брендинг компаній можливий тільки при впровадженні не поодиноких інновацій, а при застосуванні цілого «потoku інновацій» [7].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Щорічні оновлення власного асортименту смартфонів та програмного забезпечення для компанії Apple є яскравим підтвердженням підтримки репутації бренду, а початок виробництва не лише смартфонів, а й планшетів та портативних медіаплеєрів на операційній системі попередніх є концентричною диверсифікацією. Повернення Стіва Джобса пов'язане із запровадженням агресивної тактики у рекламуванні продукції (буквально з 1998 року). Причиною цього стало укріплення позицій нового конкурента — компанії Windows. У подальші роки між цими двома брендами розв'язалася інформаційна війна. І хоча їхні аудиторії все ж були різні, боротьба велася за першість на ринку IT-технологій та, відповідно, за вищі прибутки. «Apple» представляла себе як стильну альтернативу нудним функціональним ПК.

Наразі на тлі конкуренції з боку дешевих підробок та якісних технологій інших компаній у тому ж ціновому сегменті, «Apple» необхідно знову доводити, чому вони кращі й чому покупець, навіть колишній прихильник, має обрати саме техніку їхнього виробництва. Тому відмова від іміджевої стратегії або втрата впливу на аудиторію може призвести до серйозних проблем, як-то падіння рівня доходів та, відповідно, зменшення ціни компанії. Зараз для «Apple» настав досить важливий етап, коли керівникам необхідно вигадати нову стратегію розвитку, провести ребрендинг, оскільки по старій пам'яті споживачі будуть купувати їхню техніку лише декілька років. Ринок техніки наразі є досить динамічним, і лише розвиток компанії, а не просування її за рахунок минулих заслуг може привести до чергового злету. Саме через оновлення асортименту, інновації та успішне рекламування «Apple» може отримати чергову перемогу над іншими IT-гігантами.

Узагальнюючи досвід корпорації Apple із його проекцією на сучасні тенденції глобальних ринків, слід відзначити, що з метою забезпечення ефективного бренд-орієнтованого управління підпри-

емством, що виготовляє продукцію промислового призначення, недостатньо зосереджуватися лише на класичному варіанті комплексу маркетинг — «4Р». Для підприємств, які приділяють увагу формуванню ефективного бренд-менеджменту, найак-

туальнішим напрямом маркетингового просування бренду є соціально-психологічні методи, тому що саме вони привертають увагу до якості та репутації бренду та формують бренд-орієнтованість кінцевих споживачів.

Література

1. Харитонкина А. В. Рассмотрение методологии создания фирменного стиля на примере компании «Apple» [Текст] / А. В. Харитонкина // Наука и образование: XVII Междунар. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых 22–26 апр. 2013 г. — Томск, 2013. — Т. 5. — Ч. 1 — С. 101–104.
2. Панченко Є. Г. Становлення системи інноваційного менеджменту глобальних корпорацій / Є. Г. Панченко, О. Д. Лук'яненко // Міжнародна економічна політика. — 2011. — Вип. № 1–2. — С. 32–65.
3. Циганкова Т. Стратегії міжнародних компаній у турбулентному маркетинговому середовищі [Текст] / Т. Циганкова, О. Євдоченко, О. Шелестович // Міжнародна економічна політика — 2012. — Вип. 1–2. — С. 5–39.
4. Бутман Е. Стив Джобс: магия как технология капитализации [Текст] / Е. Бутман // Бизнес-Журнал. — 2013. — № 4. — С. 14–21.
5. Евдокимов С. Ю. Отечественный и зарубежный опыт привлечения инвестиций в сферу информационных технологий [Текст] / С. Ю. Евдокимов, Д. А. Катов, Ю. А. Корпуснова // Вестник Московского университета им. С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. — 2018. — № 1 (24). — С. 21–27.
6. Литвак Т. М. Інноваційна діяльність підприємства на прикладі корпорації «Apple» [Текст] / Т. М. Литвак // Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених та студентів 25 травня 2017 р. — К.: УВОІ «Допомога» УСІ, 2017. — С. 89–91.
7. Ракітіна Н. О. Інноваційне забезпечення конкурентоспроможності компанії / Н. О. Ракітіна // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. — 2014 — № 3. — С. 115–123.
8. Чухрай Н. І. Стратегічне управління «потокотом інновацій»: досвід компанії Apple [Текст] / Н. І. Чухрай // Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: збірник тез доповідей п'ятої міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 29.09–01.10.2011 р. / гол. ред. С. М. Ілляшенко — Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2011. — С. 222–224.

References

1. Kharitonkina, A. V. (2013) «Rassmotrenie metodologii sozdaniya firmennogo stilya na primere kompanii «Apple»», Nauka i obrazovanie: XVII Mezhdunar. konf. studentov, aspirantov i molodykh uchenykh 22–26. 04.2013, Tomsk, Vol. 5, part 1, pp. 101–104.
2. Panchenko, Je. G. Luk'janenko, O. D. (2011) «Stanovlennja systemy innovacijnogho menedzhmentu ghlobalnykh korporacij», Mizhnarodna ekonomichna polityk, Vol. 1, pp. 32–65.
3. Cyghankova, T. Jevdochenko, O. Shelestovych, O. (2012) «Strateghiji mizhnarodnykh kompanij u turbulentnomu marketynghovomu seredovyshhi», Mizhnarodna ekonomichna polityka, Vol. 1–2, pp. 5–39.
4. Butman, Ye. (2013) «Stiv Dzhobs: magiya kak tekhnologiya kapitalizatsii», Biznes-Zhurnal, Vol. 4, pp.14–21.
5. Yevdokimov, S. Yu. Katov, D. A. Korpusnova, Yu. A. (2018) «Otechestvennyy i zarubezhnyy opyt privlecheniya investitsiy v sferu informatsionnykh tekhnologiy», Vestnik Moskovskogo universiteta im. S. Yu. Vitte. Seriya 1: Ekonomika i upravlenie, Vol. 1 (24), pp. 21–27.
6. Lytvak, T. M. (2017) «Innovacijna dijalnistj pidpryjemstva na prykladi korporaciji «Apple»», Materialy VII Vseukrajinsjkoji naukovo-praktychnoji konferenciji molodykh vchenykh ta studentiv 25.05.2017, UVOI «Dopomogha» USI, pp. 89–91.
7. Rakitina, N. O. (2014) «Innovacijne zabezpechennja konkurentospromozhnosti kompaniji» / N. O. Rakitina // Visnyk Cherniveckjogho torghoveljno-ekonomichnogho instytutu, Vol. 3, pp. 115–123.
8. Chukhraj, N. I. (2011) «Strateghichne upravlinnja «potokotom innovacij»: dosvid kompaniji Apple», Marketyngh innovacij i innovaciji v marketynghu: zbirnyk tez dopovidej p'jatoji mizhnarodnoji naukovo-praktychnoji konferenciji, Sumy, 29.09–01.10.2011, TOV «TD «Papirus», pp. 222–224.

Кашперська Анастасія Іванівна

старший викладач

кафедри бухгалтерського обліку, аудиту та оподаткування

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Кашперская Анастасия Ивановна

старший преподаватель

кафедры бухгалтерского учёта, аудита и налогообложения

Харьковский государственный университет питания и торговли

Kashperska Anastasiia

Senior Professor of the Department of Accounting, Audit and Taxation

Kharkiv State University of Food Technology and Trade

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4546

ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ СФЕРИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ СФЕРЫ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

INTERNAL CONTROL IN THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM OF THE RESTAURANT BUSINESS

Анотація. Стаття присвячена узагальненню питань теоретичного, методичного та організаційного характеру внутрішнього контролю.

Актуальність проведеного дослідження обумовлена високою конкуренцією між підприємствами сфери ресторанного господарства та необхідністю впровадження діючої системи внутрішнього контролю на підприємствах з метою підвищення ефективності їх фінансово-господарської діяльності.

В статті розглянуто основну мету і завдання внутрішнього контролю в сучасних умовах господарювання. Визначені чинники ефективності функціонування системи контролю на підприємстві.

В роботі розглянуто принципи управління підприємствами. На підставі проведеного дослідження узагальнено погляди вчених-економістів та виділено основні принципи управління підприємств ресторанного господарства. Досліджено наукові підходи до трактування внутрішнього контролю, як функції управління. Визначено взаємозв'язок функцій управління та контролю підприємствами ресторанного господарства.

На думку автора, внутрішній контроль слід розглядати, як частину єдиної системи управління підприємством, яка включає аналіз оцінки можливостей та очікуваного ризику, визначення стратегічних цілей, планування й координацію різних часткових процесів і діяльності загалом на досягнення мети, реєстрацію даних, порівняння результатів господарської діяльності з планом і здійснення процесу контролю.

В статті наголошено, що відповідно до технологічних процесів виробництва продукції доцільно здійснювати контроль всіх стадій життєвого циклу підприємств сфери ресторанного господарства, з чітким розподілом функцій та відповідальності за якість продукції та обслуговування споживачів. Крім того, потрібно розвивати питання суцільного контролю технологічних операцій виготовлення продукції – від приймання сировини на підприємство до реалізації готової продукції споживачам. Уточнено роль та місце внутрішнього контролю в системі управління підприємством сфери ресторанного господарства.

Відзначено, що присутність внутрішнього контролю на кожному етапі господарської діяльності підприємства стимулюватиме її ефективність і результативність шляхом активного впливу на підконтрольні об'єкти, що сприятиме досягненню оптимального результату управління підприємством.

Ключові слова: внутрішній контроль, управління, організація внутрішнього контролю, функція контролю, функція управління.

Аннотация. Статья посвящена обобщению вопросов теоретического, методического и организационного характера внутреннего контроля.

Актуальность проведенного исследования обусловлена высокой конкуренцией между предприятиями сферы ресторанного хозяйства и необходимостью внедрения действующей системы внутреннего контроля на предприятиях с целью повышения эффективности их финансово-хозяйственной деятельности.

В статье рассмотрены основные цели и задачи внутреннего контроля в современных условиях хозяйствования. Определены факторы эффективности функционирования системы контроля на предприятии.

В работе рассмотрены принципы управления предприятиями. На основании проведенного исследования обобщены взгляды ученых-экономистов и выделены основные принципы управления предприятиями ресторанного хозяйства. Исследованы научные подходы к трактовке внутреннего контроля как функции управления. Определена взаимосвязь функций управления и контроля предприятий ресторанного хозяйства.

По мнению автора, внутренний контроль следует рассматривать как часть единой системы управления предприятием, которая включает анализ оценки возможностей и ожидаемого риска, определение стратегических целей, планирование и координацию различных частных процессов и деятельности в целом на достижение цели, регистрацию данных, сравнение результатов хозяйственной деятельности с планом и осуществления процесса контроля.

В статье отмечается, что в соответствии с технологическим процессам производства продукции целесообразно осуществлять контроль всех стадий жизненного цикла предприятий сферы ресторанного хозяйства, с четким распределением функций и ответственности за качество продукции и обслуживания потребителей. Кроме того, нужно развивать вопрос сплошного контроля технологических операций изготовления продукции – от приемки сырья на предприятие до реализации готовой продукции потребителям. Уточнена роль и место внутреннего контроля в системе управления предприятием сферы ресторанного хозяйства.

Отмечено, что присутствие внутреннего контроля на каждом этапе хозяйственной деятельности предприятия стимулировать ее эффективность и результативность путем активного воздействия на подконтрольные объекты, что будет способствовать достижению оптимального результата управления предприятием.

Ключевые слова: внутренний контроль, управление, организация внутреннего контроля, функция контроля, функция управления.

Summary. The article is devoted to the generalization of the issues of the theoretical, methodological and organizational nature of internal control.

The relevance of the research is due to the high competition between enterprises in the restaurant business and the need to introduce an existing system of internal control at enterprises in order to increase the efficiency of their financial and economic activity.

The article considers the main goal and tasks of internal control in modern conditions of management. The factors of the efficiency of the operation of the control system at the enterprise are determined.

The paper considers the principles of enterprise management. On the basis of the research, the views of economists are summarized and the main principles of the management of restaurant enterprises are highlighted.

The scientific approaches to the interpretation of internal control, as functions of management are investigated. The relationship between the functions of management and control of restaurant enterprises is determined.

According to the author, internal control should be considered as part of a unified enterprise management system, which includes an analysis of the assessment of opportunities and expected risks, the definition of strategic goals, the planning and coordination of various partial processes and activities in general to achieve the goal, data registration, comparison of the results of economic activity plan and implementation of the control process.

In the article it is emphasized that according to technological processes of production it is expedient to carry out the control of all stages of the life cycle of the enterprises of the restaurant industry, with a clear distribution of functions and responsibilities for the quality of products and customer service. In addition, it is necessary to develop issues of continuous control of technological operations manufacturing products – from the receipt of raw materials to the enterprise to the sale of finished products to consumers. The role and place of internal control in the system of enterprise management in the restaurant economy is specified.

It is noted that the presence of internal control at each stage of the economic activity of the enterprise will stimulate its efficiency and effectiveness by actively influencing the objects under control, which will promote the achievement of the optimum result of enterprise management.

Key words: internal control, management, internal control management, functions of control, functions of management.

Постановка проблеми. В умовах ринкової конкуренції успішна діяльність підприємств сфери ресторанного господарства визначається досягненням поставлених перед ним цілей, дотриманням прийнятої стратегії, фінансовою стабільністю та стійкістю їх місця серед конкурентів на українському ринку. Забезпечення всього вище перерахованого є завданням управління підприємством. Велика кількість підприємств страждає від неефективного управління та використання різного роду ресурсів, від нестачі інформації, необхідної для прийняття правильних рішень, викривлень звітності, зловживань з боку співробітників та управлінського персоналу. Цих проблем можна уникнути за допомогою посилення функції внутрішнього контролю на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз праць вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів засвідчує, що організація внутрішнього контролю на підприємстві потребує системного підходу з урахуванням особливостей фінансово-господарської діяльності. Вагомий внесок у науково-практичне дослідження проблем внутрішнього контролю зробили вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема: А. Аренс [1], В. Д. Белік [2], В. В. Бурцев [3], Т. А. Бутинець [4], Н. І. Дорош [6], Т. О. Каменська [8], Р. О. Костирко [9], Н. П. Кузик [10], Б. Н. Соколов [13], В. О. Шевчук [15], В. М. Яценко [16] та інші вчені. У той же час багато питань залишаються недостатньо розкритими, зокрема питання місця та ролі внутрішнього контролю в системі управління підприємством.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення місця й ролі внутрішнього контролю в сучасних реаліях управління підприємством; функцій та принципів, що визначають ефективність системи контролю на підприємстві сфери ресторанного господарства та розробка шляхів її удосконалення відповідно до вимог чинного законодавства України.

Виклад основного матеріалу дослідження. В організації процесу управління на підприємстві особливе місце належить організації внутрішнього контролю. Контроль повинен здійснюватися як на найвищій ланці управління — за допомогою служби внутрішнього контролю, так і на середній ланці — відповідними функціональними службами. Контроль виконання плану робіт, і, особливо, якості продукції, повинен здійснюватись на всіх стадіях виробничого процесу та, передусім, на самих ранніх його стадіях, з метою попередження негативних наслідків для підприємства.

Міжнародна організація вищих контролюючих органів (ІНТОСАІ) визначила, що організація

контролю є обов'язковим елементом управління суспільними і фінансовими ресурсами, оскільки таке управління тягне за собою відповідальність перед суспільством [11].

Внутрішній контроль визначають як вид управлінської діяльності, який забезпечує керівництву підприємств підтвердження щодо вірності його управлінських рішень, а також щодо здійснених ним поточних коректив [12]. В якості механізму внутрішнього контролю визначають систему мотиваційних, ресурсних, правових, управлінських та організаційно-технічних факторів, використання яких забезпечує визнане співробітниками підприємства завершення конкретних дій господарських відносин [4]. Отже, можна відзначити багаторівневу інформаційну спрямованість внутрішнього контролю, що за своїм підсумком передбачає врегулювання відносин між керуючою та керованою системами з приводу провадження діяльності.

Н. П. Кузик у своєму дослідженні підкреслює тісний взаємозв'язок між метою управління та метою контролю. Під метою управління автор зазначає підвищення ефективності діяльності; забезпечення високого рівня фінансової конкурентоспроможності; підтримання економічного суб'єкта в стадії впорядкованості; досягнення запланованих показників діяльності підприємства; дотримання вимог нормативно-законодавчих актів; дотримання єдиної методології ведення обліку; своєчасне прийняття та висока якість управлінських рішень; збереженість майна, уникнення шахрайства. Водночас мета контролю вбачається в виявленні внутрішніх резервів і мобілізації їх використання; діагностиці фінансового стану, активізації підприємницької діяльності; інформаційному і методичному забезпеченні працівників; перевірці системи формування і каналів руху управлінської інформації; виявленні відхилень у функціонуванні підприємства від передбачуваної стратегії; уніфікації і стандартизації облікових процесів, досягненні якісного документування операцій; забезпеченні достовірності і цілісності інформації, встановленні зворотного зв'язку; виявленні порушень із використанням методичних прийомів і контрольних процедур і інформування керівництва [4].

Мета і завдання внутрішнього контролю визначаються на рівні конкретного підприємства, виходячи з його форми власності, розмірів, організаційної структури, господарської діяльності.

Основні цілі внутрішнього контролю полягають, перш за все, в інформаційному забезпеченні системи управління підприємством для отримання можливості прийняття ефективних управлінських рішень, виявленні та мінімізації ризиків комерційної діяль-

ності, а також забезпеченні фінансової конкурентоспроможності підприємства, якості продукції, що випускається та обслуговування споживачів у відповідності до вимог нормативно-законодавчих актів і внутрішніх нормативних документів підприємства, що визначають його політику і регулюють його діяльність.

Внутрішній контроль в підприємствах ресторанного господарства здійснюється безперервно, всіма співробітниками підприємства. Він повинен бути спрямований на:

- дотримання встановлених процедур та повноважень при прийнятті управлінських рішень, які безпосередньо стосуються інтересів підприємства та споживачів готової продукції та послуг;
- удосконалення інформаційного і аналітичного забезпечення процесів управління і контролю;
- дотримання вимог нормативно-законодавчих актів України, внутрішніх нормативів та положень підприємства;
- здійснення контролю за ризиком, який виникає у процесі діяльності підприємства;
- забезпечення збереження товарно-матеріальних цінностей;
- забезпечення достовірності фінансової звітності;
- вживання своєчасних та ефективних заходів, що сприятимуть усуненню виявлених недоліків та порушень в діяльності підприємства.

Дослідження місця та ролі внутрішнього контролю в системі управління підприємств ресторанного

господарства неможливо здійснювати відокремлено від принципів управління. До числа найважливіших принципів управління вчені відносять принцип делегування повноважень, принцип цілей, принцип ієрархії, принцип раціоналізації управління, принцип забезпечення контролю (табл. 1).

Вивчення принципів та концепцій розвитку внутрішнього контролю, викладених в працях науковців показує, що досить поширеним є погляд на контроль, як функції управління. Передумовами виникнення внутрішнього контролю як функції управління є: невизначеність власника щодо окремих аспектів діяльності підприємства; попередження виникнення кризових ситуацій; висока конкуренція; підтримання успіху шляхом порівняння досягнутих результатів із запланованими з визначенням ефективних напрямів діяльності, які сприятимуть отриманню прибутку.

Трактування внутрішнього контролю, як функції управління, вимагає, на нашу думку, більш конкретного уточнення щодо того, в чому полягає ця функція. Суть її зводиться до стеження за проходженням та здійсненням певних господарських операцій, пов'язаних із реалізацією поставлених завдань, планів, програм, одержаних настанов, існуючих рішень, а також реалізації отриманої інформації для коригуючих дій.

Функція контролю в системі управління господарюючим суб'єктом активно впливає на всі його процеси і передбачає реалізацію комплексу завдань

Таблиця 1

Принципи управління підприємств ресторанного господарства

№ з/п	Принцип	Сутність
1	Делегування повноважень	Полягає у передачі власником частини покладених на нього повноважень, прав і відповідальності своїм підлеглим, оскільки головним завданням керівника є забезпечення організації трудового процесу силами колективу. Делегуючи повноваження власник отримує можливість сконцентруватися на вирішенні складних управлінських завдань, які відповідають його рівню компетенції. Важливим моментом в реалізації цього принципу є організація ефективного контролю дій підлеглих. Так, необхідною умовою є отримання своєчасної, достовірної та повної інформації про діяльність підрозділів, можливість обміну нею співробітниками, а також управлінської майстерності власника.
2	Цілей	Означає, що на підприємстві мають бути присутні структури, які забезпечуватимуть отримання доходів, виходячи з основної мети діяльності будь-якого підприємства — отримання прибутку.
3	Ієрархії	Підрозділи підприємства ранжуються у послідовності наближеності до найвищого рівня управління; визначаються повноваження управлінського персоналу підприємства.
4	Раціоналізації управління	Принцип вимагає, щоб управлінський персонал підприємства забезпечував постійний його розвиток, наприклад, за рахунок надання нових видів послуг, освоєння нових ринків, упровадження інформаційних технологій, скорочення затрат.
5	Забезпечення контролю	Найважливіший принцип, який вимагає організувати такий внутрішній контроль, який буде спроможний запобігти виникненню різного роду порушень, потенційних помилок та можливих втрат, забезпечить законність, надійність та ефективність діяльності підприємства.

Джерело: сформовано автором за результатами проведеного дослідження

в інтересах функціонування суб'єкта й забезпечення бажаних напрямів його розвитку. Зміст контролю, як функції управління, проявляється через єдність чотирьох його етапів: виявлення і вивчення фактичного стану справ, зіставлення його з поставленими цілями, критична оцінка вивченої діяльності, розробка заходів впливу з усунення виявлених порушень [5].

Внутрішній контроль як функція управління є засобом зворотного зв'язку між об'єктом та органом управління, що інформує про дійсний стан об'єкта і фактичне виконання управлінських рішень. Внутрішній контроль — це процес, який забезпечує відповідність функціонування конкретного об'єкта прийнятим управлінським рішенням і спрямований на успішне досягнення поставленої мети [14].

Деякі автори розглядають функцію контролю як окрему функцію управління. При цьому зміст функцій планування, регулювання, обліку та аналізу досить повно відображено в науковій літературі, тоді як функція контролю відображується як супутня і детальному вивченню у багатьох економістів не піддається. На нашу думку, контроль виступає невід'ємним компонентом всіх дій і функцій управління підприємством. Зазвичай він найбільш виражений в кінці їх реалізації. За допомогою внут-

рішнього контролю стає можливим визначити чи досягнута основна мета діяльності підприємства. Внутрішній контроль пов'язує всі ланки ланцюга управління в єдине ціле. Звідси очевидна висока значимість контрольної функції.

Ефективне управління підприємством ресторанного господарства передбачає великий обсяг контрольної роботи. Тому внутрішній контроль набуває характеру основи, присутньої на всіх рівнях управління. Будь-яка управлінська функція обов'язково інтегрована з функцією контролю (рис. 1).

Так, на стадії планування реалізуються такі контрольні функції, як оцінка раціональності можливих варіантів управлінських рішень та відповідність управлінських рішень стратегії діяльності підприємства. На стадії організації та регулювання реалізації управлінських рішень є необхідним контроль правильності їх реалізації для досягнення поставленої мети. На стадії мотивації повинен бути забезпечений контроль процесу заохочення співробітників підприємства до праці з метою досягнення особистих цілей та цілейсамого підприємства. На стадії обліку повинен бути забезпечений контроль: за наявністю та рухом майна; за раціональним використанням виробничих ресурсів у відповідності до встановле-

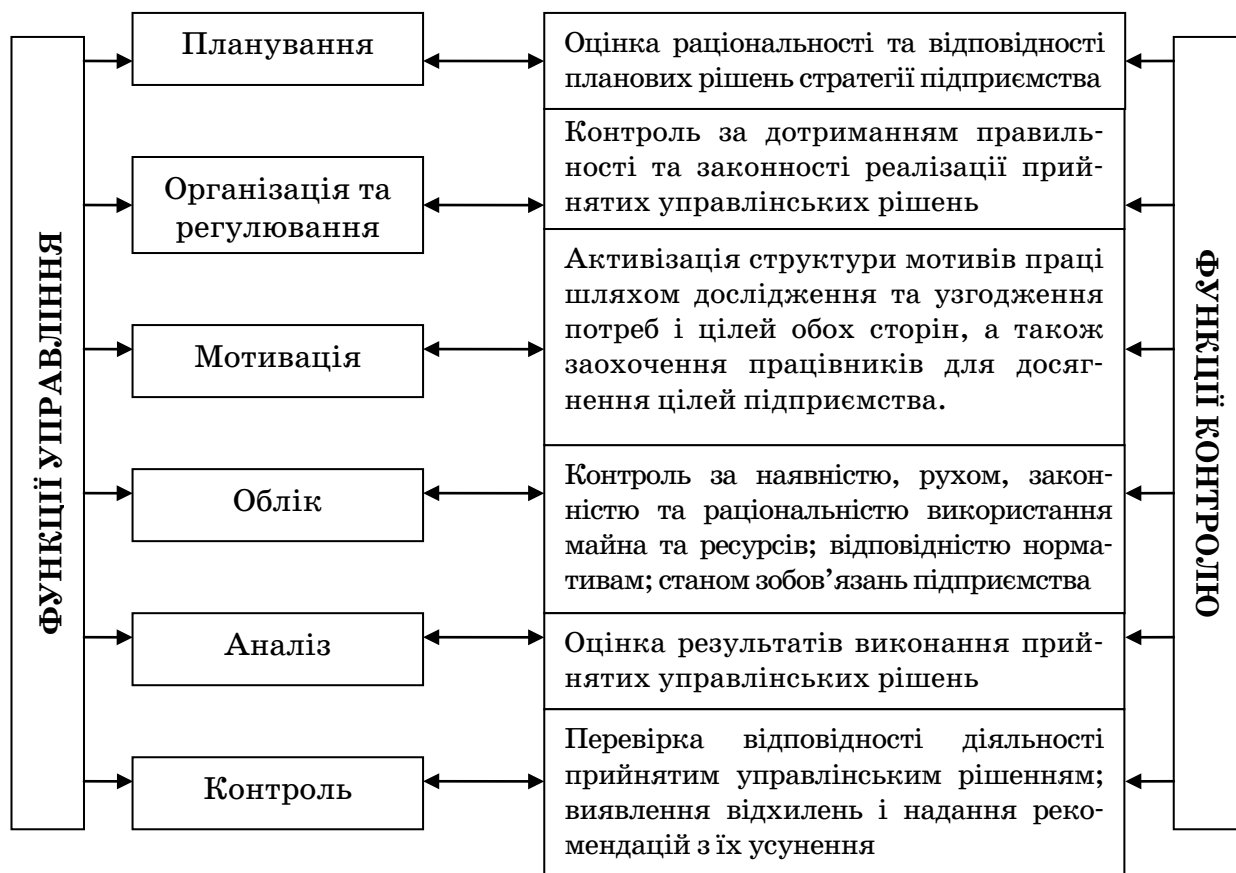


Рис. 1. Взаємозв'язок функцій управління та контролю підприємств ресторанного господарства
Джерело: сформовано автором за результатами проведеного дослідження

них норм; за станом зобов'язань підприємства; за доцільністю та законністю здійснюваних господарських операцій.

