



**ВІСНИК УНІВЕРСИТЕТУ «УКРАЇНА»**

**Серія «Економіка,  
менеджмент, маркетинг»**

**№15, 2012**

Свідоцтво про державну реєстрацію Кі № 470  
від 01.03.2000 р.  
Засновано у 2000 р.  
Засновник: Відкритий міжнародний  
університет розвитку людини «Україна»

**Київ 2012**



**VISNYK UNIVERSYTETU 'UKRAINA'**

**(Theoretical and Methodical Bulletin of 'Ukraine' University)**

**'Economics, Management, Marketing'  
Library**

**№15, 2012**

Certificate of state registration Ki № 470  
01.03.2000  
Established in 2000  
Founder: Open International University of Human  
Development «Ukraine»

**Kyiv 2012**

УДК 33+005+339.138] (082)  
ББК 65я43+65.290-2я43  
В 53

Рекомендовано до друку Вченою радою  
Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»  
(Протокол № 3 від 18.06.2012 р.)  
Свідоцтво про державну реєстрацію,  
серія Ki № 470 від 01.03.2000 р.

## ВІСНИК УНІВЕРСИТЕТУ «Україна» № 15, 2012

### Серія «Економіка, менеджмент, маркетинг»

**Засновник:** Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»

#### Редакційна колегія:

*ТАЛАНЧУК Петро Михайлович*, заслужений діяч науки і техніки України, дійсний член Національної академії педагогічних наук України, президент Академії інженерних наук України, президент Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна», доктор технічних наук, професор, головний редактор;  
*ОЛЕФІР В. І.*, доктор юридичних наук, професор, проректор з наукової роботи, заступник головного редактора;  
*НІКУЛІНА Г. Ф.*, начальник науково-дослідної частини, кандидат технічних наук, заступник головного редактора.

#### Серія «Економіка, менеджмент, маркетинг»

*Базась М. Ф.*, кандидат економічних наук, професор; *В'юн В. Г.*, доктор економічних наук, професор; *Гаркуша О. М.*, доктор економічних наук, професор; *Григорчук Т. В.*, кандидат педагогічних наук; *Євтух О. Т.*, доктор економічних наук, професор; *Коротєєва А. В.*, кандидат економічних наук, доцент; *Кравчук Г. В.*, доктор економічних наук, доцент; *Літвінова Н. П.*, доктор економічних наук, професор; *Мних М. В.*, доктор економічних наук, професор; *Мунтіян В. І.*, доктор економічних наук, професор; *Пантелєєв В. Д.*, доктор економічних наук, доцент; *Романенко Л. Ф.*, доктор економічних наук, професор; *Рушак М. Ю.*, доктор економічних наук, професор; *Скорнякова І. В.*, кандидат економічних наук, доцент; *Стожок Л. Г.*, кандидат економічних наук, доцент, відповідальний секретар.

#### Серія «Право»

*Берлач А. І.*, доктор юридичних наук, професор, заслужений юрист України; *Биргеу М. М.*, доктор юридичних наук, професор; *Галуцько В. В.*, доктор юридичних наук, доцент; *Голосніченко Д. І.*, доктор юридичних наук, доцент; *Гусарєв С. Д.*, доктор юридичних наук, професор; *Демський Е. Ф.*, кандидат юридичних наук, професор; *Дмитрієв А. І.*, доктор юридичних наук, професор; *Константинов С. Ф.*, доктор юридичних наук, доцент; *Лаврик Г. В.*, доктор юридичних наук, професор; *Лебеденко В. І.*, кандидат юридичних наук, доцент; *Мірошниченко М. І.*, кандидат юридичних наук, доцент; *Мурашин О. Г.*, доктор юридичних наук, професор, заслужений юрист України, член-кореспондент Національної академії правових наук України; *Сенченко Л. В.*, кандидат юридичних наук, відповідальний секретар; *Стеценко С. Г.*, доктор юридичних наук, професор; *Фрицький Ю. О.*, доктор юридичних наук, професор.