Щодо стадії аналізу, дані контролю є його основою. На стадії аналізу реалізується, наприклад, така функція контролю, як контроль рівня забезпеченості запасів та витрат джерелами формування. В той же час, на всіх стадіях здійснення контролю використовуються різні методи аналізу. Дані аналізу, в свою чергу, є підставою для здійснення контролю його якості при оцінці інформації, відносно результатів виконання управлінських рішень.

Крім того, поряд з інтеграцією функції контролю з іншими функціями управління існує інформаційна інтеграція усередині функції контролю.

Удосконалення системи внутрішнього контролю сучасного підприємства повинно бути пов'язане з віднесенням до системи внутрішнього контролю властивостей адаптивності. Так, гнучка система контролю повинна бути «вбудована» в існуючу систему управління підприємством таким чином, щоб виявлені розбіжності (порушення) були виявлені в ході контролю і доведені до відома системи управління. Система внутрішнього контролю стає більш гнучкою, функція контролю стає домінуючою в сукупності управлінських функцій, об'єднуючи функції планування, організації та регулювання, мотивації, обліку та аналізу і, власне, контролю.

На нашу думку, внутрішній контроль слід розглядати, як частину єдиної системи управління підприємств, яка включає аналіз оцінки можливостей та очікуваного ризику, визначення стратегічних цілей, планування й координацію різних часткових процесів і діяльності загалом на досягнення мети, реєстрацію даних, порівняння результатів господарської діяльності з планом і здійснення процесу контролю.

Внутрішньому контролю належить особливе місце в прийнятті та реалізації управлінських рішень. Контроль сприяє досягненню оптимального результату управлінської діяльності.

Значення внутрішнього контролю в управлінні підприємств сфери ресторанного господарства неможливо переоцінити. На сьогодні, методи управління підприємством неспроможні забезпечити належний результат. У сучасних умовах господарювання необхідним є якісна зміна всіх важелів управління підприємствами ресторанного господарства. Одним із найважливіших елементів прийняття та реалізації ефективного економічного рішення є внутрішній контроль, який в сучасних умовах набуває характер основи, присутньої на всіх рівнях управління. Ефективний внутрішній контроль, забезпечуючи

управлінський персонал якісною інформаційною базою, сприяє досягненню ефективного результату управлінської діяльності. У відповідності з цим, внутрішній контроль повинен бути орієнтований, головним чином, на забезпечення основних показників ефективності функціонування підприємства в сучасних умовах: стійке положення підприємства на ринку галузі, своєчасна адаптація систем виробництва продукції та управління до постійних змін у зовнішньому середовищі.

Питання контролю технологічних процесів виготовлення продукції є особливо актуальним для підприємств ресторанного господарства і потребують постійного пошуку найефективніших методів та засобів контролю. Відповідно до технологічних процесів виробництва продукції доцільно виконувати контроль всіх стадій життєвого циклу підприємства з чітким розподілом функцій та відповідальності за якість харчування та обслуговування.

Необхідність посилення контролю викликана прямим зв'язком з впливом на здоров'я населення якості продукції. Особливої уваги заслуговують питання, пов'язані з особливостями діяльності, серед яких доцільно виділити виробництво кулінарної продукції, формування собівартості, реалізацію та організацію її споживання. Безперервний внутрішній контроль усіх етапів діяльності підприємств ресторанного господарства забезпечить належний рівень якості страв, а аналіз результатів операцій контролю може визначати шляхи підвищення якості продукції, перевірку поставлених керівництвом завдань, дасть можливість виявити фактичний стан підприємства, викрити недоліки в роботі та сприятиме своєчасному вживанню заходів для поліпшення господарської діяльності та підвищення прибутковості.

Діючі підприємства ресторанного господарства повинні застосовувати різні методи, способи і засоби контролю процесів, що забезпечить споживачів високоякісною та безпечною продукцією та стравами. Також потрібно розвивати питання суцільного контролю технологічних операцій виготовлення продукції — від приймання сировини на підприємство до реалізації готової продукції споживачам.

Місце внутрішнього контролю в системі управління підприємством сфери ресторанного господарства представлено на рис. 2.

Так, прийняте управлінське рішення керівника повинне бути доведене до виконавців та за його виконанням повинен бути здійснений контроль за діями всіх підрозділів підприємства та на всіх стадіях виробничого циклу. Присутність внутрішнього контролю на кожному етапі господарської

діяльності підприємства стимулює її ефективність і результативність шляхом активного впливу на підконтрольні об'єкти.

Керівники окремих структурних підрозділів іноді не враховують в суті і ефективність рішень.

Тому з метою посилення контролю особливу увагу необхідно приділити перевірці економічної ефективності і доцільності операцій підприємства [7].

Як показують дослідження, на тих підприємствах, де налагоджені поточний внутрішній кон-

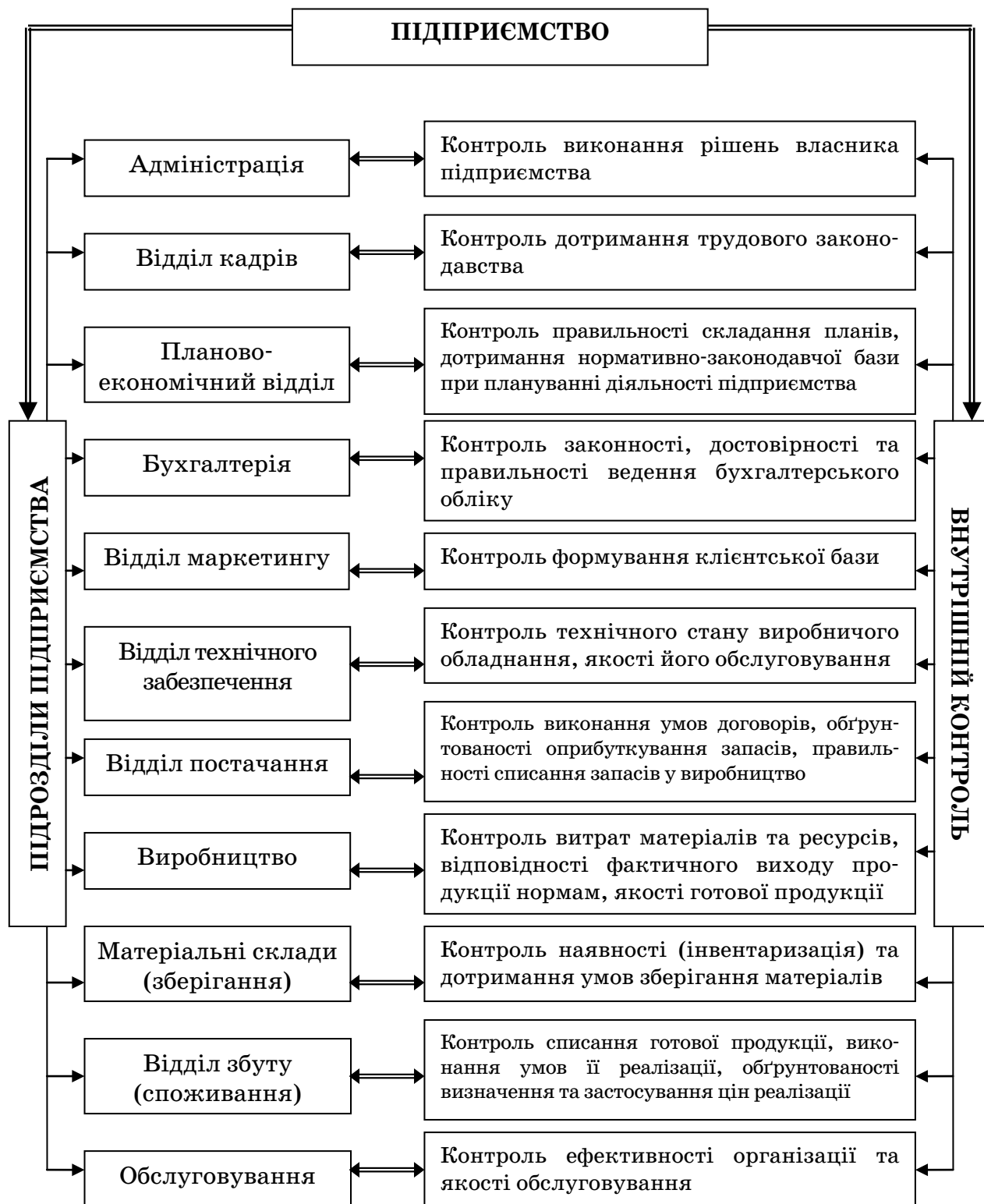


Рис. 2. Місце внутрішнього контролю в системі управління підприємством сфери ресторанного господарства
Джерело: сформовано автором за результатами проведеного дослідження

троль, інвентаризаційна діяльність, забезпечується краще зберігання цінностей. З метою посилення боротьби з нестачами необхідно, щоб внутрішній контроль здійснювався об'єднаними зусиллями всіх суб'єктів внутрішнього контролю: керівників структурних підрозділів, бухгалтерської служби, служби внутрішнього контролю. При цьому важливе значення має постійний (щоденний) контроль за рухом товарно-матеріальних цінностей на окремих об'єктах підприємства.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином

внутрішній контроль є найважливішою складовою процесу прийняття та реалізації управлінських рішень і сприяє досягненню оптимального результату управління підприємством.

Внутрішній контроль покликаний забезпечити максимально ефективне використання як фінансових, так і інших видів ресурсів підприємства. Внутрішній контроль сприяє реалізації економічної політики, розробленої керівництвом, дозволяє систематизувати фінансові та економічні ресурси, озброїти управлінський персонал реальною інформацією щодо стану підприємства.

Література

1. Аренс А. Аудит: / А. Аренс, Дж. Лоббек; гл. редактор сериї проф. Я. В. Соколов — М.: Финансы и статистика, 1995. — 560 с.
2. Белік, В. Д. Контроль в системі управління підприємством / В. Д. Белік // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: економічні науки. — 2010. — № 1(51). — С. 15–22.
3. Бурцев В. В. Внутренний контроль: основные понятия и организация проведения: Менеджмент в России и за рубежом № 4 / 2002. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.mevriz.ru/articles/2002/4/1037.html>
4. Бутинець Т. А. Розвиток науки господарського контролю: проблеми теорії, методології, практики: монографія / Т. А. Бутинець. — Ж.: ЖДТУ, 2011. — 772 с.
5. Бутинець Ф. Ф., Виговська Н. Г., Малюга Н. М., Петренко Н. І. Контроль і ревізія: Підручн. для студ. спец. «Облік і аудит» ВНЗ / За ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. — Житомир: ПП «Рута», 2002. — 544 с.
6. Дорош Н. І. Внутрішній контроль та аудит в управлінні ризиками на підприємстві / Н. І. Дорош // Вісник Львівської комерційної академії. Серія: Економічна. — 2014. — Вип. 44. — С. 148–152.
7. Євдошак В. І., Замойська О. Б. Проблеми розвитку внутрішнього контролю на підприємствах // Вісник ЧТЕІ. — Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2011. — Вип. 2. ОБЛІК, АНАЛІЗ, АУДИТ. — С. 395–398.
8. Каменська Т. О. Внутрішній контроль і аудит в управлінні: практ. посіб. / Т. О. Каменська, О. Ю. Редько; Наук. шк. аудиту, нац. центр обліку та аудиту. — К.: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2015. — 375 с.
9. Костирко Р. О. Системно-цільовий підхід до організації внутрішнього контролю для прийняття управлінських рішень / Р. О. Костирко // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 3 (93). — С. 197–206.
10. Кузик Н. П. Система внутрішнього контролю в акціонерному товаристві: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04 / Національний аграрний ун-т / Н. П. Кузик. — К., 2004. — 19 с.
11. Мурашко О. В. Внутрішній контроль в професійній підготовці менеджерів // Науковий вісник УМО «Економіка та управління». — Вип. 1 (2016). — С. 11–22.
12. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навч. посіб. / Л. І. Нечаюк, Н. О. Телеш. — К.: Центр навчальної літератури, 2003. — 348 с.
13. Соколов Б. Н. Внутренний аудит и контроль: организация, методики, практика // Бухгалтерский учет, 2010. — 272 с.
14. Станкевич Г. Особливості системи внутрішнього контролю підприємства та роботи внутрішнього аудитора // Аудитор України. — № 9 (226), 2014. — С. 32–37.
15. Шевчук В. О. Проблеми ідентифікації об'єктів контролю господарських систем / В. О. Шевчук // Розвиток системи обліку, аналізу та аудиту в Україні: теорія, методологія, організація: тези доп. 9-ї міжнар. наук. конф. — К.: Бізнес Медіа Консалтинг, 2011. — С. 10–11.
16. Яценко В. М. Внутрішній контроль на підприємствах України: проблеми розвитку та шляхи їх вирішення // Вісник Черкаського ЧДТУ. Серія: Економічні науки. — Черкаси, 2012. — № 22. — С. 3–7.

References

1. Arens A. Audit / A. Arens, Dzh. Lobbek; gl. redaktor serii prof. Ya. V. Sokolov — M.: Finansy i statistika, 1995. — 560 s.

2. Bjelik, V.D. Kontrolj v systemi upravlinnja pidpryjemstvom / V.D. Bjelik // Visnyk Zhytomyrs'kogho derzhavnogho tekhnologichnogho universytetu. Serija: ekonomichni nauky. — 2010. — # 1(51). — S. 15–22.
3. Burtsev V.V. Vnutrennij kontrol: osnovnye ponyatiya i organizatsiya provedeniya: Menedzhment v Rossii i za rubezhom № 4 / 2002. [Elektronnyy resurs] — Rezhim dostupu: <http://www.mevriz.ru/articles/2002/4/1037.html>
4. Butynecj T.A. Rozvytok nauky ghospodars'kogho kontrolju: problemy teoriji, metodologiji, praktyky: monohrafija / T.A. Butynecj. — Zh.: ZhDTU, 2011. — 772 s.
5. Butynecj F.F., Vyghovs'jka N. Gh., Maljugha N.M., Petrenko N.I. Kontrolj i revizija: Pidruchn. dlja stud. Spec. «Oblik i audyt» VNZ / Za red. prof. F.F. Butynecja. — Zhytomyr: PP «Ruta», 2002. — 544 s.
6. Dorosh N.I. Vnutrishnij kontrol ta audyt v upravlinni ryzykamy na pidpryemstvi / N.I. Dorosh // Visnyk Lvivskoyi komercijnoyi akademiji. Seriya: Ekonomichna. — 2014. — Vyp. 44. — S. 148–152.
7. Jevdoshhak V.I., Zamojs'jka O.B. Problemy rozvytku vnutrishnjogho kontrolju na pidpryemstvakh // Visnyk ChTEI. — Chernivci: ChTEI KNTEU, 2011. — Vyp. 2. OBLIK, ANALIZ, AUDYT. — S. 395–398.
8. Kamenska T.O. Vnutrishnij kontrol i audyt v upravlinni: prakt. posib. / T.O. Kamenska, O. Yu. Redko; nauk. shk. audy'tu, nacz. zentr obliku ta audytu. — K.: DP «Inform.-analit. agentstvo», 2015. — 375 s.
9. Kostyrko R.O. Systemno-ciljovyy pidkhdid do orghanizaciji vnutrishnjogho kontrolju dlja pryjnattja upravlins'jkykh rishenj / R.O. Kostyrko // Aktualjni problemy ekonomiky. — 2009. — # 3 (93). — S. 197–206.
10. Kuzyk N.P. Systema vnutrishnjogho kontrolju v akcionernomu tovarystvi: Avtoref. dys. kand. ekon. nauk: 08.06.04 / Nacionaljnyj aghrarnyj un-t / N.P. Kuzyk. — K., 2004. — 19 s.
11. Murashko O.V. Vnutrishnij kontrolj v profesijnij pidghotovci menedzheriv // Naukovyj visnyk UMO «Ekonomika ta upravlinnja». — Vypusk 1 (2016). — S. 11–22.
12. Nechajuk L.I. Ghoteljno-restorannyj biznes: menedzhment: Navch. posib. / L.I. Nechajuk, N.O. Telesh. — K.: Centr navchalnoji literatury, 2003. — 348 s.
13. Sokolov B.N. Vnutrennij audit i kontrol: organizatsiya, metodiki, praktika // Bukhgalterskiy uchet, 2010. — 272 s.
14. Stankevych Gh. Osoblyvosti systemy vnutrishnjogho kontrolju pidpryemstva ta roboty vnutrishnjogho audytora // Audytory Ukrainy. — # 9 (226), 2014. — S. 32–37.
15. Shevchuk V.O. Problemy identyfikaciji ob'ektiv kontrolju ghospodars'jkykh system / V.O. Shevchuk // Rozvytok systemy obliku, analizu ta audytu v Ukraini: teorija, metodologija, orghanizacija: tezy dop. 9-ji mizhnar. nauk. konf. — K.: Biznes Media Konsal'tyngh, 2011. — S. 10–11.
16. Jacenko V.M. Vnutrishnij kontrolj na pidpryemstvakh Ukrainy: problemy rozvytku ta shljakhy jikh vyrishennja // Visnyk Cherkas'kogho derzhavnogho tekhnologichnogho universytetu. Serija: Ekonomichni nauky. — Cherkasy, 2012. — # 22. — S. 3–7.

Слободянюк Наталя Олександрівна
*доктор економічних наук, завідувач кафедри,
доцент кафедри фінансів і банківської справи
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

Слободянюк Наталья Александровна
*доктор экономических наук, заведующий кафедры,
доцент кафедры финансов и банковского дела
Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Slobodyanyuk Natalija
*Doctor of Economics, Associate Professor,
Head of the Finances and Banking Department,
Donetsk National University of Economy and Trade
named after M. Tugan-Baranovsky*

Шокер Римма Ігорівна
*студентка
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

Шокер Римма Игоревна
*студентка
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

Shoker Rymma
*Student of the
Donetsk National University of Economy and Trade
named after M. Tugan-Baranovsky*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4521

СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА ДЕТЕРМІНАНТІВ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕТЕРМИНАНТОВ ИНВЕСТИЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ

STATISTICAL EVALUATION OF PROVIDING INVESTMENT DETERMINANTS FINANCIAL SECURITY IN UKRAINE

Анотація. Актуальність статті обумовлена необхідністю ідентифікації та оцінки ключових детермінантів інвестиційного забезпечення фінансової безпеки України з метою їх прогнозування. Авторами обґрунтовано, що інвестиційне забезпечення є складовою фінансової безпеки країни та впливає на формування її економічного потенціалу шляхом створення сприятливого інвестиційного клімату та активізації інноваційно-інвестиційних процесів.

На основі методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України та власних досліджень за 2007–2017 рр. виконано діагностику стану й динаміки відповідних змін ключових індикаторів національної економіки, які формують показники інвестиційного забезпечення: валове нагромадження основного капіталу, відношення чистого

приросту прямих іноземних інвестицій до ВВП, відношення обсягу інвестицій до вартості основних засобів, знос основних засобів, розмір економіки України у відсотках до Світового ВВП.

Виявлено, що стан ключових детермінантів характеризується як незадовільний, більшість з них знаходяться на рівні критичного значення.

Встановлено, що валове нагромадження основного капіталу є одним із головних показників, що характеризує рівень інвестиційного забезпечення держави, в статті доведено, що протягом 2009–2017 рр. спостерігається критичне значення цього індикатора ($\leq 18\%$).

Досліджено, що за 2016–2017 рр. відбувається незначний приріст ВВП, що призвело до зростання частки економіки України у Світовому ВВП. В статті розраховано, що у 2010–2012 роках відношення чистого приросту прямих іноземних інвестицій до ВВП було максимально наближеним до встановленого нормативного значення, а у 2017 році майже виконано норму щодо відношення обсягу інвестицій до вартості основних засобів.

У подальших наукових дослідженнях обґрунтуванню підлягають шляхи покращення інвестиційного забезпечення фінансової безпеки держави на основі відповідних дієвих механізмів інвестиційного забезпечення.

Ключові слова: інвестиційне забезпечення, фінансова безпека, детермінанти, індикатори, показники інвестиційної безпеки.

Аннотация. Актуальность статьи обусловлена необходимостью идентификации и оценки ключевых детерминант инвестиционного обеспечения финансовой безопасности Украины с целью их прогнозирования. Авторами обосновано, что инвестиционное обеспечение является составной финансовой безопасности страны и влияет на формирование ее экономического потенциала путем создания благоприятного инвестиционного климата и активизации инновационно-инвестиционных процессов.

На основе методических рекомендаций по расчету уровня экономической безопасности Украины и собственных исследований за 2007–2017 гг. выполнено диагностику состояния и динамики соответствующих изменений ключевых индикаторов национальной экономики, которые формируют показатели инвестиционного обеспечения: валовое накопление основного капитала, отношение чистого прироста прямых иностранных инвестиций в ВВП, отношение объема инвестиций к стоимости основных средств, износ основных средств, размер экономики Украины в процентах к Мировому ВВП.

Вывявлено, что состояние ключевых детерминант характеризуется как неудовлетворительное, большинство из них находятся на уровне критического значения.

Установлено, что валовое накопление основного капитала является одним из главных показателей, характеризующих уровень инвестиционного обеспечения государства, в статье доказано, что в течение 2009–2017 гг. наблюдается критическое значение этого индикатора ($\leq 18\%$).

Доказано, что за 2016–2017 гг. происходит незначительный прирост ВВП, что привело к росту доли экономики Украины в Мировом ВВП. В статье рассчитано, что в 2010–2012 годах отношение чистого прироста прямых иностранных инвестиций в ВВП было максимально приближенным к установленному нормативному значению, а в 2017 году почти выполнено норму по отношению объема инвестиций к стоимости основных средств.

В дальнейших научных исследованиях обоснованию подлежат пути улучшения инвестиционного обеспечения финансовой безопасности государства на основе соответствующих действенных механизмов инвестиционного обеспечения.

Ключевые слова: инвестиционное обеспечение, финансовая безопасность, детерминанты, индикаторы, показатели инвестиционной безопасности.

Summary. The relevance is due to the necessity of identifying and evaluating key determinants of investment security, ensuring the financial security of Ukraine with a view to forecasting them. The authors justified that the investment support presents oneself as a part of financial security of the country and influences the formation of its economic potential by creating a favorable investment climate and activating the innovation and investment processes.

Based on the methodological recommendations for calculating the level of economic security of Ukraine and own research for 2007–2017 years diagnostic of the status and dynamic of corresponding changes in key indicators of national economy is performed, the indicators form the investment security index: growth value of fixed assets, the ratio of net growth in foreign direct investment in GDP, the ratio of investment volume to the cost of fixed assets, depreciation of fixed assets, and the size of Ukraine economy in percentage to World GDP.

It is revealed that the status of key determinants is characterized as unsatisfactory, most of them are at the critical level.

It is established that the gross accumulation of fixed capital is one of the primary indicators characterizing the level of investment security provided by the government, the article proves that during 2009–2017 years the critical level of this indicator was ($\leq 18\%$).

It is proven that for 2016–2017 years there was a slight growth in GDP, which led to an increase in the share of Ukraine's economy in World GDP. The article estimates that in 2010–2012 years the ratio of net foreign direct investments in GDP was as close as possible to an established normative value, and in 2017 almost accomplished the norm for ratio of the investment volume to the value of fixed assets.

In further research, the ways of improvement will be the subjects of justification of the investment security ensuring the financial security of the country based on the appropriate operating mechanisms of financial security.

Key words: investment security, financial security, determinants, indicators, indicators of investment security.

Постановка проблеми. В умовах інтенсифікації НТП актуальним постає досягнення оптимальних умов залучення інвестицій в реальний та фінансовий сектори національної економіки країни, а також досягнення відповідного рівня нормативних значень показників фінансової безпеки як індикатора стану фінансової системи держави.

Інвестиційне забезпечення є складовою фінансової безпеки країни та впливає на формування економічного потенціалу країни, забезпечує можливість підвищення її конкурентоспроможності на міжнародних ринках та є важливим інструментом впливу на стан економіки країни в цілому.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанню інвестиційного забезпечення фінансової безпеки України присвячено увагу великої кількості дослідників. Такі науковці як: Д. В. Нікитенко [1], Н. О. Слободянюк [2], О. І. Копилук [3], О. М. Музичка [3], З. М. Холод [3] зробили значний внесок у дослідження стану інвестиційної безпеки України та оцінили її вплив на формування фінансової безпеки держави, а О. Р. Волос [4], І. І. Москаль [5] Л. М. Закревська [6] та А. О. Заїнчковський [6] дослідили основні ризики та загрози фінансовій безпеці держави в інвестиційній сфері та динаміку інтегрального показника інвестиційного забезпечення країни.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є статистична оцінка детермінантів інвестиційного забезпечення фінансової безпеки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. В період рецесії національної економіки актуальним постає збільшення притоку інвестицій, ефективне їх впровадження відповідно до прийнятих стратегій розвитку країни.

Оцінка ефективності впровадження інвестиційного капіталу повинна бути систематичною, оскільки формує релевантну інформацію щодо загального стану інвестиційної спроможності країни, існуючих ризиків та загроз тощо.

Відповідно статистична оцінка детермінантів інвестиційного забезпечення формує інформаційно-аналітичну базу задля прийняття управлінських рішень на макрорівні стосовно підвищення рівня фінансової безпеки країни.

Так, виходячи з Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України та власних досліджень можна виділити наступні детермінанти інвестиційного забезпечення (табл. 1).

В таблиці подано розраховані значення детермінант інвестиційного забезпечення за 2007–2017 роки. Видно, що кожен із зазначених показників характеризується неоднозначною тенденцією. Задля

Таблиця 1

Детермінанти інвестиційного забезпечення фінансової безпеки держави за 2007–2017 роки

Показники	Значення у відповідному періоді										
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Валове нагромадження основного капіталу, % ВВП	27,5	26,4	18,0	16,9	17,4	18,9	16,9	14,3	13,6	15,5	16,0
Відношення чистого приросту прямих іноземних інвестицій до ВВП, %	6,46	5,69	3,97	4,22	4,24	4,08	2,24	2,23	3,33	3,50	2,0
Відношення обсягу інвестицій до вартості основних засобів, %	10,87	8,64	4,94	2,72	3,26	2,99	2,40	1,59	3,57	4,39	5,79
Знос основних засобів, %	52,6	61,2	60,0	74,9	75,9	76,7	77,3	83,5	60,1	58,1	55,1
Розмір економіки України у відсотках до Світового ВВП	0,25	0,29	0,19	0,21	0,23	0,24	0,24	0,17	0,12	0,12	0,14

Джерело: розраховано авторами за [7–10]

Таблиця 2

Нормативні значення показників

Показник	Нормативне значення
Валове нагромадження основного капіталу, % ВВП	≥ 25
Відношення чистого приросту прямих іноземних інвестицій до ВВП, %	5–10
Відношення обсягу інвестицій до вартості основних засобів, %	≥ 6
Знос основних засобів, %	≤ 35
Розмір економіки України у відсотках до світового ВВП	$\geq 1,5$

Джерело: Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України [9]

визначення особливостей стану інвестиційної безпеки держави протягом аналізованого періоду необхідно порівняти розрахункові значення індикаторів з їх нормативними значеннями (табл. 2).

Валове нагромадження основного капіталу у відсотках ВВП є одним із головних показників, що характеризує рівень інвестиційного забезпечення держави, адже виступає відношенням інвестицій в основний капітал до валового внутрішнього продукту країни. Видно, що даний показник відповідав нормативному значенню лише в 2007 та 2008 роках (27,5% та 26,4%), щодо інших значень показника протягом аналізованого періоду, то спостерігається критичне значення індикатора — $< 18\%$. Такі дані свідчать про несприятливе економічне середовище і загалом про критичний стан економіки країни, особливо загрозливий стан економіки спостерігається у 2014 та 2015 роках (14,3% та 13,6% відпо-

відно), частково таку тенденцію можна пояснити особливістю воєнно-політичних подій, що склалися. Починаючи з 2016 року значення валового нагромадження основного капіталу зростає, проте і дотепер знаходиться на рівні критичного.

Щодо відношення чистого приросту прямих іноземних інвестицій до ВВП, то ситуація повторюється — і лише у 2007–2008 роках значення входять в межі нормативних. Виходячи з того, що на значення досліджуваного показника впливають обсяг прямих інвестицій (сальдо), курс гривні до долара США та розмірів ВВП країни, можна представити наступну динаміку цих показників (рис. 1).

Видно, що у 2007 та 2008 роках спостерігається одночасне зростання рівня ВВП та прямих інвестицій, проте, уже наступного року зазначені показники знижуються і, разом з тим знижується досліджуваний показник до рівня 3,97%, що є

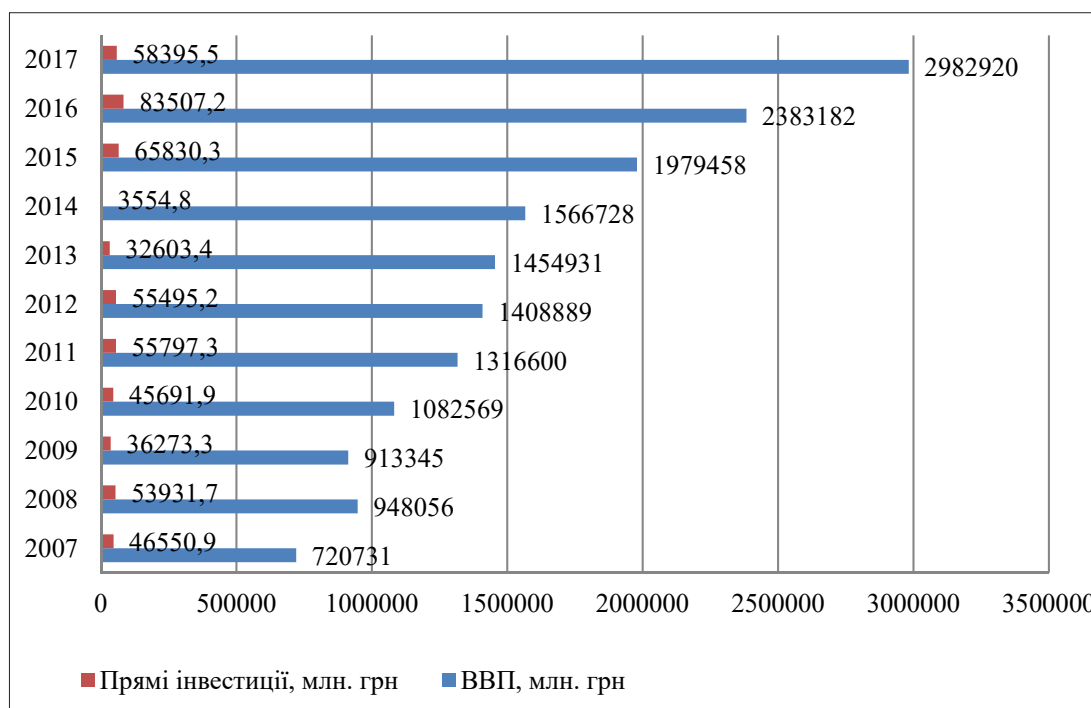


Рис. 1. Динаміка основних значень показника чистого приросту прямих іноземних інвестицій

Джерело: побудовано авторами за [7–8]

Таблиця 3

Динаміка обсягу капітальних інвестицій та вартості основних засобів за 2007–2017 роки

Рік	Капітальні інвестиції (млн. грн.)		Вартість основних засобів (млн. грн.)	
	Значення показника	Темп приросту, %	Значення показника	Темп приросту, %
2007	222679	-	2047364	-
2008	272074	22,2	3149627	53,8
2009	192878	-29,1	3903714	23,9
2010	180575,5	-6,4	6648861	70,3
2011	241286,0	33,6	7396952	11,3
2012	273256,0	13,2	9148017	23,7
2013	249873,4	-8,6	10401324	13,7
2014	219419,9	-12,2	13752117	32,2
2015	273116,4	24,5	7641357	-44,4
2016	359216,1	31,5	8177408	7,0
2017	448461,5	24,9	7733905	-5,4

Джерело: складено та розраховано авторами за [7]

менше нормованого значення. З 2010 року по 2012 рік, показники знову зростають і дещо покращують стан досліджуваного індикатора, прирівнюючи його максимально близько до норми (4,08% у 2012 році), у подальші роки значення ВВП та прямих іноземних інвестицій змінюються неоднозначно (зростання ВВП та зменшення прямих іноземних інвестицій у 2013–2014 роках та зростання обох показників у 2015–2016 роках). Станом на 2017 рік відношення чистого приросту прямих іноземних інвестицій до ВВП склало 2%, тобто найменше за весь аналізований період. На це загалом вплинуло зменшення обсягу прямих іноземних інвестицій на 69,9% порівняно з 2016 роком.

Показник відношення обсягу інвестицій до вартості основних засобів теж зазнавав змін протягом аналізованого періоду (табл. 3).

За нормативами значення показника відношення обсягу інвестицій до вартості основних засобів має дорівнювати або перевищувати 6%. Дослідженні дані показують, що показник відповідає нормативам у 2007 році — 10,87% та у 2008 році — 8,64%. В подальшому значення показника жодного разу не відповідало нормативу. У 2014 році показник сягнув найвищої позначки і склав 1,59% при обсязі капітальних інвестицій у сумі 219419,9 млн. грн. та основних засобів у сумі 13752117 млн. грн. Видно, що така ситуація склалась через зниження обсягу

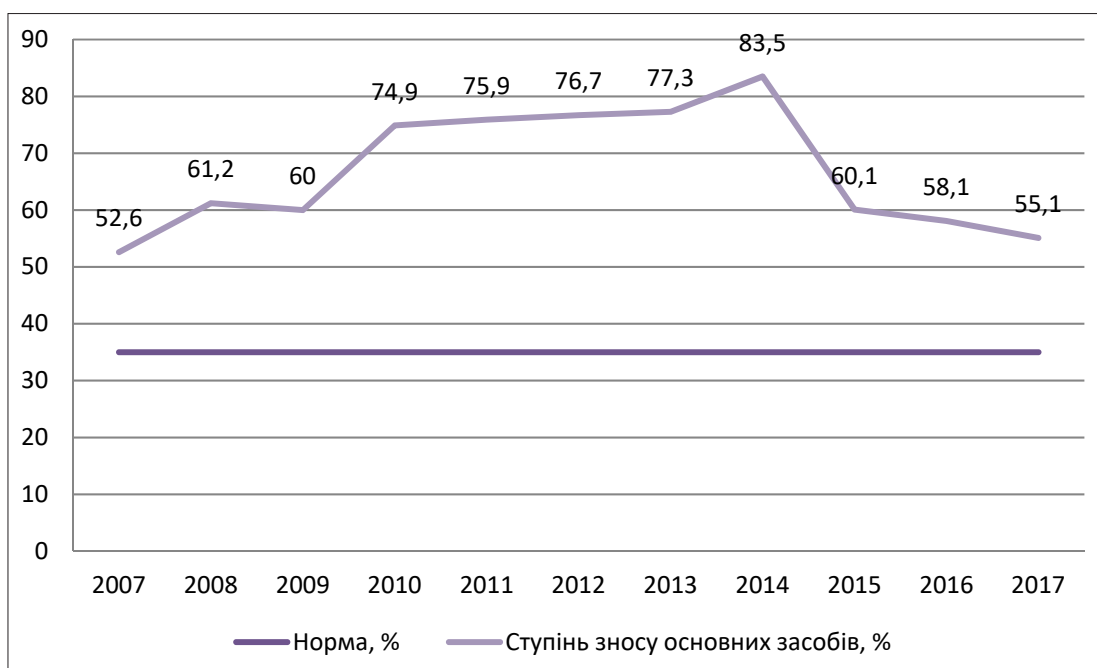


Рис. 2. Динаміка показника зносу основних засобів за 2007–2017 рр.

капітальних інвестицій на 12,2% відносно попереднього року та зростання вартості основних засобів на 32,2% відносно 2013 року. Проте, уже наступного року досліджуваний показник зріс майже вдвічі і склав 3,57%, на це загалом вплинуло зростання обсягу капітальних інвестицій на 24,5%, та зменшення загальної суми основних фондів на 44,4%. В подальшому спостерігається продовження даної тенденції та поступове зростання досліджуваного індикатора, який станом на 2017 рік склав 5,79%, що майже сягнуло нормативного показника.

Наступним аналізованим показником є ступінь зносу основних засобів. За 2007–2017 роки зазначений показник жодного разу не відповідав нормованому значенню ($\leq 35\%$), а постійно значно перевищував його (рис. 2).

Останнім, із не менш важливих аналізованих індикаторів стану інвестиційного забезпечення фінансової безпеки держави є розмір економіки України у відсотках до Світового ВВП. Нормоване значення даного показника встановлене на рівні 1,5% і більше, проте протягом аналізованого періоду нормованого значення не було досягнуто (рис. 3).

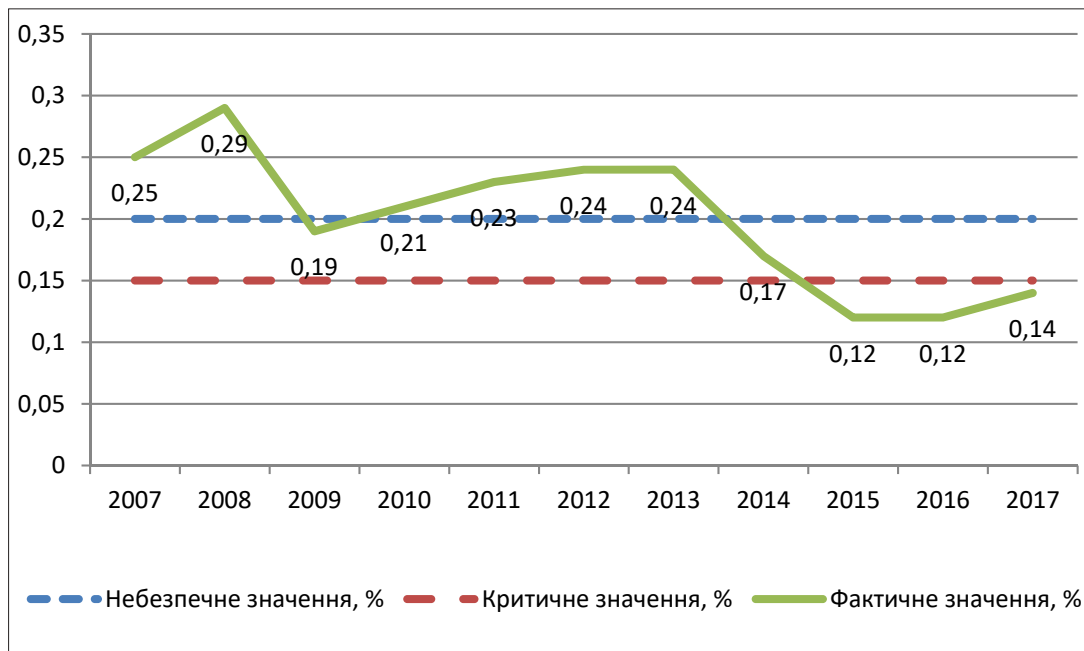


Рис. 3. Розмір економіки України у відсотках до світового ВВП

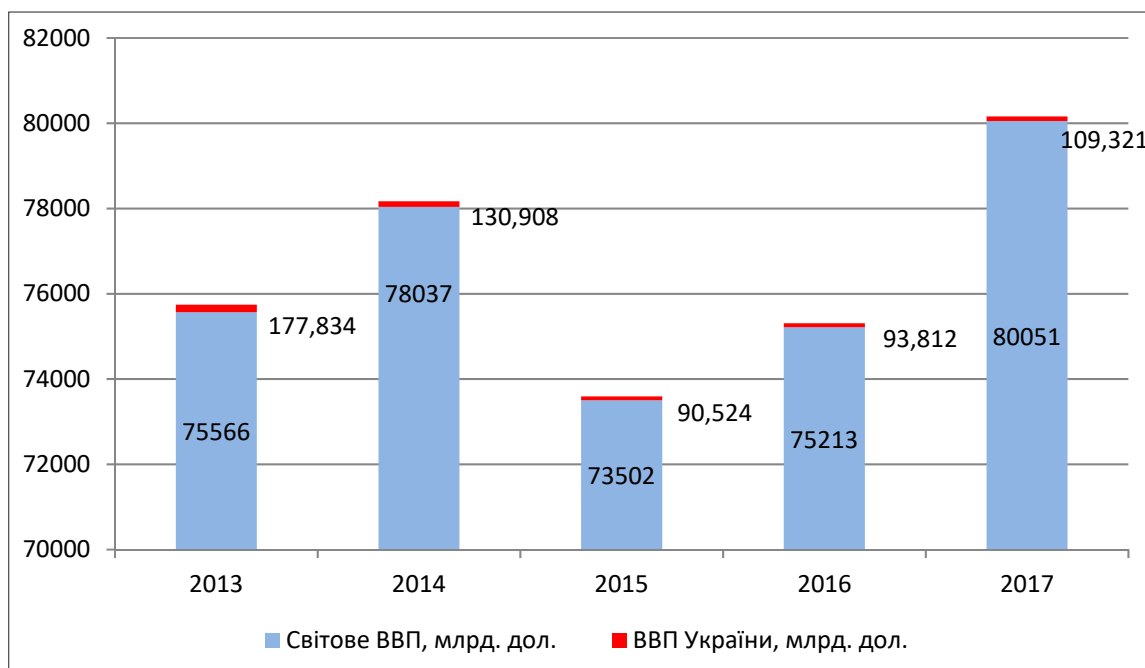


Рис. 4. Частка України у Світовому ВВП за роками

Отже, розмір економіки України відносно Світового ВВП в період з 2007 року знаходився на рівні небезпечного значення, у 2009 році — сягнув критичного рівня (0,19%), проте уже наступного року знову зріс до небезпечного рівня і до кінця 2013 року стан показника надалі покращувався. Починаючи з 2014 року і дотепер показник знову знаходиться на критичному рівні (станом на 2017 рік — 0,14%). Україна значно відстає від інших країн за темпами економічного розвитку, саме тому її частка у світовому ВВП є настільки незначною (рис. 4).

Видно, що останні п'ять років в Україні не спостерігається стабільність щодо зростання обсягу ВВП, а навпаки, його значення з 2013 року по 2015 рік значно зменшилось (від 177,834 млрд. дол. США до 90,524 млрд. дол. США), і, у 2016–2017 роках показник незначними темпами почав зростати, а разом з тим, зросла і частка економіки України у Світовому ВВП. Тобто, можна прогнозувати вихід із рівня критичного значення при подальшому зростанні обсягу ВВП України. Виходячи з цього, зрозуміло, що саме інвестиції можуть стати тим інструментом, який допоможе зростити рівень економічної привабливості економіки нашої країни і збільшити її частку в світовій економіці.

Проаналізовані значення детермінантів інвестиційного забезпечення можна подати у вигляді

узагальненої таблиці, що показує їх відповідність, невідповідність або наближеність до загально-визначеної норми (табл. 4).

З зазначеної таблиці видно, що лише в 2007–2008 роках зазначені індикатори стану інвестиційного забезпечення відповідали встановленим нормам (окрім зносу основних засобів та розміру економіки України у Світовому ВВП). Також, у 2010–2012 роках відношення чистого приросту прямих іноземних інвестицій до ВВП було максимально наближеним до норми, а у 2017 році майже виконано норму щодо відношення обсягу інвестицій до вартості основних засобів. Проте, слід відзначити, що ситуація щодо інвестиційного забезпечення фінансової безпеки держави є вкрай незадовільною або ж навіть критичною. Тобто прослідковується недостатність залучення державою інвестиційних ресурсів, обсяги яких протягом останніх років збільшуються, але повільними темпами.

Щодо стану інвестиційного забезпечення у 2018 році можна зробити деякі прогнози, виходячи з зазначених даних (табл. 5).

Видно, що значення ВВП за II квартали 2018 року становить 27,06% від річного показника попереднього року або 807322 млн. грн. можна сказати, що показник не відповідає ймовірним прогнозам

Таблиця 4

Співвідношення фактичних та нормативних значень показників інвестиційного забезпечення *

Показники	Відповідність нормативу за періодом										
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Валове нагромадження основного капіталу, % ВВП	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Відношення чистого приросту прямих іноземних інвестицій до ВВП, %	+	+	-	±	±	±	-	-	-	-	-
Відношення обсягу інвестицій до вартості основних засобів, %	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	±
Знос основних засобів, %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Розмір економіки України у відсотках до Світового ВВП	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Джерело: створено авторами

Примітка: * — «+» відповідність фактичних значень детермінантів інвестиційного забезпечення встановленим нормативам

Таблиця 5

Показники економічного розвитку України у 2018 році

Показник	Значення	Частка відносно попереднього року, %
Валовий внутрішній продукт за II кв., млн. грн.,	807322	27,06
Прямі іноземні інвестиції за II кв., млн. дол. США,	1121	50,91
Капітальні інвестиції за III кв., млн. грн.,	337045,6	75,16

Джерело: складено та розраховано авторами за [7–8]

(не менше 50% за півріччя). Щодо обсягу прямих іноземних інвестицій в економіку України, то їх значення за II квартали 2018 року становить 1121 млн. дол. США або 50,91% від показника 2017 році, що майже виправдовує економічні сподівання. Обсяг капітальних інвестицій за III квартали 2018 року склав 75,16% від 2017 року або 337045,6 млн. грн.

Висновки. Отже, стан детермінантів інвестиційного забезпечення фінансової безпеки України є незадовільним, деякі із аналізованих показників менше встановлених нормативних значень. За весь аналізований період лише в 2007–2008 рр. показники відповідали нормативним значенням, або ж були наближеними до нього. Слід зосередити увагу на залученні все більшого обсягу іноземних ресур-

сів, що дасть змогу збільшити частку економіки країни у Світовому ВВП. Для економіки України характерною рисою є значне зношення основних засобів, що свідчить про низький техніко-технологічний рівень країни, тобто необхідно звернути увагу на спрямування залучених ресурсів в сферу інноваційного розвитку задля підвищення показників розвитку галузей реального сектору економіки. Загалом, економіка України знаходиться на дуже низькому рівні, а економічний потенціал країни недовикористовується. У подальших наукових дослідженнях обґрунтуванню підлягають шляхи покращення інвестиційного забезпечення фінансової безпеки держави на основі відповідних дієвих механізмів інвестиційного забезпечення.

Література

1. Нікітенко Д. В. Стан інвестиційної безпеки України / Д. В. Нікітенко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. — 2017. — С. 96–102.
2. Слободянюк Н. О. Інвестиційний складник фінансової безпеки держави / Н. О. Слободянюк // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. — 2017. — Вип. 2–1 (08). — С. 64–69.
3. Копилук О. І., Музичка О. М., Холод З. М. Інвестиційно-інноваційна складова в системі економічної безпеки України / О. І. Копилук, О. М., Музичка, З. М. Холод // БізнесІнформ. — 2016. — № 11. — С. 81–87.
4. Волос О. Р. Інвестиційна безпека України: загрози та напрями зміцнення / О. Р. Волос // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. — 2014 — № 1. — С. 29–38.
5. Москаль І. І. Ризики і загрози фінансовій безпеці держави в інвестиційній сфері / І. І. Москаль // Наукові записки. — 2013. — Вип. 23. — С. 78–82.
6. Закревська Л. М., Заїнчковський А. О. Інвестиційна безпека як складова економічної безпеки / Л. М. Закревська, А. О. Заїнчковський // Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки». — Черкаси: ЧНУ. — 2016. — № 2. — С. 28–34.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/>
9. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України № 1277 від 29 жовтня 2013 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=MetodichniRekomendatsii>
10. Динаміка ВВП світу [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://seosait.com/dinamika-vvp-mira-1970-2016/>

References

1. Nikytenko D. V. Stan investycijnoji bezpeky Ukrainy / D. V. Nikytenko // Naukovyj visnyk Mizhnarodnogho ghumanitarnogho universytetu. — 2017. — S. 96–102.
2. Slobodjanjuk N. O. Investycijnyj skladnyk finansovoji bezpeky derzhavy / N. O. Slobodjanjuk // Ekonomichnyj visnyk Zaporizkoji derzhavnoji inzhenernoji akademiji. — 2017. — Vyp. 2–1 (08). — S. 64–69.
3. Kopyljuk O. I., Muzychka O. M., Kholod Z. M. Investycijno-innovacijna skladova v systemi ekonomichnoji bezpeky Ukrainy / O. I. Kopyljuk, O. M., Muzychka, Z. M. Kholod // BiznesInform. — 2016. — #11. — S. 81–87.
4. Volos O. R. Investycijna bezpeka Ukrainy: zaghrozy ta naprjamy zmichennja / O. R. Volos // Naukovyj visnyk Ljvivskogho derzhavnogho universytetu vnutrishnikh sprav. — 2014 — #1. — S. 29–38.
5. Moskalj I. I. Ryzyky i zaghrozy finansovij bezpeci derzhavy v investycijnij sferi / I. I. Moskalj // Naukovi zapysky. — 2013. — Vyp. 23. — S. 78–82.

-
6. Zakrevska L. M., Zainchkovskyi A. O. Investytsiina bezpeka yak skladova ekonomichnoi bezpeky / L. M. Zakrevska, A. O. Zainchkovskyi // Visnyk Cherkaskoho universytetu. Serii «Ekonomichni nauky». — Cherkasy: ChNU. — 2016. — # 2. — S. 28–34.
 7. Ofitsijnyj sajт Derzhavnoji sluzhby statystyky Ukrajinj [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
 8. Ofitsijnyj sajт ministerstva finansiv Ukrajinj [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/>
 9. Pro zatverdzhennja Metodychnykh rekomendacij shhodo rozrakhunku rivnja ekonomichnoji bezpeky Ukrajinj: Nakaz Ministerstva ekonomichnogho rozvytku i torghivli Ukrajinj # 1277 vid 29 zhovtnja 2013 r. [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=MetodichniRekomendatsii>
 10. Dynamika VVP svitu [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <https://seosait.com/dinamika-vvp-mira-1970-2016/>

Погасій Сергій Олександрович

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства*

Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Погасий Сергей Александрович

*кандидат технических наук, доцент,
доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства*

Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А.Н. Бекетова

Pohasii Serhii

*Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Department of Tourism and Hotel Economy
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

Чуб Карина Віталіївна

магістрант кафедри туризму і готельного господарства

Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова

Чуб Карина Витальевна

магистрант кафедры туризма и гостиничного хозяйства

Харьковского национального университета городского хозяйства имени А.Н. Бекетов

Chub Karyna

Master of the

*Department of Tourism and Hotel Economy of the
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4484

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF TOURISM IN UKRAINE AT THE REGIONAL LEVEL AND WAYS OF THEIR SOLUTION

Анотація. В статті стисло розглянуто стан туристської галузі у світі та в Україні. Показано, що Україна значно відстає від світових темпів розвитку туризму. Зазначено, що значний природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал України не використовується належним чином із-за наявних проблем на регіональному рівні. Однією з основних проблем вказано проблему негативного впливу промислових підприємств на об'єкти туристського інтересу. Подолання цієї проблеми можливо при узгодженні зусиль органів влади та бізнесу на національному і регіональному рівнях. Особливу увагу приділено ролі органів влади в розвитку туризму на регіональному рівні. Вказано на необхідність з боку органів влади постійно слідкувати за удосконаленням законодавчої бази туристської діяльності в Україні на національному та регіональному рівнях. В статті вказано на потребу упорядкування інформації про об'єкти туристського інтересу шляхом створення єдиного державного реєстру таких об'єктів. Значну увагу приділено формуванню і просуванню іміджу регіонів, визначені основні інструменти такої роботи. Розглянута проблема туристської регіональної сфери пов'язана з кадровим забезпеченням. Запропоновано створення спеціальних центрів з перепідготовки кадрів для туристської галузі та підвищення їх кваліфікації. Viriшення проблем розвитку туризму на регіональному рівні не можливо без належного фінансування, що потребує створення сприятливих умов для залучення

інвесторів. Приділено увагу підвищенню якості туристського обслуговування в регіонах. Визначено необхідність приділяти значну увагу інформаційному та рекламному забезпеченню туристської діяльності в регіоні. Доведена необхідність розробки комплексних програм розвитку туризму в регіонах, вказані недоліки в розробці таких програм. Детально розглянуті основні напрямки дії органів влади з розвитку туризму на регіональному рівні. Зроблено висновок про те що підвищення ефективності розвитку туризму на регіональному рівні не можливо без інтеграції зусиль усіх зацікавлених сторін. Розвиток туризму в регіонах України буде сприяти покращенню стану окремих територій, збільшенню доходів, поліпшенню життєвого рівня населення.

Ключові слова: туристська сфера, розвиток туризму на регіональному рівні, туристська діяльність, суб'єкти туристської діяльності, туристські потоки, програма розвитку туризму.

Аннотация. В статье кратко рассмотрено состояние туристской отрасли в мире и в Украине. Показано, что Украина значительно отстает от мировых темпов развития туризма. Отмечено, что значительный природно-рекреационный и историко-культурный потенциал Украины не используется должным образом из-за имеющихся проблем на региональном уровне. Одной из основных проблем указано проблему негативного влияния промышленных предприятий на объекты туристского интереса. Преодоление этой проблемы возможно при согласовании усилий органов власти и бизнеса на национальном и региональном уровнях. Особое внимание уделено роли органов власти в развитии туризма на региональном уровне. Указано на необходимость со стороны органов власти постоянно следить за совершенствованием законодательной базы туристской деятельности в Украине на национальном и региональном уровнях. В статье указано на необходимость упорядочения информации об объектах туристского интереса путем создания единого государственного реестра таких объектов. Значительное внимание уделено формированию и продвижению имиджа регионов, определены основные инструменты такой работы. Рассмотрена проблема туристской региональной сферы связанная с кадровым обеспечением. Предложено создание специальных центров по переподготовке кадров для туристской отрасли и повышение их квалификации. Решение проблем развития туризма на региональном уровне невозможно без надлежащего финансирования, что требует создания благоприятных условий для привлечения инвесторов. Уделено внимание повышению качества туристского обслуживания в регионах. Определена необходимость уделять значительное внимание информационному и рекламному обеспечению туристской деятельности в регионе. Доказана необходимость разработки комплексных программ развития туризма в регионах, указаны недостатки в разработке таких программ. Подробно рассмотрены основные направления действия органов власти по развитию туризма на региональном уровне. Сделан вывод о том, что повышение эффективности развития туризма на региональном уровне невозможно без интеграции усилий всех заинтересованных сторон. Развитие туризма в регионах Украины будет способствовать улучшению состояния отдельных территорий, увеличению доходов, улучшению жизненного уровня населения.

Ключевые слова: туристская сфера, развитие туризма на региональном уровне, туристская деятельность, субъекты туристской деятельности, туристские потоки, программа развития туризма.

Summary. The article briefly describes the state of the tourism industry in the world and in Ukraine. It is shown that Ukraine is far behind the world pace of tourism development. It was noted that the significant natural-recreational, historical and cultural potential of Ukraine is not being used properly due to the existing problems at the regional level. One of the main problems is the problem of the negative impact of industrial enterprises on objects of tourist interest. Overcoming this problem is possible with the coordination of efforts of government and business at the national and regional levels. Particular attention is paid to the role of government in the development of tourism at the regional level. It is pointed out the need on the part of the authorities to constantly monitor the improvement of the legislative base of tourist activities in Ukraine at the national and regional levels. The article points out the need to streamline information about objects of tourist interest by creating a unified state register of such objects. Considerable attention is paid to the formation and promotion of the image of the regions, the main tools of such work are identified. The problem of the tourist regional sphere connected with staffing is considered. The creation of special centers for the retraining of personnel for the tourist industry and the improvement of their qualifications was proposed. Solving the problems of tourism development at the regional level is impossible without adequate financing, which requires the creation of favorable conditions for attracting investors. Attention is paid to improving the quality of tourist services in the regions. The need to pay considerable attention to the information and advertising support of tourist activities in the region has been determined. The necessity of developing comprehensive programs for the development of tourism in the regions has been proved, and shortcomings in the development of such programs are indicated. Considered in detail the main directions of action of the authorities for the development of tourism at the regional level. It is concluded that the improvement of the development of tourism at the regional level is impossible without the integration of efforts of all stakeholders. The development of tourism in the regions of Ukraine will contribute to improving the state of individual territories, increasing incomes, and improving the living standards of the population.

Key words: tourism, tourism development at the regional level, tourism activities, subjects of tourism activities, tourist flows, tourism development program.

Постановка проблеми. В останній період туризм у світі розвивається значними темпами. На жаль в Україні темпи покращення показників туристської діяльності лишаються низькими. Обсяги туристських потоків з виїзного туризму значно перевищують обсяги потоків з внутрішнього та в'їзного туризму. Результати вітчизняних та закордонних досліджень вказують на те що Україна має значний туристсько-рекреаційний потенціал. Однак, його використання є незадовільним, що обумовлено низкою проблем на регіональному рівні. Виявленню таких проблем та пошуку шляхів їх вирішення в сучасних умовах і присвячена дана стаття.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми розвитку туризму на регіональному рівні досліджуються вітчизняними та зарубіжними науковцями. Серед яких: М. Бойко [1], С. Глоба [2], В. Квартальнов [4], В. Кифяк [5], М. Костриця [6], А. Литовка [7], В. Семенов [7], О. Любіцева [8], О. Марченко [9], С. Нездоймінов [10] та інші. В публікаціях вказаних авторів висвітлено багато важливих аспектів розвитку туризму на регіональному рівні. Разом з тим, в публікаціях недостатньо уваги приділяється проблемам розвитку туризму на регіональному рівні, які обумовлені сучасними реаліями в Україні.

Галузь туризму набуває все більшого значення в світі. Вже досліджено багато її аспектів, але вивченню цієї сфери в регіонах присвячено достатньо мала кількість публікацій. Багато питань залишаються невирішеними. Існують проблеми з неефективним управлінням туризмом місцевими органами самоврядування, потенціал регіонів України не використовується в повній мірі та потребують великих змін стратегії розвитку галузі [7, с. 310].

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є визначення проблем розвитку туризму на регіональному рівні та пошук шляхів їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Останнім часом значення туризму в світі зростає швидкими темпами. Таку тенденцію можна пов'язати з підвищенням доходів мешканців країн з високим економічним рівнем розвитку, покращенням рівня інформованості людей, розвитком та відносною доступністю транспортного забезпечення та деякими іншими умовами.

Важливою передумовою в посиленні ролі туристської галузі в житті суспільства є те, що з кожним роком у світі погіршується екологічний стан, зростає психологічний натиск на людей. З розвитком науково-технічного прогресу з'являються нові вимоги до способу життя. Це змушує знаходити шляхи оздоровлення, морального і фізичного відпочинку

та певної розрядки. Туризм є одним з найкращих інструментів вирішення таких проблем.

Діяльність регіонів базується на різних галузях економіки. Кожна область держави має свою ресурсну базу. В деяких містах більше розвинена промисловість, в інших культурна сфера. Туристський бізнес має значну залежність від синергетичного впливу природних, історико-культурних, інфраструктурних об'єктів і трудових ресурсів області. Тому вивчення і розгляд аспектів туристської діяльності на регіональному рівні являються достатньо актуальними.

Україна має достатньо великий природний та рекреаційний потенціал, що є основою для відпочинку та оздоровлення туристів у різних куточках країни. Однак, слід зазначити, що разом з природними та рекреаційними ресурсами в багатьох регіонах країни туристів приваблює історико-культурна спадщина. Цей факт дає підстави для розвитку в'їзного туризму.

Важливою умовою успішного розвитку туристського бізнесу в регіонах є підтримка, регулювання та здійснення контролю на державному рівні. Законодавчою базою впливу держави на розвиток туристської сфери є Закон України «Про туризм» та прийняті відповідно до нього нормативно-правові акти. Нові тенденції в туристському бізнесі, зміни в економіці країни потребують постійного удосконалення цієї законодавчої бази. Завдання регіональної політики держави в досліджуваній сфері полягає у забезпеченні комплексного і збалансованого розвитку галузі з врахуванням її винятковості та характерних особливостей регіонів країни.

Розвиток туризму в Україні на регіональному рівні стикається з певними проблемами, які потрібно вирішувати.

Одна з основних проблем в сфері регіонального туризму полягає в тому, що з однієї сторони територія України багата на історико-культурні та природно-рекреаційні ресурси, а з іншої сторони на цій території в багатьох регіонах України знаходяться підприємства, діяльність яких сприяє техногенному перевантаженню навколишнього середовища. Запобігання негативному впливу діяльності підприємств на об'єкти туристського інтересу неможливо без підтримки на державному рівні, так як не на всі підприємства можливо впливати на регіональному рівні.

Забезпечення привабливості регіонів України для внутрішнього та іноземного туризму, підвищення кількості валютних надходжень до національного та місцевих бюджетів — основні цілі, досягненню яких, сприяє покращення стану розвитку туристської галузі. Тому діяльність держави повинна бути активно направлена на дану сферу.

Важлива роль в становленні туристської галузі в Україні належить органам управління, які безпосередньо здійснюють керування сферою туризму на національному та регіональному рівнях. Обґрунтована і стимулююча політика органів управління в галузі туризму сприяє залученню інвестицій для розвитку регіонів, створенню нових робочих місць і необхідних умов для функціонування суб'єктів господарської діяльності.

Для регіонів України важливим є проведення інвентаризації наявних туристських ресурсів. Назріла необхідність скласти єдиний державний реєстр інформації про матеріальний і технічний стан об'єктів, розробити нові і вдосконалити вже існуючі туристські маршрути та удосконалювати облаштування закладів готельно-ресторанного господарства [1].

Одним з основних завдань туристської діяльності на регіональному рівні є формування та просування іміджу регіону. В наш час імідж регіону є один з основних чинників, за яким формується відношення до регіону. Кожна дестинація має свій імідж, сформований на основі її економічних, соціальних, ресурсних можливостей, екологічного стану і т. ін. Результативність розвитку туристської індустрії залежить від присутності регіону в різноманітних інформаційних джерелах. Важливим є використання нових технологій для підвищення привабливості території. Це пояснюється процесами глобалізації та високою конкуренцією на ринку. Якщо імідж регіону сформовано ефективно, то він обов'язково буде привабливим в суспільно-політичному, культурному і інвестиційному плані.

Регіональна структура туристської сфери є найбільш важливою рисою, за допомогою якої ідентифікується галузь як така. Її імідж формується з урахуванням туристського потенціалу дестинації і визначає інші складові, інтеграційні процеси, впливає на економічну ефективність діяльності, рівень конкурентоспроможності. Регіональний туризм знаходиться в постійному стрімкому розвитку і потребує удосконалення. Це здійснюється шляхом прийняття певних управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності туристської діяльності на регіональному рівні.

Популяризація туризму на регіональному рівні містить в собі комплекс методів, способів та інструментів, які надають можливість якісно представити туристський продукт, підвищують кількість його продажів та посилюють увагу клієнтів. Цей комплекс направлений на доведення інформації про туристський продукт до потенційних споживачів, охоплення нових сегментів цільової аудиторії і посилення конкурентних переваг. Організація виставкових

заходів, інформування потенційних клієнтів через інтернет-ресурси — найважливіші маркетингові інструменти, які дають можливість донести до них великий обсяг технічної, економічної та організаційної інформації. Дані інструменти вважаються достатньо бюджетним в порівнянні з іншими.

Однією з проблем туристської регіональної сфери є недостатньо високий рівень кваліфікації кадрів в певних регіонах, які працюють в ній. Потрібно створити центри, в яких можна буде проводити підвищення кваліфікації та перепідготовку персоналу, враховуючи високі темпи оновлення знань в цій галузі та значний накопичений міжнародний досвід в цій сфері. Ці заходи варто впроваджувати з урахуванням вимог не тільки українських, а і міжнародних стандартів обслуговування туристів.

Регіональний туризм в Україні має не дуже високі темпи розвитку ще й тому, що ця сфера недостатньо фінансується. Для вирішення проблеми потрібно залучити інвестування. Україна знаходиться в децю складному фінансовому положенню, тому варто створювати сприятливі умови і для іноземних інвесторів [7, с. 314].

Для поліпшення стану розвитку туристської індустрії необхідно підвищувати якість послуг, які надаються туристам. Для цього потрібно впроваджувати міжнародні стандарти. Особливої уваги потребує інформаційне та рекламне забезпечення туристської діяльності на регіональному рівні. Правильний підхід у вирішенні даного питання сприятиме досягненню кращих результатів. Приклад якісного інформаційного забезпечення — Туристичний сервер Ради з туризму Карпатського регіону [3]. При створенні інформаційного забезпечення слід орієнтуватися не тільки на зовнішні ринки, а й враховувати інтереси громадян України в кожному регіоні.

Для забезпечення максимальної ефективності туристської діяльності на регіональному рівні потрібні комплексні програмні рішення. В останній час на рівні окремих регіонів проводиться реалізація різноманітних програм розвитку туристської галузі. В цих програмах приділяється значна увага туристському потенціалу, фінансовому забезпеченню, інформаційним ресурсам. Однією з основних проблем програм туристського розвитку є відсутність міжрегіональних зв'язків, тобто туристські продукти представлені тільки в одному регіоні, без аналізу впливу інших регіонів. Тому, хоча регіональні програми розвитку існують, але вони недостатньо опрацьовані методологічно і отримують невелику кількість інвестицій. По цій причині їх наявність не вирішує всіх проблем.

Однією з основних проблем невисокого рівня розвитку туризму в більшості регіонів України є недостатня увага до цієї сфери з боку органів влади. В періодичній літературі були висвітлені пропозиції для розв'язання даної проблеми [2, с. 1]. Однак з урахуванням реалій минулого часу цей список заходів можливо розширити. Для вирішення цих питань необхідно робити наступне:

- постійно проводити аналіз та вносити зміни до існуючого законодавства та нормативно-правових актів, використовуючи міжнародний досвід у цій сфері та враховуючи виклики сьогодення;
- вживати заходи для покращення політичної та економічної ситуації в країні, постійно піклуватися про поліпшення стану безпеки в країні задля комфортного перебування туристів;
- активізувати та стимулювати роботу територіальних громад, органів місцевого самоврядування, спрямовану на розвиток туристської діяльності в регіоні;
- вести облік об'єктів туристського інтересу, постійно вживати заходи, спрямовані на їх збереження та покращення утримання цих об'єктів;
- проводити роботу зі створення нових об'єктів туристського інтересу, враховуючи історико-культурні та етнографічні особливості регіонів;
- здійснювати розробку і реалізацію комплексних програм удосконалення інфраструктури туризму;
- вдосконалювати умов розвитку регіонів, які пов'язані з туристською сферою;
- сприяти активному розвитку і впровадженню інформаційних технологій в туристську діяльність на регіональному рівні.

Для ефективного управління регіональним туризмом необхідно якісно оцінити економічний, екологічний та ресурсний стан дестинацій. Ситуації в кожному регіоні являються достатньо специфічними, а іноді — унікальними. Наприклад, в деяких областях високий рівень безробіття, поганий екологічний стан або наявність великої кількості туристських ресурсів порівняно з іншими областями.

Важливою умовою розвитку регіонального туризму є інтеграція зусиль різних суб'єктів, участь в якій беруть місцеві органи самоврядування, об'єднання туристських фірм з готелями, підприємствами ресторанного бізнесу, екскурсійними агенціями, перевізниками, страховими компаніями та іншими підприємствами і організаціями.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Максимально ефективне та, в той же час, бережне використання туристських ресурсів сприяє підвищенню рівня економічної та соціальної стабільності мешканців країни, оздоровленню нації, формуванню позитивного іміджу України для інших держав, реставрації унікальних історико-культурних об'єктів, патріотичному вихованню населення і розвитку міжнародного співробітництва у сфері туризму.

Рівень розвитку туристської галузі має значний вплив на економічний стан України та її регіонів. Від нього залежать, також, інші окремі галузі економіки. Якщо туристський бізнес в регіоні розвивається високими темпами та приносить значний дохід, то суміжні сфери (готельний, ресторанний бізнес і т. ін.) будуть мати аналогічні тенденції. Події останнього періоду вивели нашу державу на якісно новий рівень міжнародної співпраці, що створило більш сприятливі умови для якісного зростання галузі. Туризм є важливою складовою в співробітництві України з іншими країнами світу.

Інтеграція зусиль органів влади на всіх рівнях керування державою з діями територіальних громад, органів самоврядування на регіональному рівні дозволить досягти стабільного розвитку внутрішнього і в'їзного туризму в різних областях України, що в свою чергу буде сприяти розвитку даних територій, зростанню доходних надходжень до місцевих бюджетів та бюджету країни.

В даній статті лише позначено основні проблеми розвитку туризму в Україні на регіональному рівні та шляхи їх вирішення. Кожна зроблена пропозиція потребує детальної розробки, що необхідно врахувати у подальших дослідженнях з даної тематики.

Література

1. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі: [монографія] / М. Г. Бойко. — К.: КНТЕУ, 2010. — 524 с.
2. Глоба С. В. Провідні напрями вирішення проблем туристичного ринку на регіональному рівні в Україні / С. В. Глоба // Економіка. Управління. Інновації. — 2010. — № 1. — 3 с.
3. Дехтяр Н. А. Державна підтримка розвитку туризму у цільових програмах: автореф. дис. ... к.е.н.: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством». Харків, 2011. — 19 с.
4. Квартальнов В. А. Иностранный туризм. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 312 с.
5. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. — Чернівці: Книги — XXI, 2003. — 300 с.

6. Костриця М. Ю. Наукові засади збалансованого розвитку регіону: матеріали Всеукр. наук.-краєзн. конф / ред.: М. Ю. Костриця; Всеукр. спілка краєзнавців, Укр. геогр. т-во, Житомир. наук.-краєзн. т-во дослідників Волині, Житомир. обл. ін-т післядиплом. пед. освіти, Житомир. обл. краєзн. музей. — Житомир: В. Котвицький, 2008. — 471 с.
7. Литовка А. О. Управління туристичним ринком регіону в сучасних умовах на прикладі Одеської області / А. О. Литовка, В. Ф. Семенов // Глобальні та національні проблеми економіки — 2016. — № 13. — С. 309–314.
8. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): Навч. Посібник. — К.: Альтерпрес, 2003. — 436 с.
9. Марченко О. А. Концептуальні засади регіонального розвитку туристичної індустрії / О. А. Марченко // Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка — 2017. — № 10. — С. 454–458.
10. Нездоймінов С. Г. Напрями і форми розвитку рекреації та туризму в регіоні на засадах активізації підприємницької діяльності [Текст]: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05 / Нездоймінов Сергій Георгійович; НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. — О., 2010. — 20 с.

References

1. Bojko M. Gh. Cinnisno orijentovane upravlinnja v turyzmi: [monoghrafija] / M. Gh. Bojko. — К.: КНТЕУ, 2010. — 524 с.
2. Ghloba S. V. Providni naprjamy vyrishennja problem turystychnogho rynku na reghionaljnomu rivni v Ukrajinі / S. V. Ghloba // Ekonomika. Upravlinnja. Innovaciji. — 2010. — # 1. — 3 s.
3. Dekhtjar N. A. Derzhavna pidtrymka rozvytku turyzmu u ciljovykh prohramakh: avtoref. dys. ... k.e.n.: spec. 08.00.03 «Ekonomika ta upravlinnja nacionalnym ghospodarstvom». Kharkiv, 2011. — 19 s.
4. Kvartalnov V. A. Inostranny turizm. — М.: Finansy i statis-tika, 1999. — 312 s.
5. Kyfjak V. F. Orghanizacija turystychnoji dijalnosti v Ukrajinі. — Chernivci: Knyghy — XXI, 2003. — 300 s.
6. Kostrycja M. Ju. Naukovi zasady zbalansovanogho rozvytku reghionu: materialy Vseukr. nauk.-krajezn. konf / red.: M. Ju. Kostrycja; Vseukr. spilka krajeznavev, Ukr. gheoghr. t-vo, Zhytomyr. nauk.-krajezn. t-vo doslidnykiv Volyni, Zhytomyr. obl. in-t pisljadyplom. ped. osvity, Zhytomyr. obl. krajezn. muzej. — Zhytomyr: V. Kotvycykj, 2008. — 471 s.
7. Lytovka A. O. Upravlinnja turystychnym rynkom reghionu v suchasnykh umovakh na prykladi Odesjkoji oblasti / A. O. Lytovka, V. F. Semenov // Ghlobalni ta nacionalni problemy ekonomiky — 2016. — #13. — S. 309–314.
8. Ljubiceva O. O. Rynok turystychnykh poslugh (gheoprostorovi aspekty): Navch. Posibnyk. — К.: Aljterpres, 2003. — 436 s.
9. Marchenko O. A. Konceptualjni zasady reghionalnogho rozvytku turystychnoji industriji / O. A. Marchenko // Rozvytok produktyvnykh syl i reghionalna ekonomika — 2017. — #10. — S. 454–458.
10. Nezdojminov S. Gh. Naprjamy i formy rozvytku rekreaciji ta turyzmu v reghioni na zasadakh aktyvizaciji pidpryjemnycjkoji dijalnosti [Tekst]: av-toref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.05 / Nezdojminov Serghij Gheorghijovych; NAN Ukrajinі, In-t probl. rynku ta ekon.-ekol. doslidzh. — О., 2010. — 20 s.

Халилов Арсен Энверович
*кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента
Международный университет бизнеса и права*
Khalilov Arsen
*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Management
International University of Business and Law*
ORCID: 0000-0001-9030-2157

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4375

ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНОВ

DECISION-MAKING IN THE PRODUCTION SYSTEM OF ENTERPRISES OF REGIONS

Аннотация. В работе рассмотрены основные принципы принятия решения в производственной системе региона. Подчеркивается важность производственного цикла для управленческих решений, на основе которых строятся планы экономического агента. Формируются новые возможности при комплексном принятии решений экономическим агентом.

Определено, что система производства является одним из фундаментов в экономике в связи с важностью в регионе товаров как элемента. Каждый шаг процесса производства состоит из цепочки принятия решений, на основе которых строятся дальнейшие воспроизводственные процессы в организации.

Дана характеристика логическим процессам производства, применению цифровых технологий на разных стадиях производственного цикла. Производственный цикл принятия решений на производстве состоит из комплексов мероприятий, на основе которых строится выпуск продукции на рынке.

Определено, что важным элементом является прогнозирование тенденций. В данном направлении применяются статистический и математический аппарат для решения поставленной задачи.

Рассмотрены факторы, негативно влияющие на принятие решений экономическим агентом в воспроизводстве товаров и услуг и приводящие к аккумуляции проблемных ситуаций в самой системе.

Доведено, что государственная поддержка больше направлена только для поддержания предприятия, как основы технологической безопасности, а не его развития.

Технологическая безопасность все больше становится второстепенной задачей, так как недостаточность средств бюджета приводит к слабости программы финансирования, то есть от данного вида помощи можно отказаться.

Таким образом, принятие решений в производственной системе страны является сложной многогранной задачей, которую решает экономический агент. Большое количество входных данных, а также сдерживающие факторы принятия решений на производстве негативно влияют на всю структуру системы воспроизводства в стране.

Ключевые слова: экономический агент, производственный цикл, контроль решений, комплексное принятие решений, системный кризис.

Summary. The paper considers the main principles of decision-making in the production system of the region. The emphasis is placed on the importance of the production cycle for managerial decisions that build on the plans of an economic agent. New opportunities are being formed when an economic agent is making decisions in a comprehensive manner.

It is determined that the production system is one of the foundations in the economy due to the importance in the region of goods as an element. Each step of the production process consists of a chain of decision-making, on the basis of which further reproductive processes in the organization are constructed.

The characteristic of logical processes of production, application of digital technologies at different stages of the production cycle is given. The manufacturing cycle of decision-making in the production consists of complexes of events on the basis of which the production of products is being built on the market.

It is determined that an important element is forecasting trends. In this direction, a statistical and mathematical apparatus is used to solve the problem.

Considered factors that negatively influence the decision making by the economic agent in the reproduction of goods and services and lead to accumulation of problem situations in the system itself.

It is proved that state support is more directed only to maintain the enterprise, as the basis of technological safety, and not its development.

Technological security is increasingly becoming a secondary task, as the lack of budget funds leads to a weakness in the funding program, that is, this type of assistance can be abandoned.

Thus, decision-making in the production system of the country is a complex multifaceted task solved by an economic agent. A large number of inputs, as well as deterrent factors in decision making in production, have a negative impact on the whole structure of the reproduction system in the country.

Key words: economic agent, production cycle, decision control, integrated decision making, systemic crisis.

Постановка проблемы. Система производства является одним из фундаментов в экономике, так как товары являются важнейшим элементом в регионах. Теория принятия решений играет большую роль от начала производства до её сбыта. Каждый шаг процесса производства состоит из цепочки принятия решений, на основе которых строятся дальнейшие воспроизводственные процессы в организации.

Каждый процесс на предприятии упорядочен, тем самым подвержен определенной логике, на основе которой строится вся производственная система организации.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемами принятия решений в производственной системе региона занимались отечественные и зарубежные ученые такие, как: Кузнецов С. В. [1], Горин Е. А. [1], Глазырин М. [2], Добрынин А. И. [3], Глазьев С. Ю. [4], Булгаков, В.К. [5] и др.

Формулировка целей статьи (постановка задачи). Целью статьи является определение системы принятия решений в производственной системе регионов.

Изложение основного материала. С каждым годом увеличивается применение цифровых технологий на разных стадиях производственного цикла. Данная тенденция приводит к обработке большого объема информации не только производственного характера, а также статистики изделий и параметров отклонения от них.

Производственная система государства является сложной, так как современность вносит свои коррективы. Большая часть данной системы во всех странах является малоконкурентоспособной, особенно китайские товары и их производственные мощности. Но государству необходимо поддерживать не только высокотехнологическое производство, а также и другие направления [1].

Производственная безопасность страны заключается в сбалансированности производства в национальном хозяйстве, то есть в создании определенных условий для того, чтобы производство не прекращалось.

Если будет потеряно какое-то производство, то для государства это является негативным фактором развития не только из-за экономического характера, а также с технологической стороны (рис. 1).

На рис. 1 показан производственный цикл принятия решений в системе выпуска продукции, который состоит из следующих элементов:

- принятие решений о планировании;
- принятие решений о запуске производства;
- контроль решений;
- анализ решений.

Каждый из представленных элементов является сложным элементом для принятия решений при производстве продукции.

Каждый процесс выработки путей развития всегда связан с преодолением возникших проблем, которые встречаются на рынке.

Таким образом, производственный цикл принятия решений на производстве состоит из комплексов мероприятий, на основе которых строится выпуск продукции на рынке.

В дальнейшем каждый элемент рассмотрим более подробно (рис. 2).

На рис. 2 показан комплекс принятия решений по производственному планированию. Первым элементом является исследование рынка. Каждый проект начинается с того, что необходимо проанализировать продажи на рынке. Необходимо проводить поиск статистических данных, на основе которых строятся выводы о целесообразности запуска бизнеса.

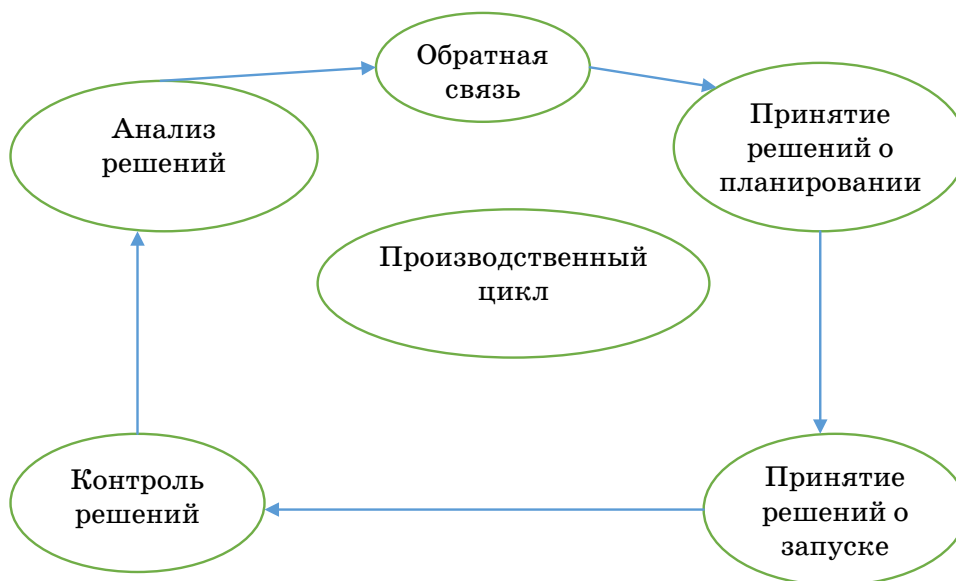


Рис. 1. Производственный цикл принятия решений в системе выпуска продукции

Источник: разработано автором



Рис. 2. Комплексное принятие решений по производственному планированию

Источник: разработано автором

Следующий этап заключается в том, что определяется объём рынка, а также формируется список ключевых игроков. В дальнейшем необходимо определить поведение покупателя.

В каждом этапе есть процесс мониторинга, который отслеживает и корректирует решения и действия экономического агента. При недостаточном выполнении одного из перечисленных пунктов будет нарушена вся цепочка решений организации.

Планирование ассортимента выпускаемой продукции является важным моментом для непосредственного производства [2].

Каждый производитель планирует портфель ассортимента, на основе которого будет происходить выпуск продукции на рынок.

Разнообразие товаров должно быть таким, чтобы почти каждый клиент мог подобрать себе что-то. Начинается, прежде всего с текущей и перспективной потребности потенциального потребителя.

Принимаются решения о добавлении в ассортимент товаров и какие следует исключить с производства. Актуальный вопрос возникает при инновационном товаре, стоит ли его диверсифицировать за счет других направлений. В данном случае необходимо произвести анализ, оценку и пересмотр всей товарной номенклатуры.

Последний и самый основной элемент заключается в прогнозировании тенденций. В данном направлении применяются статистический и математический аппарат для решения поставленной задачи.

Запуск продукции непосредственно технологический этап, достаточно сложный со своей спецификой, которая отражается именно в техническом аспекте деятельности предприятия [3].

Во время запуска продукции идет налаживание работы всей структуры производственной системы организации (рис. 3).

На рис. 3 показаны стадии, при которых готовятся решения для запуска продукции на рынок. Большая часть работ подготовлены, с точки зрения экономики. Рассматриваются исследования, вопросы, связанные с управлением, но опускаются технологические вопросы непосредственно связанные с началом старта.

Первым крупным шагом является сбор информации о технологических изменениях на рынке для принятия управленческих решений. Идет анализ сбора данных по изменению внутренних норм технологии для производства нужного товара. В дальнейшем необходимо отследить современные производственные нормы.

Новые технологические требования к выпуску продукции усложняют не только разработку, а также быстрое внедрение непосредственно на производство [4].

Выбор идей касается инновационного продукта. Работа направлена на службу маркетинга, их деятельность связана с предложением, каким должен быть товар для конкурентоспособности на современном рынке.

В последнюю очередь формируется решение о запуске продукции.

В дальнейшем рассматривается контроль решения, то есть необходимо провести мониторинг по выполнению плановых показателей в деятельности предприятия. Позднее исправляем ошибки и ситуацию, которая сложилась на предприятии.

Следующим шагом является анализ возникших трудностей, которые повлияли на отклонение деятельности предприятия от плановых показателей организации.

И, наконец, последней стадией является анализ всего производственного цикла для повышения точности принятых и реализованных решений. Каждый шаг направлен для оптимизации всего процесса, протекающего на производстве. Большое количество

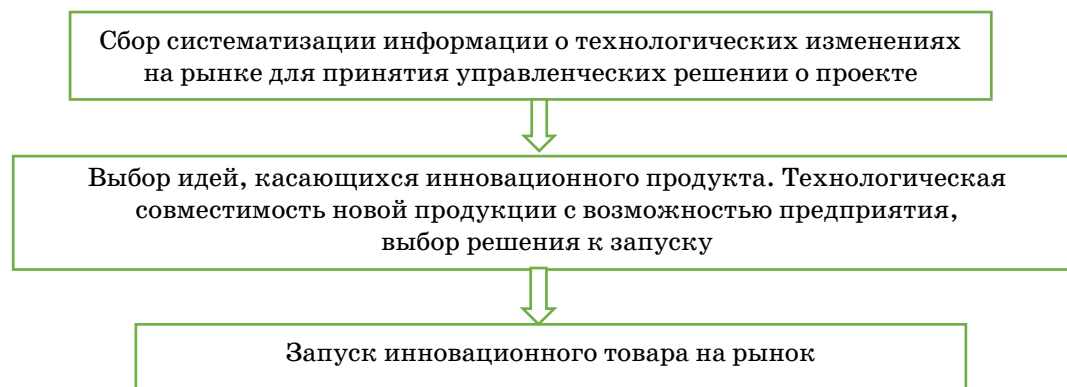


Рис. 3. Принятие решения о запуске продукции на рынок

Источник: разработано автором

решений на рынке приводит к необходимости гибкого управления производством для выпуска продукции, удовлетворяющий спрос на рынке.

Факторы, негативно влияющие на принятие решений экономическим агентом в воспроизводстве товаров и услуг [2; 5]:

1. Фактор политический. Проблема возникает при несовершенной и противоречивой законодательной базе по регулированию хозяйственной деятельности. Возникает ситуация, при которой принятие решений находится в трудности, так как не все положения прописаны в законодательстве. С другой стороны, развитие инновационного рынка сдерживается за счет возникших трудностей реализации идей на рынке.

Международный кризис приводит к ограничению использования не только передовых технологий, а также опыта для использования новшеств на рынке.

Несогласованность интересов в структурах власти. Экономический агент находится в таком состоянии, при котором его интересы учитываются слабо, все решения, принимаемые им базируются на том, чтобы противодействовать деструктивному влиянию чрезмерного государственного контроля.

Нерешенные проблемы на уровне государства отдельных экономических систем. Экономический агент существует, а его хозяйственные действия не прописаны в законодательстве, особенно новое современное ведение бизнеса. Большое количество предприятий находится в таком положении, в котором необходимо выбирать действие по закону, или как это можно делать, исходя из рыночной ситуации. К сожалению, все больше организаций стремятся принимать решения таким образом, чтобы избежать данных проблем

2. Фактор экономический. Проблемы тоже наносят существенное отрицательное влияние на принятие решений экономического агента.

Низкий уровень рентабельности производителей приводит к проблеме, при которой качество принятых решений тоже падает из-за невозможности нанять хороших сотрудников или из-за малого их количества. Дальше наблюдается упадок технической модернизации самого производства, так как нет средств для вложения. На основе данного фактора невозможно применять современные технологии и опыт зарубежных предприятий на новом оборудовании.

3. Фактор финансовый. Самой большой проблемой является дефицит собственных средств, который приводит к решению проблемы поиска, а не организации выпуска продукции на рынок.

Высокая налоговая нагрузка приводит к невозможности разрабатывать долгосрочные планы и строить качественные решения из-за нехватки средств, которые уходят в виде налогов государству.

В дальнейшем возникает другая проблема, связанная с ростом кредиторской задолженности, так как нахватает своих средств приходится искать займы, тем самым данная проблема усиливается. Решения, направленные на снижение финансовой зависимости от других участников рынка. Предприятия не обновляются, пытаются погасить взятый кредит, приводя опять к дефициту средств не только на модернизацию, но и на принятие решений.

Низкий уровень государственной поддержки, особенно инновационных предприятий по сравнению с зарубежными их коллегами.

4. Фактор социальный. Влияние на принятие решения, неравномерность развития инфраструктуры территории тормозит организацию бизнеса.

Высокий уровень территориальной безработицы, которая приводит к снижению покупательной способности, а также к невозможности повышения квалификации за свой счет.

Низкий уровень доходов некоторых территории населения приводит к невозможности быть мобильными. Большая часть современного персонала экономического агента должна всегда повышать свою квалификацию, из-за этих причин данный фактор понижает и принятие решения персоналом.

5. Фактор экологический. Данный фактор при принятии решений влияет достаточно сильно.

Разрушения почвенной экосистемы приводят к невозможности решений разместить химические грязные промышленные комплексы на определенной территории. Соблюдать современные инновационные технологии не всегда возможно из-за дороговизны.

Наличие не перерабатываемых отходов производства приводит к решению проблемы с его вывозом или захоронению. В дальнейшем необходимы финансы для данного вида деятельности, причем постоянного характера.

6. Фактор технико-технологический. Моральный и технический износ оборудования приводит к проблеме принятия решения, связанного с низким удельным весом высококачественной продукции, тем самым невозможностью изменить ситуацию только из-за одной идеи.

Низкий уровень научно технического развития приводит к управлению остаточного типа, то есть менеджмент выбирает старые методы и инструкции. Основная причина данного фактора заключается в невозможности применять новые идеи на устаревшем оборудовании. В дальнейшем приводит к меж-

дународному отстаиванию не только по техническим вопросам, а также международным требованиям.

Низкая производительность труда и принятие решения заключается в стимулировании, которое необходимо выработать на производстве.

Приведены факторы, которые негативно влияющие на принятие решения в производственной системе и приводящие к аккумуляции проблемных ситуаций в самой системе. Возникает системный кризис, связанный с большим объёмом протекающих процессов, которыми сложно управлять. Данная тенденция приводит к потере контроля над объектом.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Учитывая все выше сказанное, можно сделать вывод, что вся деятельность экономического агента рассчитана на установление стабильного контроля над производственными системами страны. Сама производственная деятельность, к сожалению, не

развивается от рынка без продаж, на котором осуществляется потребление. То есть для стабильного развития необходим рынок сбыта.

В свою очередь, государственная поддержка больше направлена только для поддержания предприятия, как основы технологической безопасности, а не его развития. Технологическая безопасность все больше становится второстепенной задачей, так как недостаточность средств бюджета приводит к слабости программы финансирования, то есть от данного вида помощи можно отказаться.

Таким образом, принятие решений в производственной системе страны является сложной многогранной задачей, которую решает экономический агент. Большое количество входных данных, а также сдерживающие факторы принятия решений на производстве негативно влияют на всю структуру системы воспроизводства в стране.

Литература

1. Кузнецов С. В., Горин Е. А. Научно-технологическое развитие: стимулы ускорения и механизмы реализации. Инновации. — 2016. — № 7 (213). — С. 33–35.
2. Глазырин М. Муниципальный производственно-социальный комплекс и механизм его саморазвития. Экономист. — 2002. — № 2. — С. 68–75.
3. Добрынин А. И. Региональные пропорции воспроизводства: научное пособие. Л.: Изд-во ЛГУ, 1977. — 127 с.
4. Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития: научное пособие. М.: ВлаДар, 1993. — 310 с.
5. Булгаков В. К., Булгаков О. В., Белкин В. Г. Макроэкономика и воспроизводство основного капитала региональных экономических систем России: научное пособие. Владивосток: Дальнаука, 2002. — 194 с.

References

1. Kuznetsov S. V., Gorin Ye. A. (2016) Nauchno-tekhnologicheskoe razvitie: stimuly uskoreniya i mekhanizmy realizatsii [Innovatsii]. — № 7 (213). — pp. 33–35.
2. Glazyrin M. (2002). Munitsipalnyy proizvodstvenno-sotsialnyy kompleks i mekhanizm ego samorazvitiya [Ekononist]. — № 2. — pp. 68–75.
3. Dobrynin A. I. (1977). Regionalnye proportionsi vosproizvodstva: nauchnoe posobie. L.: Izd-vo LGU. — 127 p.
4. Glazev S. Y. (1993). Teoriya dolgosrochnogo tekhniko-ekonomicheskogo razvitiya: [nauchnoe posobie]. M.: Vladar. — 310 p.
5. Bulgakov V. K., Bulgakov O. V., Belkin V. G. (2002). Makroekonomika i vosproizvodstvo osnovnogo kapitala regionalnykh ekonomicheskikh sistem Rossii: [nauchnoe posobie]. Vladivostok: Dalnauka. — 194 p.

Завадська Діана Володимирівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри банківської справи
Одеський національний економічний університет*
Завадская Диана Владимировна
*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры банковского дела
Одесский национальный экономический университет*
Zavadska Diana
*PhD in Economics, Associate Professor,
Senior Lecturer of Banking Department
Odessa National Economic University*
ORCID: 0000-0003-2950-554X

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4571

ВПЛИВ ЦИКЛІЧНОСТІ НА ПРОЦЕСИ КРЕДИТУВАННЯ БАНКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

ВЛИЯНИЕ ЦИКЛИЧНОСТИ НА ПРОЦЕССЫ КРЕДИТОВАНИЯ БАНКАМИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В УКРАИНЕ

IMPACT OF CYCLICITY ON THE BANKS LENDING INNOVATIVE DEVELOPMENT IN UKRAINE

Анотація. Метою статті є розробка рекомендацій щодо створення умов використання кредитів банків, як джерела фінансування потреб інноваційного розвитку економіки.

Методологія дослідження. Інформаційною базою дослідження є результати наукових доробок українських і закордонних вчених, які опубліковані у монографічних дослідженнях та публікаціях у періодичних виданнях. Під час проведення дослідження використані такі методи, як: системного підходу при дослідженні тенденції розвитку технологічного прогресу та економічної системи України в умовах циклічності; метод порівняння при співставленні процесів економічного зростання та змін інноваційного розвитку та банківської системи для виявлення спільних рис та відмінностей з фактичними показниками; метод кореляційно-регресійного аналізу при виявленні тісноти зв'язку та залежності між факторами, а саме визначенні впливу індикаторів розвитку банківської системи на обсяги патентних заявок резидентів, як основного показника, що висвітлює розвиток інноваційної сфери України; метод табличного та графічного подання результатів для наочного відображення результатів проведеного дослідження.

Результати. В статті підкреслюється, що проблема фінансування інноваційного розвитку економіки набула особливої значимості. Доведено, що нерівномірність економічного зростання та інноваційного розвитку обумовлюються хвилюючим коливанням економічної активності. В роботі виділено два повних економічних цикли, визначено, що економіка України знаходиться на спаді короткої хвилі у межах якої відбуваються мікроколивання. Розкрито причини спаду технологічного розвитку провідних країн світу та обґрунтовано необхідність використання можливостей «інноваційної паузи» для забезпечення сталого економічного зростання України. Доведено, що активізація підприємств у використанні кредитів банків як джерела фінансування патентів залежить від ресурсної бази банків, сформованої за рахунок депозитів клієнтів. Зазначається, що одним із основних чинників низького рівня довіри інвесторів до вітчизняної банківської системи є асиметрія інформації про шоки ліквідності підприємств реального сектору економіки (підприємств-інноваторів).

На підставі емпіричних узагальнень визначено заходи активізації стимулювання кредитування банками інноваційного розвитку національної промисловості. Це забезпечується за рахунок практичної реалізації державою програм-

но-цільового методу планування, заснованого на цільовому управлінні та фінансуванні, створенні системи взаємодії державних та приватних інститутів, фондів прямих та венчурних інвестицій, національних довгих грошей та ринку деривативів. Реалізація системи запропонованих заходів сприятиме стабільному розвитку реального сектору економіки.

Наукова новизна. В статті визначено характерні ознаки циклічності економічного зростання, технологічного розвитку за результатами динаміки змін ВВП та сукупної факторної продуктивності протягом 2000–2016 років, сформовано методологічні положення оцінки впливу банківського сектору на інтенсивність інноваційного розвитку, доводиться непривабливість кредитів банків як джерела фінансування інновацій впродовж двох коротких циклів економічного розвитку України. З чого зроблено висновки про відсутність сформованих інституціональних умов, які сприяють зацікавленості банків до кредитування інновацій та розвитку довгострокових відносин з винахідниками впродовж реалізації інноваційних проектів.

Практична значущість. Практична значущість полягає в тому, що наукове дослідження чітко, зрозуміло та послідовно доводить необхідність створення умов кредитування банками інновацій як основного джерела економічного зростання в умовах циклічності. Отримані результати в подальшому будуть використані для розробки програм цільового фінансування інноваційного розвитку держави, з використанням програмно-цільового методу планування.

Ключові слова: циклічність, економічне зростання, інноваційний розвиток, «інноваційна пауза», розвиток банківської системи, програмно-цільовий підхід.

Аннотация. Целью статьи является разработка рекомендаций по созданию условий использования кредитов банков, как источника финансирования потребностей инновационного развития экономики.

Методология исследования. Информационной базой исследования являются результаты научных разработок украинских и зарубежных ученых, опубликованных в монографических исследованиях и публикациях в периодических изданиях. При проведении исследования использованы такие методы, как: системного подхода при исследовании тенденции развития технологического прогресса и экономической системы Украины в условиях цикличности; метод сравнения при сопоставлении процессов экономического роста, изменений инновационного развития и банковской системы для выявления общих черт и различий с фактическими показателями; метод корреляционно-регрессионного анализа при выявлении тесноты связи и зависимости между факторами, а именно определении влияния индикаторов развития банковской системы на объемы патентных заявок резидентов, как основного показателя, отражающего развитие инновационной сферы Украины; метод табличного и графического представления результатов для наглядного отображения результатов проведенного исследования.

Результаты. В статье подчеркивается, что проблема финансирования инновационного развития экономики приобрела особую значимость. Доказано, что неравномерность экономического роста и инновационного развития обуславливаются волнообразными колебаниями экономической активности. В работе выделено два полных экономических цикла, определено, что экономика Украины находится на спаде короткой волны в пределах которой происходят микроколебания. Раскрыты причины спада технологического развития ведущих стран мира и обоснована необходимость использования возможностей «инновационной паузы» для обеспечения устойчивого экономического роста Украины. Доказано, что активизация предприятий в использовании кредитов банков как источника финансирования патентов зависит от ресурсной базы банков, сформированной за счет депозитов клиентов. Отмечается, что одним из основных факторов низкого уровня доверия инвесторов к отечественной банковской системе является асимметрия информации о шоки ликвидности предприятий реального сектора экономики (предприятий-инноваторов).

На основании эмпирических обобщений определены мероприятия активизации стимулирования кредитования банками инновационного развития национальной промышленности. Это обеспечивается за счет практической реализации государством программно-целевого метода планирования, основанного на целевом управлении и финансировании, создании системы взаимодействия государственных и частных институтов, фондов прямых и венчурных инвестиций, национальных длинных денег и рынка деривативов. Реализация системы предложенных мероприятий будет способствовать стабильному развитию реального сектора экономики.

Научная новизна. В статье определены характерные признаки цикличности экономического роста, технологического развития по результатам динамики изменений ВВП и совокупной факторной производительности в течение 2000–2016 годов, сформированы методологические положения оценки влияния банковского сектора на интенсивность инновационного развития, доказывається непривлекательность кредитов банков как источника финансирования инноваций на протяжении двух коротких циклов экономического развития Украины. С чего сделаны выводы об отсутствии сформированных институциональных условий, способствующих заинтересованности банков в кредитовании инноваций и развитии долгосрочных отношений с инноваторами в процессе реализации инновационных проектов.

Практическая значимость. Практическая значимость заключается в том, что научное исследование четко, понятно и последовательно доказывает необходимость создания условий кредитования банками инноваций как основного

источника экономического роста в условиях цикличности. Полученные результаты в дальнейшем будут использованы для разработки программ целевого финансирования инновационного развития государства, с использованием программно-целевого метода планирования.

Ключевые слова: цикличность, экономический рост, инновационное развитие, «инновационная пауза», развитие банковской системы, программно-целевой подход.

Summary. The purpose of the article is to develop recommendations for creating conditions of using banks' loans as sources of financing the needs of innovative economic development.

Research methodology. The information base of the research is the results of scientific achievements of Ukrainian and foreign scientists published in monographic studies and publications in periodicals. During the research, the following methods were used: a systematic approach in the study of trends in the development of technological progress and economic system of Ukraine in cyclical conditions; a comparison method when comparing economic growth processes and changes in innovation development and the banking system to identify common features and differences with factual indicators; the correlation-regression analysis method in detecting the tightness of communication and the relations among factors, namely, determining the influence of the banking system development indicators on the volume of patent applications of residents as the key factor which highlights the development of innovative sector of Ukraine; the method of tabular and graphical representation of results for visual display of the study results.

Results. The article emphasizes that the problem of financing innovative development of the economy has gained special significance. It is proved that the uneven economic growth and innovation development are caused by the wave-like fluctuations of economic activity. In this work, two complete economic cycles are identified. It is determined that Ukraine's economy is at a short-wave recession within which micro currents occur. The reasons for the decline of technological development of the leading countries of the world are revealed. And the necessity of using the possibilities of «innovation pause» for ensuring sustainable economic growth of Ukraine is substantiated. It is proved that activation of enterprises in the using banks' loans as a source of financing patents depends on the resource base of banks created from customer deposits. It is noted that one of the main factors of low investor confidence in the domestic banking system is the asymmetry of information on liquidity shocks of enterprises in the real sector of economy (enterprises-innovators).

On the basis of empirical generalizations measures for stimulation of banks' lending innovation development of national industry are determined. This is ensured by practical state program-targeted planning method based on targeted management and financing, the establishment of the interaction system between public and private institutions, funds of direct and venture investments, national long money and the market of derivatives. Implementation of the proposed measures will contribute to the stable development of the real economy.

Scientific novelty. The article defines the characteristic features of cyclical economic growth, technological development based on the results of the dynamics of GDP changes and total factor productivity during 2000–2016. The methodological provisions for assessing the impact of the banking sector on the intensity of innovation development have been formed. The unattractiveness of banks' loans as a source of financing innovations within two short cycles of economic development of Ukraine is proved. Thus, the conclusions have been made about the lack of institutional environment that promotes the banks' willingness to lend innovation and development of long-term relationships with inventors during the implementation of innovative projects.

Practical significance. Practical significance is that scientific studies clearly and consistently demonstrate the need to create conditions for bank lending innovation as a major source of economic growth in cyclic conditions. The results obtained will continue to be used to develop targeted financing programs for state innovation development, using the program-targeted method of planning.

Key words: cyclicity, economic growth, innovative development, «innovation pause», development of banking system, program-targeted approach.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку глобальної економіки саме інновації відіграють вирішальну роль у формуванні циклів економічного розвитку, оскільки завдяки їм відбуваються радикальні перетворення економічних і соціальних систем. Інновації визначають темпи і масштаби економічних процесів, є визначальним чинником конкурентоспроможності національних

і регіональних економік у глобальному середовищі. Актуальності для України набуває перегляд пріоритетів інноваційного розвитку, їх узгодження з тенденціями техноглобалізму, циклами інноваційної активності та інноваційними стратегіями іноземних країн. Україна має адаптуватися до умов глобальної економічної інтеграції та необхідності підвищення конкурентоспроможності.

Україну розглядають як країну, що знаходиться на другій, інвестиційній стадії розвитку, відповідно до якої конкурентоспроможність досягається за рахунок зростання продуктивності праці, здатності залучати технології та капітал, підвищення якості продукції та оптимізації витрат. Це означає, що важливими для підвищення конкурентоспроможності економіки є ефективність фінансово-кредитної системи, зокрема розвиток банківської системи, товарного ринку, ринку праці, здатність країни залучати інвестиції та здійснювати вкладення в людський капітал та інновації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З метою формування рекомендації щодо фінансування інноваційного розвитку досліджено проблеми впливу банківського кредиту на розвиток економіки в роботах Дибя О. [12], М. Зверякова [13], В. Зянько [14], Л. Федулової [15] та ін. Дослідження циклічності розвитку економіки в умовах трансформації технологічних укладів є предметом дослідження провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: В. Гейця [16], С. Глазєва [5], М. Кондратьєва [3], В. Кузьменко [17], М. Туган-Барановський [2], Й. Шумпетера [4] та ін. Особливої уваги приділено дослідженню засад інноваційного розвитку систем різних рівнів ієрархії та конкурентоспроможності в наукових трудах І. Думанської [18], Г. Кундеева [19], А. Олешко [20] тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри те, що економічне зростання та розвиток інноваційного середовища є предметом наукових досліджень багатьох учених, аналіз останніх публікацій переконливо свідчить, що питання щодо визначення впливу банківського сектору на активізацію процесів інноваційного розвитку в умовах циклічності залишаються невивченими, що потребує детального розгляду.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є розробка рекомендацій щодо створення умов використання кредитів банків, як джерела фінансування потреб інноваційного розвитку економіки. Розкриттю мети сприяє вирішення наступних завдань:

1. Визначити цикли економічного та інноваційного розвитку України.
2. Дослідити характер впливу розвитку банківського сектору на інновації в умовах циклічного інноваційного розвитку країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головною умовою зростання суспільного життя є модернізація економіки України. У 2010 р. в Україні офіційно проголошено перехід до інноваційної моделі розвитку, направленої на підвищення національної

конкурентоспроможності. Успіху економічної політики, спрямованої на формування нової моделі економічного зростання України, сприяє чіткий вибір пріоритетів, серед яких, на наш погляд, головним є забезпечення високих темпів збалансованого економічного зростання в наступній послідовності: *відновлення економічного зростання, вихід на високі темпи та якість економічного зростання, сталий розвиток*. Перспективи забезпечення високих темпів збалансованого економічного зростання, в свою чергу, залежать, на нашу думку, від потенціалу зовнішнього та внутрішнього середовища в цілому та розвитку банківської системи, зокрема, в процесах модернізації України в умовах проходження етапів економічного та інноваційного розвитку.

Науково-інноваційний шлях розвитку економічних систем об'єктивно є початковим етапом формування та становлення постіндустріального суспільства. Глобалізація світової економіки зумовлює необхідність і потребу країн в забезпеченні довгострокового економічного росту. Досвід економічно розвинених країн світу свідчить, що економічний прогрес суспільства в основному забезпечується за рахунок інновацій, які є результатом поєднання можливостей науково-технологічного прогресу з економічними потребами. Вважається, що взаємний економічний обмін між країнами-лідерами з технологічних інновацій та країнами, які мають незначну позицію інноваційного розвитку, сприяє швидкому скороченню розриву між рівнем їхнього розвитку. Це спричинено дифузією інновацій, як основного чинника довгострокового економічного зростання країни. Тобто, ефективне використання нових технологій, результатів раніше виконаних НДДКР, поліпшення організації праці, умови торгівлі, технології міжнародної торгівлі та кооперації сприяють зростанню сукупної факторної продуктивності.

Можливість довгострокового економічного зростання країн за рахунок інновацій підтверджується макроекономічними даними, як країн Західної, Центральної та Східної Європи, так і країн Близького Сходу, Північної Америки, Океанії та Південно-Східної Азії (рис. 1).

Однак, згідно даних, представлених рисунком, можемо зробити висновок про поступове зниження сукупної факторної продуктивності протягом 26 років. Зокрема від'ємні значення показника темпів приросту сукупної факторної продуктивності визначено в Бельгії (–0,3 п.п.), Франції (–0,1 п.п.), Чехії (–0,3 п.п.), Португалії (–0,5 п.п.), Іспанії (–0,6 п.п.), Естонії (–2,0 п.п.), Греції (–0,4 п.п.), Україні (–2,6 п.п.), Канаді (–0,2 п.п.), В'єтнамі (–1,5 п.п.),

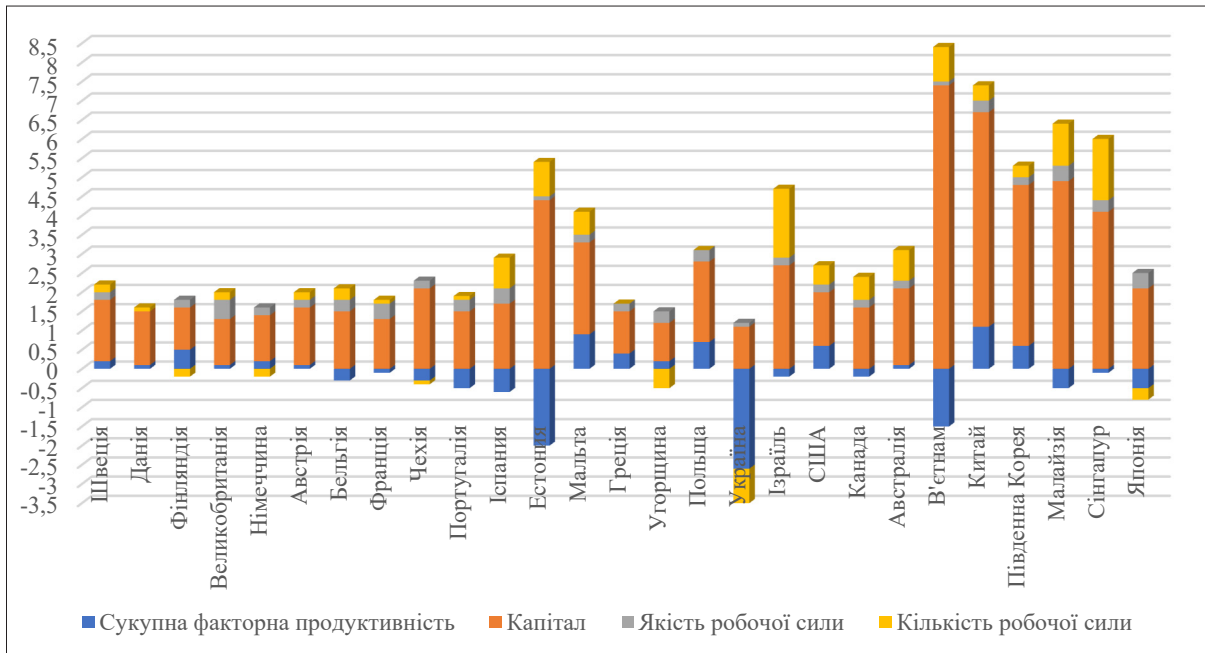


Рис. 1. Темп приросту вкладу робочої сили (кількості та якості), капіталу та сукупної факторної продуктивності в зростання ВВП України, країн Європейського Союзу, Близького Сходу, Північної Америки, Океанії та Південно-Східної Азії за 1990–2016 років, %

Джерело: складено автором на основі [1]

Малайзії (–0,5 п.п.), Сінгапурі (–0,1 п.п.) та Японії (–0,5 п.п.). Це на практиці виражається збільшенням витрат, зниженням ефективності, обумовленої технічним прогресом, погіршенням організації виробництва та політики, направленої на впровадження нових технологій.

Зазначена ситуація спричинена завершенням п'ятого та формуванням шостого технологічного укладу. Саме тому розробка заходів, направлених забезпечення входження України в новий технологічний уклад є питанням забезпечення економічної, зокрема інвестиційно-інноваційної, безпеки, зміцнення міжнародного статусу країни, досягнення високого рівня добробуту та підвищення якості життя населення країни. Це потребує проведення додаткових досліджень щодо визначення впливу циклічності на зв'язок економічної системи, інновацій та банківської системи, як головної складової фінансового ринку.

На першому кроці нашого дослідження визначимо цикли економічного розвитку України. В якості вагового індикатора соціально-економічного розвитку країни дослідимо ВВП протягом 2000–2016 рр.. Динаміка змін показника представлена на рис. 2.

Відповідно даних рисунку та праць вчених-засновників теорій циклічності М. Туган-Барановського [2] та М. Кондратьєва [3], де «економічний цикл» виражається в періодично повторювальній зміні фаз пожвавлення, підйому, кризи перевиробни-

цтва та депресії в промисловості, зробимо висновок, що нерівномірне зростання економіки України, що відповідає такому фундаментальному прояву економічному циклу як хвилюподібне коливання економічної активності.

Виходячи з вище зазначеного, протягом 2000–2016 рр. виділимо два повних економічних цикли, кожен з яких характеризується поступовим переходом ВВП від зростання до спаду. Перший економічний цикл відповідає періоду з 2000 по 2010 роки. Згідно досліджень М. Кондратьєва, нерівномірні коливання ВВП цього періоду свідчать про перебування економіки України на спаді короткої хвилі (7–11 років), у межах якої відбуваються мікроколивання (3–4 роки):

- перша коротка хвиля 2000–2010 рр., де протягом 2002–2004 рр. відбувалося зростання ВВП, а у 2005 р. — падіння (перший бізнес-цикл у 4 роки); у 2006 р. знов наявне зростання ВВП, а 2007–2009 рр. характеризуються падінням показника (другий бізнес-цикл у 4 роки).
- друга коротка хвиля 2010–2016 рр., впродовж якої відбувалися два бізнес-цикли, для яких характерне зростання (2010–2011 рр.) та падіння ВВП (2012–2013 рр.); 2013–2015 рр. — падіння ВВП та 2016 р. — зростання ВВП.

Далі, для оцінки інноваційного розвитку України використаємо показник сукупної факторної продуктивності. Нагадаємо, що залишок Солоу

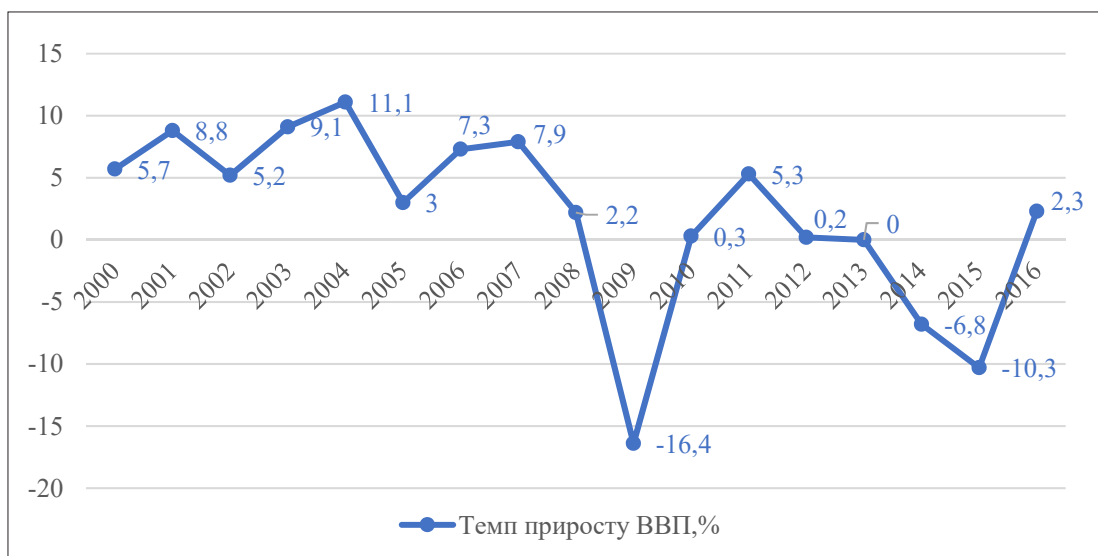


Рис. 2. Динаміка економічного зростання України протягом 2000–2016 років

Джерело: складено автором на основі [1]

представляє собою суттєве джерело економічного розвитку країни, спричинене ендогенною зміною технологій. В нашій роботі використання сукупної факторної продуктивності обумовлене тим, що в широкому розумінні показник представляє собою технологічний прогрес та використовується світовими організаціями для визначення відмінностей на душу населення між країнами.

Відповідно до праць М. Кондратьєва, Й. Шумпетера та С. Глазьева [3; 4; 5], з 1980 рр. почав формуватися та з 1984 р. домінує в більшості розвинених країн п'ятий технологічний уклад, ключовими факторами якого є мікроелектроніка та програмне забезпечення, а основними галузями — виробництво засобів автоматизації та телекомунікаційного обладнання.

Відповідно до даних The Conference Broad, період 2008–2009 рр. в більшості країн характеризується значним скороченням показника сукупної факторної продуктивності. Такий спад технологічного розвитку пов'яжемо із завершенням п'ятого технологічного укладу, де великі цикли економічної кон'юнктури виявилися в тому ж єдиному процесі динаміки економічного розвитку, в якому перебували і середні цикли з їх фазами підйому, що проявилось фінансово-економічною кризою та депресією. Відмітимо, що прояви зародження шостого технологічного укладу¹, якому притаманний постіндустріальний технологічний спосіб виробництва, почалися ще в 1990 роки, де основними чинниками економічного зростання та

пожвавлення ділової активності були технологічні інновації. Неможна не зауважити, що протягом кінця ХХ ст. — початку ХХІ ст. такі технологічні інновації, як: інформаційні технології, Інтернет, мобільний зв'язок й пов'язані з ними інновації, створили так званий «кластер технологій широкого використання» [6]. Перші ознаки насичення ринку інноваціями почали проявлятися у другій половині 2000 років зниженням динаміки економічного зростання країн. Технології широкого використання перестали бути рушіями економічного росту, а нові технології (нанотехнології, біотехнології, екологічно чиста енергетика тощо) ще не перейшли до стадії промислового виробництва та широкого впровадження. Утворилась так звана «інноваційна (технологічна) пауза», яка триватиме до 2020 р.

Вважаємо за доцільне зауважити, що зниження темпів зростання сукупної факторної продуктивності країн світу після світової фінансово-економічної кризи 2007–2009 рр. пояснюється високим ступенем глобальної невизначеності, що обумовлена інноваційною паузою розвитку науково-технічного розвитку США, країн Європейського Союзу та Китаю [7]. Це спричиняє сповільнення темпів технологічного розвитку, реалізації фундаментальних досліджень, фінансування масштабних інноваційних проєктів та формує передумови до розвитку горизонтальних прикладних інновацій. Саме тому використання можливостей «інноваційної паузи» для забезпечення умов сталого економічного зростання є зверх актуальним для України.

Нагадаємо, що нині в Україні домінують третій (чорна металургія, залізничний транспорт, електроенергетика, неорганічна хімія, споживання вугілля,

¹ Ключовими факторами нового укладу є біотехнологія, системи штучного інтелекту, глобальні інформаційні мережі та інтегровані високошвидкісні транспортні системи, комп'ютерна освіта, формування мережних бізнес-співтовариств.



Рис. 3. Динаміка економічного зростання та змін технологічного рівня України протягом 2000–2016 років
Джерело: складено автором на основі [1]

універсальне машинобудування) та четвертий технологічний уклад (органічна хімія та полімерні матеріали, кольорова металургія та нафтопереробка, автомобілебудування та розвиток ВПК, приладобудування та точне машинобудування, електронна промисловість, автоперевезення та широкий вжиток нафти). Це пояснює незначний рівень технологічного розвитку в Україні з наявною тенденцією до його скорочення (рис. 3).

Більш того, додамо, що українська економіка глибоко інтегрована у світове господарство. Тому прояви завершення п'ятого технологічного укладу у 2007–2009 роках відбулися падінням ВВП та сукупної факторної продуктивності до $-16,4\%$ та $-14,4\%$ відповідно. Від'ємне значення показника сукупної факторної продуктивності свідчить про погіршення якості технологій, які використовуються у виробництві промисловими підприємствами, що, в свою чергу призвело до сповільнення економічного зростання в Україні.

Далі зазначимо, що відповідно з проведеними нами раніше досліджень, формування та реалізація інноваційного потенціалу значною мірою залежать від створеного загальнодержавного інвестиційно-інноваційного клімату в країні та рівня розвитку фінансового ринку [1]. Це означає, що економічний прогрес України забезпечуватиметься інноваціями, як результату поєднання науково-технічного прогресу з економічними потребами, у випадку підвищення значущості таких інструментів інноваційної політики, як: людський капітал та дослідження,

інфраструктура, інститути, розвиненість бізнесу та розвиненість ринку.

Тому, наступним кроком нашої роботи є визначення характеру впливу розвитку банківської системи, як основного елемента фінансового ринку (складова Глобального інноваційного індексу «Розвиненість ринку») на інноваційний розвиток України. В якості основного показника інноваційного розвитку використаємо такий фактор складової «Розвиненість бізнесу», як «Патентні заявки від резидентів».

В цієї частині параграфу ми визначимо існування зв'язку та впливу розвитку банківської системи на активізацію інноваційного розвитку в країні. В дослідженні нами було використано дані World Bank (World Development Indicators), Federal Reserve Bank of St. Louis (Economic Research, FRED Economic Data) та American Economic Association (TheGlobalEconomy.com). Індикатори розвитку банківського сектору та інноваційного розвитку України представлено в табл. 1.

Оцінку причинно-наслідкового зв'язку між розвитком банківського сектору та інноваціями здійснимо із застосуванням такого методу статистичної обробки інформації, як кореляційно-регресійний аналіз. Кореляційну матрицю між показниками, що характеризують розвиток банківської системи та інноваційного розвитку побудуємо в програмному пакеті Statistica 10.0 (табл. 2).

За результатами дослідження взаємозалежності розвитку банківської системи та інноваційного розвитку протягом першої короткої хвилі економічного

Таблиця 1

Індикатори розвитку банківської системи та інноваційного розвитку України
протягом 2000–2016 років

Показники Роки	Патентні заявки резидентів, од.	Частка кредитів банків приватним клієнтам у ВВП, %	Концентрація активів 5 найбільших банків України, %	Частка депозитів банків у ВВП, %	Частка кредити, отримані від банків-нерезидентів у ВВП, %	Кількість банків з іноземним капіталом у загальній кількості банків, %
2000	824055	11,06	84,85	9,00	9,3	16
2001	833277	13,02	84,07	10,53	5,26	18
2002	826213	17,64	86,10	13,36	5,53	20
2003	857139	24,54	77,45	17,74	6,62	19
2004	896383	25,13	77,97	19,86	7,63	23
2005	966151	32,16	77,16	23,58	7,14	28
2006	998573	44,33	74,88	27,65	8,09	34
2007	1055483	58,14	65,46	29,96	8,07	42
2008	1081084	73,83	66,28	32,88	6,62	47
2009	1076207	73,39	65,51	36,91	10,93	53
2010	1061547	62,57	64,63	34,30	12,32	51
2011	1291997	56,56	64,99	36,16	12,50	55
2012	1441503	53,80	34,93	37,59	13,65	53
2013	1625377	58,69	36,30	41,99	17,72	53
2014	1713241	59,82	39,47	42,33	23,08	49
2015	1864324	47,03	46,93	38,99	11,29	51
2016	2129552	38,63	44,36	31,26	11,06	41

Джерело: складено автором на основі [9; 10; 11]

розвитку, якому відповідає 2000–2010 рр., можемо зробити висновок, що банківський сектор в цілому має позитивний вплив на інтенсивність розвитку інновацій в економіці України. Прямий та сильний характер тісноти зв'язку (дуже високий) визначено між показниками Патентні заявки від резидентів та Частка депозитів банків у ВВП ($r=0,976$). Дуже

високий рівень тісноти зв'язку визначено й між показниками Частка кредитів банків приватному сектору у ВВП та Патентні заявки від резидентів ($r=0,972$). Також сильний характер тісноти зв'язку отримано між показниками Кількість іноземних банків у загальній кількості банків та Патентні заявки від резидентів ($r=0,965$). Середній (помітний) зв'язок

Таблиця 2

Кореляційна матриця зв'язку індикаторів розвитку банківської системи та інновацій в Україні
протягом 2000–2010 рр.

Variable	Correlations (Banking Development, Innovations sta)					
	Bank credit to the private sector, percent of GDP	5-Bank Asset Concentration, %	Bank Deposit to GDP, %	Loans from Non-Resident Banks, Amounts Outstanding, to GDP, %	Foreign Banks Among Total Banks	Patent applications, residents
Bank credit to the private sector, percent of GDP	1,000000	-0,958573	0,970010	0,530415	0,979654	0,972737
5-Bank Asset Concentration, %	-0,958573	1,000000	-0,956898	-0,594669	-0,947043	-0,958035
Bank Deposit to GDP, %	0,970010	-0,956898	1,000000	0,582361	0,965520	0,976728
Loans from Non-Resident Banks, Amounts Outstanding, to GDP, %	0,530415	-0,594669	0,582361	1,000000	0,637786	0,547816
Foreign Banks Among Total Banks	0,979654	-0,947043	0,965520	0,637786	1,000000	0,965430
Patent applications, residents	0,972737	-0,958035	0,976728	0,547816	0,965430	1,000000

Джерело: власна розробка автора

Таблиця 3

Регресійна матриця залежності інновацій від індикаторів розвитку банківської системи України протягом 2000–2010 рр.

		Regression Summary for Dependent Variable: Patent applications, residents R= ,97672833 R²= ,95399823 Adjusted R²= ,94888692 F(1,9)=186,64 p<,00000 Std.Error of estimate: 24302,						
N=11		Beta	Std.Err. of Beta	B	Std.Err. of B	t(9)	p-level	
	Intercept			704562,2	19563,09	36,01488	0,000000	
	Bank Deposit to GDP, %	0,976728	0,071493	10657,7	780,11	13,66179	0,000000	

Джерело: власна розробка автора

визначено між показниками Частка кредитів банків нерезидентів у ВВП та Патентні заявки резидентів визначено ($r=0,544$). А зворотний та дуже високий зв'язок отримано між показниками Концентрація активів у 5 найбільших банках та Патентні заявки резидентів ($r=-0,965$).

Результати регресійного аналізу свідчать про залежність кількості патентних заявок резидентів від інновацій від обсягів ресурсної бази банків, сформованої за рахунок депозитів клієнтів (табл. 3).

Виходячи із сформованого рівняння регресії, що має вигляд $Y = 704562,2 + 0,97 \cdot \text{Частка депозитів банків у ВВП}$, кількість патентів збільшиться на 100 тис. одиниць за умов збільшення частки депозитів банків у ВВП на 97,67%. З чого зробимо висновки, що значна частина тимчасово вільних ресурсів протягом 2000–2010 років зберігалася поза банківською системою, а тому не могла використовуватися банками у процесі трансформації заощаджень у інвестиції. Проте, саме ця частина запасу грошей є потенційною можливістю для розширення депозитних ресурсів банку. Державні органи управління не створили в країні сприятливі умови стабільності, направлені на підвищення рівня довіри через фактори зовнішнього впливу. Депозитна політика банківських установ проводилася без глибокого визначення чинників, зокрема асиметрії інформа-

ції про шоки ліквідності підприємців-інноваторів, які впливають на рішення вкладника відмовитися від споживання частини свого поточного доходу, тому й не сприяла зацікавленості власників коштів у розміщенні їх на рахунках в банках.

Впродовж другої короткої хвилі економічного розвитку України (2010–2016 рр.), розвиток банківського кредитування має тісний зв'язок із присутністю іноземного капіталу, що визначається середнім (помірним) рівнем тісноти зв'язку між показниками Частка кредитів банків приватному сектору у ВВП та Кількість банків з іноземним капіталом у загальній кількості банків ($r=0,699$), незважаючи на вихід з банківської системи закордонних граків із значною ресурсною базою та сучасними технологіями обслуговування клієнтів (табл. 4).

Значущість іноземного капіталу на етапі формування нового технологічного укладу, що супроводжувалася кризовими явищами (2007–2009 рр.) й труднощами виходу з них (2012–2015 рр.), підтверджує сильний (дуже високий) зв'язок сформованої ресурсної бази банків (Частка депозитів банків у ВВП) із наявною кількістю банків з іноземним капіталом (Кількість банків з іноземним капіталом у загальній кількості банків) ($r=0,979$) та середній (помірний) зв'язок між кредитами, отриманими в банках, розташованих за кордоном України (Частка кредитів

Таблиця 4

Кореляційна матриця зв'язку індикаторів розвитку банківської системи та інновацій в Україні протягом 2010–2016 рр.

Variable	Correlations (Banking Development Innovations – 2.sta)					
	Bank credit to the private sector, percent of GDP	5-Bank Asset Concentration, %	Bank Deposit to GDP, %	Loans from Non-Resident Banks, Amounts Outstanding, to GDP, %	Foreign Banks Among Total Banks	Patent applications, residents
Bank credit to the private sector, percent of GDP	1,000000	0,231579	0,514895	0,529100	0,699136	-0,808856
5-Bank Asset Concentration, %	0,231579	1,000000	-0,492034	-0,462795	0,199966	-0,574758
Bank Deposit to GDP, %	0,514895	-0,492034	1,000000	0,777141	0,513456	-0,014681
Loans from Non-Resident Banks, Amounts Outstanding, to GDP, %	0,529100	-0,462795	0,777141	1,000000	0,116539	0,032688
Foreign Banks Among Total Banks	0,699136	0,199966	0,513456	0,116539	1,000000	-0,716382
Patent applications, residents	-0,808856	-0,574758	-0,014681	0,032688	-0,716382	1,000000

Джерело: власна розробка автора

отриманих від банків-нерезидентів у ВВП) ($r=0,530$). Зазначена ситуація підтверджує зроблений нами раніше висновок про відсутність сформованих інституціональних умов, що сприяють залученню вітчизняних банків у інноваційний розвиток країни (див. 1). Слабкість банківської системи, недовіра з боку населення, спричинених дією макроекономічних чинників змушує підприємців-інноваторів шукати інші джерела фінансування винаходів та реалізації інноваційно-інвестиційних проектів. Підтвердженням отриманих висновків є високий тісний та зворотний зв'язок між кредитною глибиною (Частка кредитів банків приватному сектору у ВВП) та кількістю патентних заявок інноваторів ($r=-0,80$), що свідчить про непривабливість даного виду фінансового джерела, насамперед через високу вартість.

За результатами регресійного аналізу, збільшення кількості патентних заявок резидентів на 1 млн. одиниць мало відбуватися завдяки скороченню банківських кредитів приватному сектору на 80,04%, зменшенню присутності банків з іноземним капіталом в банківській системі України на 49,00% та при збільшенні обсягів ресурсної бази банків у вигляді частки депозитів у ВВП на 64,00% (табл. 5).

Рівняння регресії має наступний вигляд: $Y = 704562,2 + 0,97 * \text{Частка депозитів банків і ВВП}$. Тобто формування відповідної бази «довгих ресурсів» дозволило б банкам сформувати вигідну пропозицію для фінансування патентів підприємств у вигляді інноваційного кредиту, розвитку довгострокових відносин з винахідниками впродовж реалізації інноваційних проектів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отримані результати дають змогу сформулювати висновки, що:

1. Банківські кредити приватному сектору, як джерело фінансування активізації інновацій впродовж першого циклу економічного розвитку Укра-

їни мали більшу привабливість (високий тісний прямий зв'язок) ніж у другому короткому циклі економічного розвитку (високий тісний зворотний зв'язок) при практично однаковому рівні тісноти зв'язку між сформованою депозитною базою банків та присутністю іноземного капіталу в банківській системі України.

2. Сценарій інноваційного розвитку національної економіки України має буди розроблений відповідно до структурних змін в глобальному інвестиційному портфелі. В умовах «інноваційної паузи» зближення капітальних та операційних витрат відбивається на зростанні темпів фінансування банками невеликих інноваційних проектів із коротким строком окупності, що може бути обрано в якості пріоритету для країни.

3. Ініціатором збалансованого економічного зростання України може бути тільки держава. Загальний вплив держави може бути оцінений у 80%. Проте, ця оцінка буде дієвою за умов високих темпів щорічного зростання економіки (на рівні не менше ніж 10%). Активізація стимулювання кредитування банками технологічного розвитку, пошук можливостей прориву в економічному розвитку, як основної передумови інноваційного розвитку України, передбачає практичну реалізацію державою програмно-цільового методу планування. Метод індикативного планування, заснований на цільовому управлінні та фінансуванні, передбачає створення системи взаємодії державних та приватних інститутів з фінансування проектів розвитку, фондів прямих та венчурних інвестицій, національних довгих грошей та ринку деривативів. Основними завданнями інститутів фінансування проектів розвитку є фінансування за державної підтримки програм розвитку, програм оновлення та модернізації засобів виробництва, кінцевою метою яких є створення високотехнологічної експортноорієнтованої продукції зі створенням нових робочих місць.

Таблиця 5

Регресійна матриця залежності інновацій від індикаторів розвитку банківської системи України протягом 2010–2016 рр.

		Regression Summary for Dependent Variable: Patent applications, residents					
		R= ,99447419 R²= ,98897892 Adjusted R²= ,97795784					
		F(3,3)=89,735 p<,00196 Std.Error of estimate: 53287,					
N=7		Beta	Std. Err. of Beta	B	Std. Err. of B	t(3)	p-level
	Intercept			3198553	265985,2	12,02531	0,001237
	Bank credit to the private sector, perecent of GDP	-0,800478	0,087650	-34315	3757,3	-9,13272	0,002775
	Bank Deposit to GDP, %	0,649081	0,073030	58034	6529,6	8,88784	0,003004
	Foreign Banks Among Total Banks	-0,490013	0,087561	-38422	6865,8	-5,59622	0,011272

Джерело: власна розробка автора

Література

1. Growth Accounting and Total Factor Productivity, 1990–2016 The Conference Board. Trusted Insights for Business Worldwide [Electronic resource]. — Access: <https://www.conference-board.org/data/economydatabase/index.cfm?id=27762>
2. Туган-Барановский М. И. Промышленные кризисы в современной Англии, их причины и ближайшие влияния на народную жизнь / М. И. Туган-Барановский. — СПб., 1894.; Туган-Барановский М. И. Промышленные кризисы. Очерк из социальной истории Англии / М. И. Туган-Барановский. — 2-е совершенно переработанное издание. — СПб., 1900. — переиздание: Киев: Наукова думка, 2004. — 333 с.; Туган-Барановский М. И. Избранное. Периодические промышленные кризисы. История английских кризисов. Общая теория кризисов. / М. И. Туган-Барановский. — 3-е совершенно переработанное издание — СПб., 1914. — переиздания: Пг.-М., 1923; М.: РОССПЭН, 1997. — 574 с.
3. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры. / Н. Д. Кондратьев // Вопросы конъюнктуры. — 1925. — Выпуск 1. — Т. I. — с. 28–79.; 2-е изд.: Кондратьев Н. Д. Избранные сочинения / Н. Д. Кондратьев — М.: Экономика, 1993. — с. 24–83; Большие циклы экономической конъюнктуры. Доклад в Институте экономики 6 февраля 1926 г. / Н. Д. Кондратьев // Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. — М.: Экономика, 1989. — с. 172–226.
4. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / Йозеф Алоиз Шумпетер. — М.: Мысль, 1982. — 455 с.; Scumpeter J. Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process / Joseph Aloiz Scumpeter. — N.Y.-L., 1939.
5. Глазьев С. Ю. Экономическая теория технического развития / Сергей Глазьев — М.: Наука, 1990. — 232 с.; Длинные волны: НТП и социально-экономическое развитие / [С. Ю. Глазьев, Г. И. Микерин, П. Н. Тесля и др.]. — Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние., 1991–224 с.; Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. / Сергей Глазьев — М.: ВладДар, 1993. — 310 с.
6. Zvieriakov, M. I., Zavadska, D. V. Model of intensive innovative development: world experience of implementation and trends of formation in Ukraine // Naukovyi Visnyk NHU, 2018, No 5, 155–166.
7. Полтерович В. М. 2009. Гипотеза об инновационной паузе и стратегия модернизации. Вопросы экономики. 2009. — № 6: 4–22.
8. Zavadska, D. V. Innovative environment in ukraine: formation and evaluation of development in the conditions of the balanced economic growth // «EUREKA: Social and Humanities» Scientific Journal, No 2, 2018. — P. 19–30.
9. World Bank (World Development Indicators) [Electronic resource]. — Access: <https://fred.stlouisfed.org/categories/32834>
10. Federal Reserve Bank of St. Louis (Economic Research, FRED Economic Data) [Electronic resource]. — Access: <https://fred.stlouisfed.org/series/DDOI01UAA156NWDB>
11. American Economic Association (TheGlobalEconomy.com) [Electronic resource]. — Access: <https://www.theglobaleconomy.com/Ukraine/>
12. Диба О. Фінансово-кредитне забезпечення інноваційного розвитку в умовах глобалізації / автореф. дис. на здобуття наук. ступ. доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.08 — Гроші, фінанси і кредит, 2018. — 40 с.
13. Зверяков М. Теоретическая парадигма устойчивого развития и украинские реалии // Научный журнал «Экономика Украины», 2018, № 10 (675). — С. 10–32.
14. Зянько В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки: монографія / Зянько В., Єпіфанова І. Вінниця: ВНТУ, 2015. — 172 с.
15. Федулова Л. Проблеми стратегічного розвитку інноваційної економіки України [Електронний ресурс] / Л. Федулова. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Evu/2009_11/Fedulov%D0%B0.pdf
16. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця та ін.; НАН України. — К., 2015. — 336 с.
17. Кузьменко В. П. Теорія економічних циклів і глобальна фінансова криза / Інститут еволюційної економіки. Публікації [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://iee.org.ua/ua/publication/146/>
18. Думанська І. Циклічність інноваційної діяльності промислових підприємств в умовах трансформації технологічних укладів // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. — Вип. 3(08). — 2017. — С. 121–126.
19. Кундеева Г. Инновационные процессы на макро- и микроуровнях / Г. Кундеева // Проблемы науки. — 2007. — № 11. — С. 8–14.
20. Олешко А. Циклічні кризові явища індустріальної економіки / А. Олешко // Економіка та держава. — 2008. — № 10. — С. 10–13.

References

1. Growth Accounting and Total Factor Productivity, 1990–2016 The Conference Board. Trusted Insights for Business Worldwide [Electronic resource]. — Access: <https://www.conference-board.org/data/economydatabase/index.cfm?id=27762>
2. Tuhan-Baranovskiy M. Y. Промышленные кризисы в современной Англии, их причины и ближайшие влияния на народную жизнь / М. Y. Tuhan-Baranovskiy. — SPb., 1894.; Tuhan-Baranovskiy M. Y. Промышленные кризисы. Очерк из социальной истории Англии / М. Y. Tuhan-Baranovskiy. — 2-е совершенно переработанное издание. — SPb., 1900. — переиздание: Киев: Наукова думка, 2004. — 333 с.; Tuhan-Baranovskiy M. Y. Избранное. Периодические промышленные кризисы. История английских кризисов. Обобщающая теория кризисов. / М. Y. Tuhan-Baranovskiy. — 3-е совершенно переработанное издание — SPb., 1914. — переиздания: Ph.-M., 1923; М.: ROSSPЭН, 1997. — 574 с.
3. Kondratiev N. D. Большие циклы конъюнктуры. / N. D. Kondratiev // Вопросы конъюнктуры. — 1925. — Выпуск 1. — Т. I. — с. 28–79.; 2-е изд.: Kondratiev N. D. Избранные сочинения / N. D. Kondratiev — М.: Экономика, 1993. — с. 24–83; Большие циклы экономической конъюнктуры. Доклад в Институте экономики 6 февраля 1926 г. / N. D. Kondratiev // Kondratiev N. D. Проблемы экономической динамики. — М.: Экономика, 1989. — с. 172–226.
4. Shumpeter Y. A. Теория экономического развития / Йозеф Алоиз Шумпетер. — М.: Мысль, 1982. — 455 с.; Scumpeter J. Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process / Joseph Aloiz Scumpeter. — N.Y.-L., 1939.
5. Hlazev S. Yu. Экономическая теория технического развития / Сергей Хлазев — М.: Наука, 1990. — 232 с.; Длинные волны: НТП в социально-экономическом развитии / [S. Yu. Hlazev, H. Y. Mykeryn, P. N. Teslia y dr.]. — Novosybyrsk: Nauka. Syb. otd.-nye., 1991–224 с.; Hlazev S. Yu. Теория долгосрочного технико-экономического развития. / Сергей Хлазев — М.: VlaDar, 1993. — 310 с.
6. Zvieriakov, M. I., Zavadska, D. V. Model of intensive innovative development: world experience of implementation and trends of formation in Ukraine // Naukovyi Visnyk NHU, 2018, No 5, 155–166.
7. Polterovych V. M. 2009. Гипотеза об инновационной паузе в стратегии модернизации. Вопросы экономики. 2009. — № 6: 4–22.
8. Zavadska, D. V. Innovative environment in Ukraine: formation and evaluation of development in the conditions of the balanced economic growth // «EUREKA: Social and Humanities» Scientific Journal, No 2, 2018. — P. 19–30.
9. World Bank (World Development Indicators) [Electronic resource]. — Access: <https://fred.stlouisfed.org/categories/32834>
10. Federal Reserve Bank of St. Louis (Economic Research, FRED Economic Data) [Electronic resource]. — Access: <https://fred.stlouisfed.org/series/DDOI01UAA156NWDB>
11. American Economic Association (TheGlobalEconomy.com) [Electronic resource]. — Access: <https://www.the-globaleconomy.com/Ukraine/>
12. Dyba O. Finansovo-kredytne zabezpechennia innovatsiinoho rozvytku v umovakh hlobalizatsii / avtoref. dys. na здобuttia nauk. stup. doktora ekonomichnykh nauk za spetsialnistiu 08.00.08 — Hroshi, finasy i kredyt, 2018. — 40 с.
13. Zveriaikov M. Teoretycheskaia paradyhma ustoiychoho rozvytyia y ukraïnskye realy // Nauchnyi zhurnal «Экономика Украины», 2018, № 10 (675). — С. 10–32.
14. Zianko V. Innovatsiina diialnist pidpriemstv ta yii finansove zabezpechennia v umovakh transformatsiinykh zmin ekonomiky: monohrafiia / Zianko V., Yepifanova I. Vinnytsia: VNTU, 2015. — 172 с.
15. Fedulova L. Problemy stratehichnoho rozvytku innovatsiinoi ekonomiky Ukrainy [Elektronnyi resurs] / L. Fedulova. — Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Evu/2009_11/Fedulov%D0%B0.pdf
16. Innovatsiina Ukraina 2020: natsionalna dopovid / za zah. red. V. M. Heitsia ta in.; NAN Ukrainy. — К., 2015. — 336 с.
17. Kuzmenko V. P. Teoriia ekonomichnykh tsykliiv i hlobalna finansova kryza / Instytut evoliutsiinoi ekonomiky. Publikatsii [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <http://iee.org.ua/ua/publication/146/>
18. Dumanska I. Tsyklichnist innovatsiinoi diialnosti promyslovykh pidpriemstv v umovakh transformatsii tekhnolohichnykh ukkladiv // Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia. — Vyp. 3(08). — 2017. — С. 121–126.
19. Kundeeva H. Ynnovatsionnye protsessy na marko- y mykrourovniakh / H. Kundeeva // Problemy nauky. — 2007. — № 11. — С. 8–14.
20. Oleshko A. Tsyklichni kryzovi yavyshecha industrialnoi ekonomiky / A. Oleshko // Ekonomika ta derzhava. — 2008. — № 10. — С. 10–13.

Максимчук Олександр Сергійович

аспірант

Тернопільського національного економічного університету

Максимчук Александр Сергеевич

аспирант

Тернопольского национального экономического университета

Maksymchuk Oleksandr

PhD Student of the

Ternopil National Economic University

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4544

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ БЮДЖЕТУ УЧАСТІ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ М. ТЕРНОПОЛЯ)

ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ БЮДЖЕТА УЧАСТИЯ В УКРАИНЕ (НА ПРИМЕРЕ Г. ТЕРНОПОЛЯ)

IMPLEMENTATION OF THE BUDGET OF PARTICIPATION IN UKRAINE (IN CASE OF TERNOPIL)

Анотація. У статті окреслено проблеми практичного впровадження бюджету участі в м. Тернополі. В умовах інтеграції України в світову спільноту підвищення ефективності бюджетної системи є надзвичайно важливим елементом реформування політичної системи країни. Впровадження нових практик бюджетування відіграє в цьому процесі значну роль. Впродовж останніх років у Європейських муніципалітетах активно впроваджується і доводить свою ефективність партиципаторне бюджетування. З 2016 року дана практика, за підтримки громадських організацій, впроваджується і в муніципалітетах України.

В дослідженні проаналізовано результати впровадження даного інституту в м. Тернополі впродовж останніх 2 років. Виявлено, що в другий рік реалізації бюджету участі в Тернополі, не відбулося позитивної динаміки. Зокрема, зменшилась кількість поданих та допущених до голосування проектів, кількість громадян, які взяли участь у цьому процесі залишилася без змін. В той же час, обґрунтовано, що таку динаміку не слід оцінювати суто негативно. Досліджено, які зміни відбулися в законодавчому та інформаційному забезпеченні реалізації бюджету участі в Тернополі в 2017 році, порівняно з 2016 та проаналізовано їх вплив.

Виділено основні недоліки запровадження партиципаторного бюджетування в м. Тернополі та класифіковано їх на 4 групи: недоліки інформаційного забезпечення даного процесу, корупційність, хаотичність та форсованість, недоліки в сфері прозорості процесу партиципаторного бюджетування. Запропоновано шляхи вирішення наявних проблем: розширення форм участі громадян в процесі партиципаторного бюджетування, розширення інформаційного висвітлення даного процесу, регламентація партиципаторного бюджетування на національному рівні та розширення кола учасників процесу.

Ключові слова: місцевий бюджет, бюджет участі, партиципаторне бюджетування, реформа; впровадження партиципаторного бюджетування.

Аннотация. В статье обозначены проблемы практического внедрения бюджета участия в г. Тернополе. В условиях интеграции Украины в мировое сообщество повышения эффективности бюджетной системы является чрезвычайно важным элементом реформирования политической системы страны. Внедрение новых практик бюджетирования играет в этом процессе значительную роль. В последние годы в европейских муниципалитетах активно внедряется и доказывает свою эффективность партиципаторное бюджетирование. С 2016 года данная практика, при поддержке общественных организаций, внедряется и в муниципалитетах Украины.

В исследовании проанализированы результаты внедрения данного института в г. Тернополе в течение последних 2 лет. Обнаружено, что во второй год реализации бюджета участия в Тернополе, не произошло положительной динамики. В частности, уменьшилось количество поданных и допущенных к голосованию проектов, количество граждан, принявших участие в этом процессе осталась без изменений. В то же время, обосновано, что такую динамику не следует оценивать сугубо отрицательно. Доказано, какие изменения произошли в законодательном и информационном обеспечении реализации бюджета участия в Тернополе в 2017 году по сравнению с 2016 и проанализировано их влияние.

Выделены основные недостатки введения партиципаторного бюджетирования в г. Тернополе и классифицированы их на 4 группы: недостатки информационного обеспечения данного процесса, коррупционность, хаотичность и форсованість, недостатки в сфере прозрачности процесса партиципаторного бюджетирования. Предложены пути решения имеющихся проблем: расширение форм участия граждан в процессе партиципаторного бюджетирования, расширение информационного освещения данного процесса, регламентация партиципаторного бюджетирования на национальном уровне и расширение круга участников процесса.

Ключевые слова: местный бюджет, бюджет участия, партиципаторное бюджетирование, реформа, внедрение партиципаторного бюджетирования.

Summary. The article outlines the problems of practical implementation of the participatory budgeting in the Ternopil municipality. In terms of integration into the world community increasing of the effectiveness of budgetary system is an extremely important element of the reform of the political system of the country. The introduction of new practices of budgeting plays an important role in this process. Over the past years in European municipalities participatory budgeting actively implemented and proves its effectiveness. From 2016 this practice implementing in the municipalities of Ukraine with the support of NGOs.

The results of the implementation of this institute in the Ternopil during the last 2 years have been analyzed. Found that in the second year of implementation of the budget of participation in Ternopil, there has not been a positive dynamics. In particular, decreased the number of projects which casted and allowed to voting, the number of citizens who participated in this process remained unchanged. At the same time, reasonably, that the momentum should not be assessed purely negative. Explore what changes have occurred in legislation and information to ensure the implementation of the budget of participation in Ternopil in 2017, compared to 2016 and analyzed their impact.

The main disadvantages of implementing participation budgeting in Ternopil classified and grouped into 4 groups: the shortcomings of the information provision of this process, corruption, chaos and speed, lack of transparency in the process of participatory budgeting. The ways of solving existing problems are offered: the increasing of forms of citizens' participation in the process of participatory budgeting, informational coverage of this process, the regulation of participatory budgeting at the national level and increasing of the circle of participants in this process

Key words: local budget, budget of participation, participatory budgeting, reform, introduction of participatory budgeting.

Постановка проблеми. Однією з ключових сучасних рис управління місцевими фінансами у світі є зростання популярності практики залучення громадян до управління справами тих населених пунктів, де вони мешкають. Зокрема, широкого застосування набуло партиципаторне бюджетування, що є формою прямої демократії, яка дозволяє місцевим мешканцям самостійно розподіляти певну частку місцевого бюджету у відповідності до їх бачення пріоритетних напрямків витрат. Українські органи місцевого самоврядування також розпочали імплементацію цієї практики в бюджетний процес на місцевому рівні. Широке впровадження такої практики дозволить зміцнити інститути демократії та громадянського суспільства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження партиципаторного бюджетування або бюджетів участі та його впливу на різноманітні сфери місцевого суспільного життя активно здійснюється

західними вченими, серед яких Г. Бленд [1], Х. Де Вріес [2], Ж. Дзініч [3], Ч. Куруппу [4] та ін. Серед українських вчених цією тематикою займаються Ж. Белец [5], О. Кириленко [6] та ін. Разом з тим, загалом в сучасній науковій літературі недостатньо уваги приділено дослідженню практичних результатів впровадження партиципаторного бюджетування в країнах з транзитивною економікою загалом, та в Україні зокрема.

Мета та завдання статті полягає у дослідженні процесу впровадження бюджету участі на прикладі м. Тернополя, виявлення проблем, які виникли при його впровадженні та обґрунтування шляхів їхнього вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Партиципаторний бюджет (бюджет участі) — це демократичний процес, що передбачає надання громадянам (зокрема й тим, які формально не мають громадянства) права розподілу частини коштів з міського

бюджету або іншого бюджету, який їх стосується [5]. Вперше така практика була запроваджена в бразильському муніципалітеті Порту-Алегрі в 1989 році [6, с. 88]. Вона зарекомендувала себе як ефективний механізм фінансування місцевих видатків і станом на 2016 рік застосовувалася приблизно 3000 муніципалітетами у всьому світі [3, с. 33]. Такий підхід розглядається західними вченими як розвиток ідей децентралізації [1, с. 864] та як форма низової демократії [4, с. 2].

В Україні впровадження партиципаторного бюджетування відбувається за підтримки Польсько-Української фундації співпраці (ПАУСІ), а також Інституту бюджету та соціально-економічних досліджень (ІБСЕД) та Агентства США з міжнародного розвитку (USAID). В 2018 році бюджет участі в Україні використовували в 85 місцевих бюджетах [7] і очікується подальше зростання кількості таких бюджетів.

Впровадження партиципаторного бюджетування в Тернополі відбувається за підтримки Інституту бюджету та соціально-економічних досліджень в рамках проекту «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи-II», що фінансується USAID. Наприкінці 2015 року ІБСЕД розповсюдив інформацію про проект партиципаторного бюджетування серед місцевих рад та оголосив про прийом заявок від місцевих рад на допомогу в запровадженні бюджету участі на їх території. Після опрацювання заявок були обрані місцеві ради, в яких даний проект реалізовувався в 2016 році, серед них була і Тернопільська міська рада.

При цьому ІБСЕД підкреслив, що ця громадська організація готова надати методологічну та технічну допомогу в процесі впровадження нової практики бюджетування. Зокрема, він взяв на себе

зобов'язання забезпечити створення електронної системи, яка забезпечує автоматизацію всіх етапів бюджетного фінансування за рахунок подання проектних пропозицій до електронного голосування та звітування про реалізацію проектів та здійснювати підтримку роботи даної системи протягом першого року реалізації партиципаторного бюджетування.

Крім цього, фахівці ІБСЕД провели семінари, на яких пояснювали процес впровадження бюджету участі, забезпечили підготовку службовців місцевої ради, а також ознайомили чиновників з тим, як інформувати громадян про нову практику бюджетування. Ці семінари відіграли значну роль, дозволивши політикам та працівникам місцевої ради, ознайомитися з моделлю партиципаторного бюджетування. Все це є надзвичайно важливим, адже, як показують дослідження, наявність фінансових та людських ресурсів є основним фактором для переконання у необхідності запроваджувати інноваційні практики [2, с. 160].

У червні 2016 року Тернопільська міська рада затвердила положення «Про громадський бюджет м. Тернополя», що забезпечило нормативно-правову основу для реалізації даного проекту. Як зазначено в його регламенті, сума, яка виділяється на бюджет участі, не може бути меншою, ніж один відсоток бюджетних надходжень місцевої ради, а тривалість реалізації проектів не може перевищувати одного року. Всі проекти класифікуються на малі проекти, для реалізації яких потрібно менше 100 000 грн. (300 000 грн. з 2017 року), та великі проекти, реалізація яких потребує 100 000 (300 000)–1 000 000 грн. [8; 9].

Основні результати реалізації бюджету участі представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Результати впровадження бюджету участі в Тернополі

	2016 рік	2017 рік
Подані проекти, з них:	71	66
Великі	48	34
Малі	23	32
Проекти, що отримали позитивний висновок, з них:	60	43
Великі	41	20
Малі	19	23
Кількість осіб, що проголосували	5 499	5 477
Кількість відданих голосів	14 344	6 881
Кількість обраних проектів, з них:	19	18
Великі	8	7
Малі	11	11
Вартість обраних проектів, млн. грн.	8,9	9,4

Джерело: складено автором на основі [10]

Як видно, з таблиці, впровадження бюджету участі в м. Тернополі у 2016–2017 рр. характеризується спадною динамікою за кількістю поданих проєктів та проєктів, які отримали позитивний висновок, а також за кількістю осіб, які проголосували, проте дещо зросла вартість обраних проєктів.

Разом з тим, слід зазначити, що ці зміни не варто оцінювати суто негативно. Так, зменшення кількості проєктів, що отримали позитивний висновок могло бути спричиненим більш ретельним аналізом проєктів. В перший рік реалізації бюджету участі проєкти оцінювалися лише на предмет законності та можливості реалізації виключно силами міської ради. В результаті, виникла ситуація, коли вартість робіт, необхідних для реалізації одного з проєктів, перевищувала вартість, зазначену в кошторисі цього проєкту, в кілька разів. Тому, проєкти Громадського бюджету Тернополя на 2018 рік оцінювалися також фінансовими органами для виявлення невідповідності між реальною і кошторисною вартістю реалізації проєкту. Що стосується зменшення кількості голосів, це пов'язано зі зміною підходу до процедури голосування. Так, в 2016 році кожен мешканець міг віддати необмежену кількість голосів за всі проєкти, які йому сподобалися [9]. З 2017 можна віддати лише 2 голоси: 1 за великий проєкт та 1 — за малий [8]. Це значно обмежує вплив корупційних схем на результати голосування.

Крім вказаних вище, можна виділити ще ряд недоліків, притаманних процесу впровадження партиципаторного бюджетування в м. Тернополі, які можна згрупувати таким чином:

1. Недоліки інформаційного забезпечення, серед яких можна виділити два основних типи проблем в залежності від суб'єкта, якого вони стосуються:

- недостатня підготовка авторів проєктів. Як стверджують представники місцевої ради, вони проводили семінари та тренінги для розробників щодо складання проєктів для бюджету участі. Разом з тим, інтерв'ю з авторами та аналіз інтернет-ресурсів показав, що інформація про такі семінари не мала широкого інформаційного освітлення і більшість з них просто про це не знали. Саме результатом цього були помилки, які допущені багатьма розробниками у процесі підготовки проєктів. На наступний рік ситуація з покращилася. Інформація про тренінги для авторів по складанню проєктів для бюджету участі висвітлювалася на веб-сайті міської ради та місцевих ЗМІ. Крім цього, на веб-сайті платформи «Громадський бюджет» була розміщена інформація щодо вартості типових робіт для полегшення складання кошторису;

- недосконалість системи поширення інформації про бюджет участі серед населення. Основна частина просвітницької та агітаційної роботи була перекладена на плечі авторів проєкту, які були змушені не тільки агітувати голосувати за свої проєкти, а й пояснювати, що таке бюджет участі взагалі і чому мешканцям важливо приймати участь у цьому процесі. Про це свідчить, зокрема, невисокий рівень участі мешканців міста в голосуванні за проєкти Громадського бюджету

2. Корупція та маніпулювання результатами голосування. Під час голосування надходило чимало скарг про підкуп, використання службового становища, спроби обманним шляхом проголосувати кілька разів за один проєкт, подання комерційних проєктів, що вигідні окремому підприємству чи особі під виглядом суспільно важливих. Проти деяких членів Номінаційного комітету було відкрито кримінальне провадження за маніпуляцію результатами голосування. Варто зазначити що вирішення даної проблеми повинно проходити у двох напрямках. Крім виявлення фактів корупції та покарання за них, необхідно також виховувати суспільну свідомість громадян для того, щоб вони не приймали в цьому участь.

3. Форсованість процесу запровадження партиципаторного бюджетування. Між поданням заявки місцевої ради на участь в проєкті ІБСЕР та прийняттям положення пройшло лише 6 місяців, після чого через 3 місяці розпочалася процедура прийому проєктів. З одного боку, це може свідчити про здатність міської ради швидко запровадити нову бюджетну практику. З іншого боку, внаслідок таких швидких темпів впровадження партиципаторного бюджетування міська рада не змогла врахувати багатьох питань, які в подальшому з'явилися в процесі реалізації даної практики.

4. Недостатня прозорість процесу відбору проєктів. На веб-сайті міської ради публікуються протоколи засідань Номінаційного комітету з переліком негативно та позитивно оцінених проєктів, проте там немає інформації про причини відхилення того чи іншого проєкту.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Партиципаторне бюджетування трактується як практика доброго урядування, яка може зміцнити демократію на низовому рівні влади. На нашу думку, ця практика заслуговує подальшого розвитку. Даний інститут позитивно зарекомендував себе в тих країнах, де він почав застосовуватися раніше. Муніципалітети, що впроваджують цю практику, зазвичай характеризувалися більш високими темпами зростання місцевої економіки та бюджетних

надходжень у порівнянні з муніципалітетами, де така практика не застосовувалася. Водночас, можна виділити кілька основних напрямків розвитку бюджету участі в Україні:

1. Розширення форм участі громадян в процесі партиципаторного бюджетування. Зараз переважна більшість учасників даного процесу виконують пасивну роль — голосують за проекти. В той же час, у світі позитивно себе зарекомендувала практика громадських обговорень проектів. В цьому випадку забезпечується двосторонній зв'язок між автором та іншими громадянами. У такому випадку зацікавлені громадяни зможуть запропонувати варіанти покращення проекту, що в кінцевому підсумку дозволить забезпечити значно вищий рівень ефективності видатків з місцевих бюджетів. Також це полегшить авторам проектів пошук волонтерів у реалізації проекту або спонсорів у випадку, якщо проект планується реалізовувати не виключно за рахунок коштів місцевих бюджетів.

2. Розширення інформаційного висвітлення даного процесу. Мова йде не лише про те, щоб ширше інформувати жителів населеного пункту про реалізацію певного проекту на території територіальної громади, а й про інформування існування даного інституту, кращих практик його реалізації в Україні та світі на рівні національних ЗМІ. Це заохочуватиме керівництво тих адміністративно-територіальних одиниць, де такий інститут ще не впроваджений, до його впровадження.

3. Регламентація даного інституту на національному рівні. Даний процес не повинен мати директивний характер, а лише консультативний. Зокрема,

мова йде про розроблення рекомендацій для місцевої влади щодо впровадження бюджету участі. Також можливе створення спеціального консультативного органу, який би надавав консалтингові послуги місцевим радам, що самостійно впроваджують дану практику в бюджетний процес. Це дозволило б впроваджувати даний інститут значно швидше і полегшило б його впровадження для місцевих органів влади.

4. Розширення кола громадян, що беруть участь у даному процесі. Переважно, в європейських країнах, участь можуть брати усі люди, що проживають на території муніципалітету. Вважаємо запровадження даної практики позитивним кроком, адже існує чималий прошарок людей, які офіційно не зареєстровані на території населеного пункту, але орендують житло, фактично проживають і працюють там. Вони теж бажають мати можливість впливати на розподіл коштів місцевого бюджету і, враховуючи, що переважна частина таких людей планують в подальшому проживати на території населеного пункту, такий крок буде логічним.

Наше дослідження продемонструвало, як відбувалося розповсюдження партиципаторного бюджетування в Тернополі. В результаті виявлено ряд напрямків для майбутніх досліджень, що стосуються впровадження бюджету участі в Тернополі та Україні. Важливе подальше аналізування того, що було зроблено, для уникнення корупції у процесі голосування. Також необхідно дослідити перспективи та практику впровадження партиципаторного бюджетування самостійно силами місцевої ради без методичної та фінансової допомоги з боку громадських організацій.

Література

1. Bland, G. Supporting Post-conflict Democratic Development? External Promotion of Participatory Budgeting in El Salvador. *World Development*. 2011. — Vol. 39(5). — pp. 863–873.
2. De Vries, H., Bekkers, V., & Tummers, L. Innovation in the Public Sector: A Systematic Review and Future Research Agenda. *Public Administration*. 2016. — Vol. 94(1). — pp. 146–166.
3. Džinić, J., Svidroňová, M. and Markowska-Bzducha, E. Participatory Budgeting: A Comparative Study of Croatia, Poland and Slovakia *NISPAcee Journal of Public Administration and Policy*. 2016. Vol. 9(1). pp. 31–56.
4. Kuruppu, C., Adhikari, P. et. al. Participatory Budgeting in a Sri Lankan Urban Council: A Practice of Power and Domination. *Critical Perspectives on Accounting*. — 2016. — Vol. 41. — pp. 1–17.
5. Белец Ж. А. Партиципаторне бюджетування як інноваційний демократичний інструмент участі громадян у управлінні справами територіальних громад. Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. — 2016. — № 1 [Electronic resource]. — Access mode:: http://el-zbirn-du.at.ua/2016_1/19.pdf
6. Кириленко О. П., Чайковська І. Я. Перспективи запровадження бюджету участі в Україні на основі зарубіжного досвіду / Вісник ТНЕУ. — 2015. — № 2. — С. 86–100.
7. Громадський бюджет: чи готові мешканці та влада співпрацювати? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://blog.liga.net/user/aemelyanova/article/28807>

8. Про Громадський бюджет Тернополя: положення від 18.08.2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://rada.te.ua/byudget-ternopolya/gromadskiy-byudget/17496.html>
9. Рішення сесії міської ради від 16.06.16. Офіційний сайт Тернопільської міської ради [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://rada.te.ua/sesiya/rishennya-sesii-arhiv/4587.html>
10. Статистика. Громадський Проект Тернопіль [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://pb.rada.te.ua/statistics/19>

References

1. Bland, G. Supporting Post-conflict Democratic Development? External Promotion of Participatory Budgeting in El Salvador. *World Development*. 2011. — Vol. 39(5). — pp. 863–873.
2. De Vries, H., Bekkers, V., & Tummers, L. Innovation in the Public Sector: A Systematic Review and Future Research Agenda. *Public Administration*. 2016. — Vol. 94(1). — pp. 146–166.
3. Džinić, J., Svidroňová, M. and Markowska-Bzducha, E. Participatory Budgeting: A Comparative Study of Croatia, Poland and Slovakia *NISPAcee Journal of Public Administration and Policy*. 2016. Vol. 9(1). pp. 31–56.
4. Kuruppu, C., Adhikari, P. et. al. Participatory Budgeting in a Sri Lankan Urban Council: A Practice of Power and Domination. *Critical Perspectives on Accounting*. — 2016. — Vol. 41. — pp. 1–17.
5. Belets Zh. A. Partytsypatorne biudzhetuвання yak innovatsiyni demokratychni instrument uchasti hromadian v upravlinni spravamy terytorialnykh hromad. *Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia i mistsevoho samovriaduvannia*. — 2016. — № 1 [Electronic resource]. — Access mode:: http://el-zbirn-du.at.ua/2016_1/19.pdf
6. Kyrylenko O. P., Chaikovska I. Ya. Perspektyvy zaprovadzhennia biudzhetu uchasti v Ukraini na osnovi zarubizhnoho dosvidu / *Visnyk TNEU*. — 2015. — № 2. — S. 86–100.
7. Hromadskiy biudzheth: chy hotovi meshkantsi ta vlada spivpratsiuvaty? [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <http://blog.liga.net/user/aemelyanova/article/28807>
8. Pro Hromadskiy biudzheth Ternopolia: polozhennia vid 18.08.2017 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <http://rada.te.ua/byudget-ternopolya/gromadskiy-byudget/17496.html>
9. Rishennia sesii miskoi rady vid 16.06.16. Ofitsiyni sait Ternopilskoi miskoi rady [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <http://rada.te.ua/sesiya/rishennya-sesii-arhiv/4587.html>
10. Statystyka. Hromadskiy Proekt Ternopil [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://pb.rada.te.ua/statistics/19>

Рак Роман Володимирович

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри фінансів

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Рак Роман Владимирович

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры финансов

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

Rak Roman

PhD, Associate Professor

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Васильюк Дмитро Володимирович

магістр

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Васильюк Дмитрий Владимирович

магистр

Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

Vasyliuk Dmytro

Masters' Student of the

Taras Shevchenko National University of Kyiv

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-12-4547

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ЗЛИТТІВ ТА ПОГЛИНАНЬ

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ

MODERN TRENDS IN THE GLOBAL MERGERS AND ACQUISITIONS MARKET

Анотація. У статті досліджено сучасні тенденції розвитку світового ринку злиттів та поглинань в умовах кризи та трансформаційних перетворень економіки.

Визначено, що конкурентне середовище, а саме його зміни, становлять основу злиттів та поглинань. З розвитком економіки вони стають більш істотними та стрімкими. Глобалізація, диверсифікація, технологічний прогрес, лібералізація ринків – кожен з цих факторів постійно впливає на оцінку активів компанії та прогнози її функціонування, змушує перебувати в активному пошуку інвестиційних можливостей, зменшувати витрати та стратегії протидії конкурентам. Це означає, що піки угод злиттів та поглинань припадають на періоди структурних змін, промислових криз і підйомів, інфляції, технологічних революцій, коли відбувається суттєва організаційна перебудова економіки та переоцінка її активів. Отже, актуальність комплексного дослідження теми зумовлюється фактом економічної невизначеності на сучасних ринках, що спонукає чимало компаній до інтеграції. Для досягнення поставленої мети дослідження у якості теоретичної та методичної бази використана система загальнонаукових і спеціальних методів, зокрема, методи наукової абстракції і узагальнення, аналізу і синтезу, індукції і дедукції, спостереження і порівняння – для дослідження подібностей та відмінностей світового ринку злиттів і поглинань в цілому, а також розгляд галузевих структур. Подальшими напрямками розвитку виступає досліджений прогноз змін ринку злиттів та поглинань.

Ключові слова: злиття та поглинання, інтеграція, економіка, криза, санкції, світова економіка.

Аннотация. В статье исследованы современные тенденции развития мирового рынка слияний и поглощений в условиях кризиса и трансформационных преобразований экономики.

Определено, что конкурентная среда, а именно его изменения, составляют основу слияний и поглощений. С развитием экономики они становятся более существенными и стремительными. Глобализация, диверсификация, технологический прогресс, либерализация рынков – каждый из этих факторов постоянно влияет на оценку активов компании и прогнозы ее функционирования, заставляет находиться в активном поиске инвестиционных возможностей, уменьшать расходы и стратегии противодействия конкурентам. Это означает, что пики сделок слияний и поглощений приходятся на периоды структурных изменений, промышленных кризисов и подъёмов, инфляции, технологических революций, когда происходит существенная организационная перестройка экономики и переоценка ее активов. Следовательно, актуальность комплексного исследования темы обусловлена фактом экономической неопределенности на современных рынках побуждает многие компании к интеграции. Для достижения поставленной цели исследования в качестве теоретической и методической базы использована система общенаучных и специальных методов, в частности, методы научной абстракции и обобщения, анализа и синтеза, индукции и дедукции, наблюдения и сравнения – для исследования сходств и различий мирового рынка слияний и поглощений в целом, а также рассмотрение отраслевых структур. Дальнейшими направлениями развития выступает исследован прогноз изменений рынка слияний и поглощений.

Ключевые слова: слияния и поглощения, интеграция, экономика, кризис, санкции, мировая экономика.

Summary. In the article modern tendencies of development of the world market of mergers and acquisitions in the conditions of a crisis and transformational transformations of economy are researched.

It has been determined that the competitive environment, namely its changes, is the basis of mergers and acquisitions. With the development of the economy, they become more substantial and rapid. Globalization, diversification, technological progress, market liberalization – each of these factors constantly affects the assessment of the company's assets and forecasts of its functioning, makes it necessary to actively seek investment opportunities, reduce costs and strategies for countering competitors. This means that the peaks of mergers and acquisitions fall into periods of structural change, industrial crises and upsurges, inflation, technological revolutions, when there is a significant organizational restructuring of the economy and revaluation of its assets. Consequently, the relevance of a comprehensive research topic is determined by the fact of economic uncertainty in modern markets, which encourages many companies to integrate. To achieve the goal of the study as a theoretical and methodological basis, a system of general scientific and special methods, in particular methods of scientific abstraction and synthesis, analysis and synthesis, induction and deduction, observation and comparison, is used to study the similarities and differences of the world market of mergers and acquisitions in general, as well as consideration of sectoral structures. Future directions of development are the explored forecast of changes in the market of mergers and acquisitions.

Key words: mergers and acquisitions, integration, economy crisis, sanctions, the world economy.

Постановка проблеми. Активізація процесів злиттів та поглинань на сучасному етапі світогосподарського розвитку зумовлюється низкою економічних і позаекономічних чинників, які характеризуються нелінійною динамікою, специфічними галузевими та географічними тенденціями, що суттєво впливають на ефективність функціонування окремих галузей і національної економіки в цілому. В умовах загострення суперництва економічних суб'єктів на глобальному та національних ринках злиття та поглинання постають пріоритетними стратегіями зміцнення конкурентних позицій підприємств, забезпечуючи їм доступ до новітніх видів ресурсів і технологій, нових ринків збуту і систем управління, що сприяє їхньому швидкому інноваційному зростанню. Таким чином, ефективна реалізація зазначених процесів потребує створення системи дієвих інструментів організаційно-економічного характеру, викори-

стання яких забезпечить адекватне оцінювання та контроль за наслідками злиттів та поглинань як на рівні окремих підприємств, так і в межах національної економіки в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання інтеграції підприємств шляхом злиття та поглинання знайшли відображення у працях відомих зарубіжних дослідників Ендовицький Д. А. [1], Майкл Дженсен і Річард С. Рубак [10], та ін. Окремим аспектам зазначеної проблематики присвячено наукові розробки таких вітчизняних авторів, як Марченко В.М [2,3], Петльована О. О. [9], Праневич А. А. [5], Уманців Ю. М. [7], Цигиль І. Я. [9] та інших.

У цілому, провідними вітчизняними і зарубіжними вченими зроблено значний внесок у розробку проблеми інтеграції підприємств і оцінювання її економічної ефективності. Водночас, попри суттєві досягнення економічної науки та господарської практики в цій сфері, унікальність та неповторність

угод злиття і поглинання, неможливість стандартизації процедур інтеграції сучасних підприємств, відсутність єдиної концепції механізму реалізації відповідних угод спонукає до подальших наукових досліджень у цій царині.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сучасних тенденцій розвитку світового ринку злиттів та поглинань в умовах кризи та трансформаційних перетворень вітчизняної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до Цивільного кодексу України злиття та поглинання (M&A) є різні конфігурації реорганізації юридичної особи, при яких відбувається передача всіх прав і обов'язків компанії нової юридичної особи.

Слід зазначити, що злиття є угодою, в ході якої дві або більше компанії об'єднуються в одну, що супроводжується обміном акцій інтегрованих організацій, також, при такій угоді не змінюється склад власників. Угоди з поглинання, в свою чергу, представляють собою придбання контрольного пакету акцій. В результаті такої угоди відбувається передача прав власності на організацію. У такому випадку, дані угоди супроводжуються заміною управління придбаної компанії та зміною її фінансової стратегії [8].

Основною метою угод M&A є збільшення капіталізованої вартості об'єднаної компанії, яке забезпечує конкурентні переваги компанії на світовому ринку.

Практика злиттів та поглинань на українському ринку має досить виражену специфіку. Оскільки, з самого виникнення вітчизняного фондового ринку, основною його ознакою є корпоративний контроль

та переважання стратегічних інвесторів. Відомо, що основні дії по реорганізації компаній не направлені на збільшення ефективності внаслідок реструктуризації капіталу [9].

Сьогодні, серед основних факторів, що впливають на розвиток процесів реорганізації компаній в Україні, можна виділити такі, як:

- невисокий рівень розкриття інформації про внутрішні угодах;
- досить дорогі кредитні ресурси;
- велика тривалість періоду здійснення угоди;
- низький рівень розвитку фінансового ринку;
- низька ліквідність;
- провідними компаніями зі злиттів та поглинань залишається обмежене коло національних компаній сировинного сектора [2].

Як свідчать дані рис. 1 світовий ринок злиттів та поглинань в 2016 р не досяг запаморочливих висот у порівнянні з 2015 р.. Причиною зниження активності угод стало багато факторів. Проте, основними з них є політична невизначеність, зниження довіри до компаній, посилення економічної нестабільності. Так, в 2016 р відбулося 12 283 угоди на суму 2,2 трлн. дол. США, що нижче на 20% аналогічного показника в 2015 р.

Однак варто зазначити, що нехай і активність угод по злиттю та поглинанню зменшилася в порівнянні з двома попередніми роками, але вартість угод в 2016 р показала щоквартальні підвищення. Так, в третьому кварталі 2016 року сума угод склала 812,9 млрд. дол. США, що на 8,8% вище за аналогічний показник у другому кварталі 2016 року (747,2 млрд. дол. США).

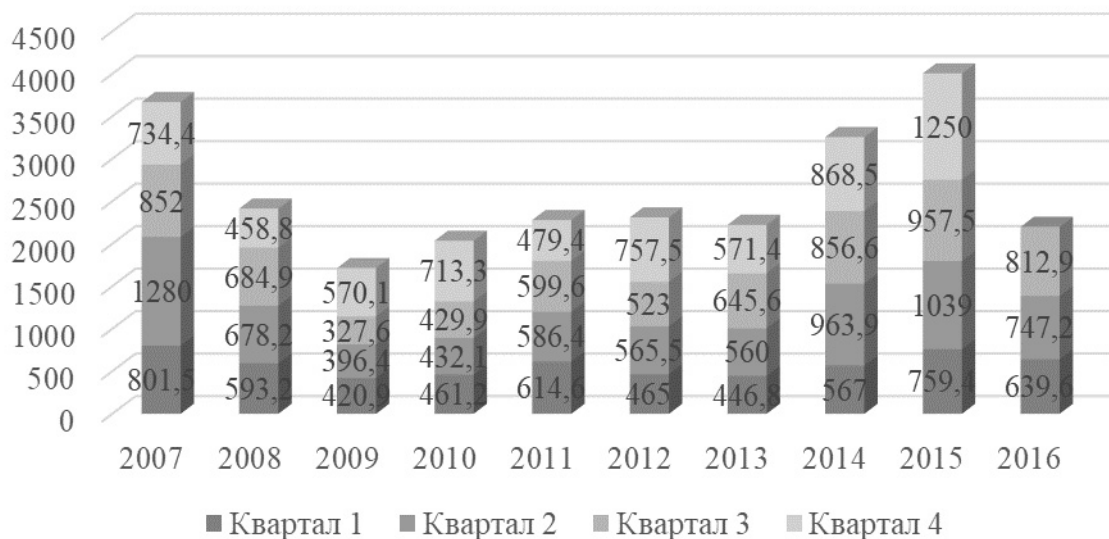


Рис. 1. Вартість угод зі злиттів і поглинань, млрд. дол. США

Джерело: складено автором на основі [1; 11]

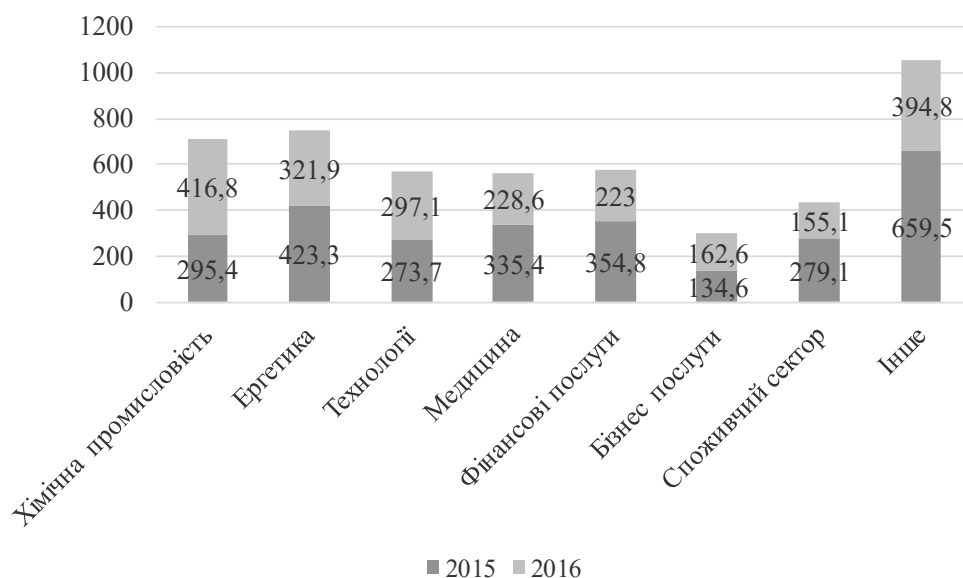


Рис. 2. Світовий ринок M&A за секторами, млрд. дол. США

Джерело: складено автором на основі [3; 12]

Найкращі результати по операціях злиття та поглинання показав ринок хімічної промисловості (рис. 2). Так, у 2016 року відбулося 2313 угоди на суму 416,8 млрд. дол. США, що вище на 41,1% в порівнянні з аналогічним показником в 2015 р (295,4 млрд. дол. США). Також, у 2016 р рекордна кількість угод на ринку хімічної промисловості з 2007 р (411,8 млрд. дол. США) [3; 12].

Виходячи з даних рис. 2, можна зробити висновок, що збільшення частки в загальній сумі операцій показав сектор хімічної промисловості (10,7% в 2015 р і 18,9% в 2016 р), а також сектор технологій (9,9% в 2015 р і 13,5% в 2016 р). Найменшу частку займає сектор бізнес-послуг (7,4%) і споживчий сектор (7%).

Аналізуючи ринок M&A за країнами, слід відмітити, що основним двигуном по кількості угод

залишається Китай, він також випереджає всі країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Китайські угоди є домінуючими, їх загальна кількість становить 434 угоди на суму 162,9 млрд. дол. США, що становить 84,7% від суми угод і 46,3% від числа угод в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. В основному, угоди укладалися на ринку хімічної промисловості (64 угоди на суму 68,5 млрд. дол. США) і на ринку технологій (29 угод на суму 24 млрд. дол. США).

Також, слід зазначити, що падіння фунта стерлінгів після референдуму посприяло збільшенню гонки компаній за британськими активами. В першу чергу це спостерігалось в Японії, Softbank придбав британську технічну компанію ARM Holdings за 30,2 млрд. дол. США, що виявилось найвищою вартістю придбання орієнтованої на покупку британської компанії.

Таблиця 1

Найбільші угоди на світовому ринку M&A за 2016 рік

Покупець	Країна покупця	Продавець	Країна продавця	Дата	Сума угоди, млрд. дол. США
Bayer AG	Німеччина	Monsanto Company	США	14 вересня	65,3
China National Chemical Corporation	Китай	Syngenta AG	Швейцарія	3 лютого	45,9
Enbridge Inc	Канада	Spectra Energy Corp	США	6 вересня	40,7
Shire Plc	Ірландія	Baxalta Inc	США	11 січня	35,2
SoftBank Group Corp	Японія	ARM Holdings Plc	Великобританія	18 липня	30,2

Джерело: складено автором на основі [10]

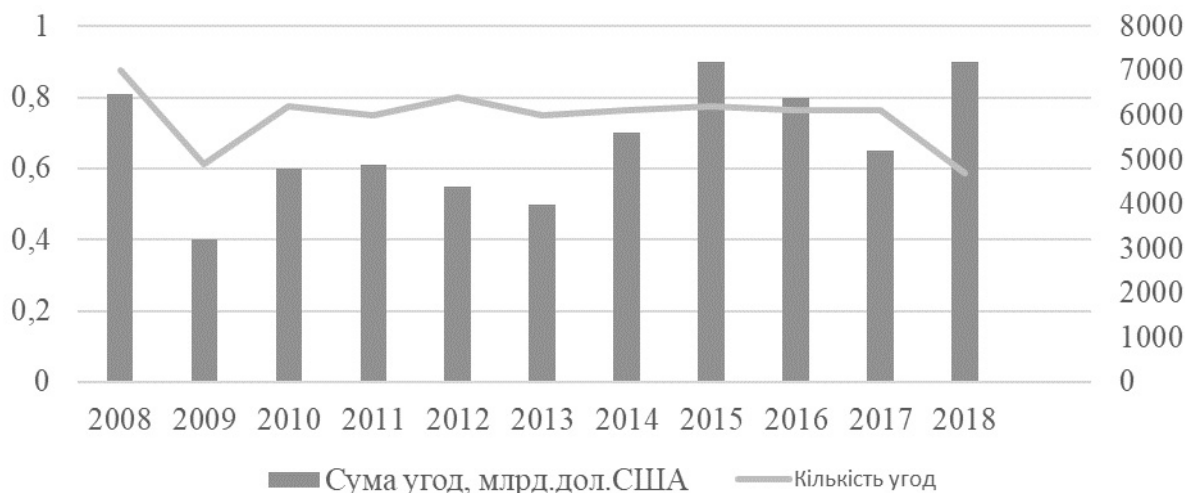


Рис. 3. Обсяг угод злиття та поглинання з 2008–2018 рр.

Джерело: складено автором на основі [4; 7]

У 2018 році, на ринку злиттів та поглинань було укладено рекордна кількість транскордонних угод на суму 962,6 млрд. дол. США, загальним обсягом 5 498 угоди. Таким чином, можна спостерігати зростання на 38% загального обсягу у річному обчисленні (696,1 млрд. дол. США у 2017 з початку року), незважаючи на те, що обсяг угод знизився на 18% за той же період (6 680 угод у 2017 році з початку року) (рис. 3).

В свою чергу, у 2018 році охорона здоров'я залишається найбільш цільовим сектором для транскордонних транзакцій, а телекомунікаційний сектор забезпечив збільшення обсягу транскордонних операцій в світі. Також, у 2018 році з початку року було оголошено про 102 транскордонних операціях з телекомунікаційними цілями на суму 148,3 млрд. доларів, що становить 15,4% ринку, що є найвищою часткою в секторі за 5 років (15,6% у 2013 році) (табл. 2).

Не дивлячись на загальні позитивні ознаки щодо збільшення кількості угод у сегменті M&A у світовому масштабі, слід зазначити, що компанії й дотепер постають перед серйозними проблемами.

Геополітичні питання, незначне та нестійке економічне зростання й дедалі вища активність акціонерів гарантують, що управління витратами й забезпечення зваженого та сталого зростання залишаються постійними атрибутами цього складного ділового простору. З огляду на це, в найближчих роках очікується незначне зростання світового обсягу угод.

Ринкові умови сприятимуть тривалості цієї тенденції, забезпечуючи можливості для трансформаційних угод. Суттєві умови для укладання угод залишаються незмінними: висока оціночна вартість власного капіталу, низькі процентні ставки та дешеві позикові гроші, а також достатність коштів, що забезпечує надзвичайно сприятливі умови для укладання угод.

Поведінка інвесторів також відіграє важливу роль у формуванні сміливих стратегій M&A, адже компанії, що прагнуть зростати в середовищі з невисокими показниками росту, продовжують наполегливі пошуки високоякісної інтелектуальної власності та торгових марок, що сприятиме укладанню вигідних угод.

Таблиця 2

Топ-5 секторів транскордонних угод злиттів та поглинань 2018 року

№	Сектор	Загальна сума угод, млрд. дол. США	Кількість угод
1	Охорона здоров'я	151,1	436
2	Телекомунікації	148,3	102
3	Технологія	112	1,374
4	Енергетика	78,3	231
5	Нерухомість	64,7	244

Джерело: складено автором на основі [5–6]

Висновок. В цілому можна зробити висновок, що в сучасних умовах злиття та поглинання є найбільш поширеним видом підприємницької діяльності. Угоди зі злиття та поглинання покращують матеріально-виробничу сферу, підвищують прибутковість, стійкість, створюють позитивний імідж компанії.

Ситуація на світовому фінансовому ринку зіграла свою роль щодо кількості угод зі злиттів та погли-

нань, однак, як зазначалося вище, багато подій, наприклад, Brexit, тільки посприяли більш стрімкого придбання активів британських компаній. Таким чином, нехай показники 2016 р істотно нижче 2015 року, але зростання кількості і суми угод по кварталам дає підстави вважати, що в майбутньому позитивна динаміка відновиться.

Література

1. Ендовицкий Д. А., Соболева В. Е. Экономический анализ слияний / поглощений компаний: научное издание. М.: КНОРУС, 2010–446 с.
2. Марченко В. М. Галузеві особливості злиттів та поглинань в Україні / В. М. Марченко // Формування ринкових відносин в Україні. 2014. № 1. — С. 65–69.
3. Марченко В. М. Еволюція світових злиттів та поглинань / В. М. Марченко // Формування ринкових відносин в Україні. 2013. № 11 (150). — С. 17–20.
4. Материалы сайта аналитической компании «Ernst and Young» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ey.com/RU/ru/Newsroom/News-releases/Press-Release>. — 2012. — 12–21.
5. Праневич А. А., Слияния и поглощения в мировой экономике: влияние кризиса и возможности для национальной экономики / А. А. Праневич // Белорусский экономический журнал. — 2014. — № 1. — С. 60–75.
6. Рудык И. Б. Рынок корпоративного контроля: слияния, жесткие поглощения и выкупы долговым финансированием / И. Б. Рудык, Е. В. Семенова. — М.: Финансы и статистика. — 2000.
7. Уманців Ю. М., Активізація процесів злиття та поглинання як чинник глобалізації світової економіки / Ю. Уманців // Підприємництво, господарство і право. — 2004. — № 2. — С. 129–131.
8. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 40–44, ст. 356 [із змінами та доповненнями] [Електронний ресурс] Верховна Рада України: [сайт] — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>. — Назва з екрана.
9. Цигиль І. Я. Сучасний стан і перспективи розвитку процесів злиття та поглинання в Україні [Електронний ресурс] / І. Я. Цигиль, О. О. Петльована // Науковий вісник НЛТУ України. — 2013. — Вип. 23.10. — С. 273–279.
10. Jensen M. The Market for Corporate Control: The Scientific Evidence / M. Jensen, R.S. Ruback // Journal of Financial Economics, Vol. 11. — № 1 (April) 1983. — P. 5–50.
11. M&A statistics [Електронний ресурс] // IMAA Institute for Mergers, Acquisitions and Alliances. — Режим доступу: <https://imaa-institute.org/statisticsmergers-acquisitions/>
12. MergerMarket report Global and Regional M&A: Q1-Q4 2016 including Legal Advisors [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.valuewalk.com/wp-content/uploads/2016/10/MergermarketFinancialLeagueTableReport.Q32016.pdf>

References

1. Endovitsky D. A., Sobolev V. E. Economic analysis of mergers / acquisitions of companies: a scientific publication. M.: KNOROUS, 2010–446 pp.
2. Marchenko V. M. Sectoral features of mergers and acquisitions in Ukraine / V. M. Marchenko // Formation of market relations in Ukraine. 2014. No. 1. — P. 65–69.
3. Marchenko V. M. Evolution of global mergers and acquisitions / V. M. Marchenko // Formation of market relations in Ukraine. 2013. No. 11 (150). — P. 17–20.
4. Materials of the site of the analytical company «Ernst and Young» [Electronic resource]. — Access mode: <http://www.ey.com/RU/en/Newsroom/News-releases/Press-Release>. — 2012. — 12–21.
5. Pranevich A. Mergers and Acquisitions in the World Economy: Impact of the Crisis and Opportunities for the National Economy / AA Pranevich // Belarusian Economic Journal. — 2014. — № 1. — P. 60–75.
6. Rudyk I. B. Corporate Control Market: Mergers, Risk Acquisitions and Redemption by Debt Financing / I. B. Rudyk, E. V. Semenov — M.: Finance and Statistics. — 2000.

-
7. Uman'ev Yu. Activation of M & A processes as a factor of globalization of the world economy / U. Umanov // Entrepreneurship, economy and law. — 2004. — No. 2. — P. 129–131.
 8. Civil Code of Ukraine dated January 16, 2003 No. 435-IV [Electronic resource] / Information from the Verkhovna Rada of Ukraine (as amended and amended). — Mode of access: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
 9. Tsigil I. Ya. Current state and prospects of M & A processes in Ukraine [Electronic resource] / I. Ya. Tsigil, O. Petlevan // Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine. — 2013. — Issue 23.10 — P. 273–279.
 10. Jensen M. The Market for Corporate Control: The Scientific Evidence / M. Jensen, R.S. Ruback // Journal of Financial Economics, Vol. 11 No. 1 (April) 1983 — P. 5–50.
 11. M&A statistics [Electronic resource] // IMAA Institute for Mergers, Acquisitions and Alliances. — Access mode: <https://imaa-institute.org/statisticsmergers-acquisitions/>
 12. MergerMarket report Global and Regional M&A: Q1-Q4 2016 including Legal Advisors [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.valuwalk.com/wp-content/uploads/2016/10/MergermarketFinancialLeagueTableReport.Q32016.pdf>

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА».

Серия: «Экономические науки»

№ 12 (20)

Головний редактор — *Камінська Т.Г.*

Київ 2018

Видано у авторській редакції

Адреса редакції: Україна, м. Київ, вул. Ломоносова, буд. 18

Контактний телефон: +38(044) 222 58 89

Контактний телефон: +38(067) 401 84 35

E-mail: editor@inter-nauka.com

Підписано у друк 16.01.2019. Формат 60×84/8

Папір офсетний. Гарнітура SchoolBookAS. Друк офсетний.

Умовно-друкованих аркушів 15,58. Тираж 100. Заказ № 217.

Ціна договірна. Надруковано з готового оригінал-макета.

Надруковано у видавництві

ТОВ «Центр учбової літератури»

вул. Лаврська, 20 м. Київ

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції ДК № 2458 від 30.03.2006 р.