#### Серія «Інформатика обчислювальна техніка та кібернетика»

*Алішов Н. І.*, доктор технічних наук, старший науковий співробітник; *Бондаренко В. М.*, доктор технічних наук; *Бандура В. М.*, доктор технічних наук, професор; *Бурлаков М. В.*, доктор технічних наук, професор; *Забара С. С.*, доктор технічних наук, професор; *Зайцев В. Г.*, доктор технічних наук, професор; *Зеленський К. Х.*, кандидат технічних наук, старший науковий співробітник; *Зіньковський Ю. Ф.*,

академік НАПН України, доктор технічних наук, професор; *Кольченко К. О.*, кандидат технічних наук, доцент; *Малишев В. В.*, доктор технічних наук, професор; *Петренко А. І.*, доктор технічних наук, професор; *Поліновський В. В.*, кандидат технічних наук, відповідальний секретар; *Романкевич О. М.*, доктор технічних наук, професор; *Тимошенко А. Г.*, кандидат технічних наук, старший науковий співробітник; *Тимошенко О. М.*, кандидат фізико-математичних наук; *Трофимчук С. І.*, доктор фізико-математичних наук, професор; *Ходзінський О. М.*, кандидат фізико-математичних наук, старший науковий співробітник.

#### **Серія «Реабілітація та рекреація»**

*Авраменко А. О.*, доктор медичних наук, професор; *Башкін І. М.*, доктор медичних наук, професор; *Зенін О. К.*, доктор медичних наук, професор; *Льєнко М. М.*, доктор біологічних наук, професор; *Клименко В. В.*, доктор психологічних наук, професор; *Корчинський В. С.*, доктор медичних наук, професор; *Самоходський В. М.*, доктор медичних наук, професор; *Самсонов О. В.*, доктор біологічних наук, професор; *Сергієнко Л. П.*, доктор педагогічних наук, професор; *Янушевський В. І.*, доктор медичних наук, професор; *Лазуренко С. І.* кандидат психологічних наук, доцент, відповідальний секретар; *Макарова Е. В.*, кандидат наук з фізичного виховання і спорту, доцент; *Адирхаєв С. Г.* кандидат педагогічних наук, доцент; *Коваленченко В. Ф.*, кандидат медичних наук, доцент; *Мухін В. М.*, кандидат медичних наук, професор; *Ромаскевич Ю. О.*, кандидат медичних наук, доцент.

#### **Серія «Сучасні інженерні технології»**

*Голуб В. О.*, доктор фізико-математичних наук, доцент; *Гук Л. Й.*, заслужений працівник культури, доцент; *Дубинець О. І.*, доктор технічних наук, професор; *Жовнір М. Ф.*, кандидат технічних наук, старший науковий співробітник; *Калакура М. М.*, кандидат технічних наук, професор, заслужений працівник освіти; *Кіндрачук М. В.*, доктор технічних наук, професор; *Корзун В. Н.*, доктор медичних наук, професор; *Крупа О. А.*, доктор технічних наук, професор; *Кудикіна Т. О.*, доктор технічних наук, старший науковий співробітник; *Кущевська Н. Ф.*, доктор технічних наук, професор; *Ломовський А. І.*, завідувач кафедри дизайну; *Лудченко О. А.*, доктор технічних наук, професор; *Марков О. Д.*, кандидат технічних наук, професор; *Малишев В. В.*, доктор технічних наук, професор; *Писаренко Л. Д.*, доктор технічних наук, професор; *Ромоданова В. О.*, кандидат технічних наук, професор; *Руденко В. М.*, доктор технічних наук, професор; *Сташук В. Д.*, кандидат технічних наук, доцент; *Сухенко Ю. Г.*, доктор технічних наук, професор; *Яхно О. М.*, доктор технічних наук, професор.

#### **Рецензенти:**

*Мельник А. О.*, д.т.н., професор, завідувач кафедри «Електронні обчислювальні машини» Національного університету «Львівська політехніка»; *Тарасенко В. П.*, д.т.н., професор, завідувач кафедри «Спеціалізовані комп'ютерні системи» НТУУ «КПІ».

Вісник Університету «Україна»: Економіка, менеджмент, маркетинг. — К. : Університет «Україна», 2012. — 126 с.

**ISBN 978-966-388-426-4.**

ББК 65я43+65.290-2я43

УДК 33+005+339.138](082)

**ISBN 978-966-388-426-4**

© Університет «Україна», 2012

# ЗМІСТ

## Розділ I. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

### Пономаренко І. В.

Методологічні засади статистичного дослідження зайнятості населення на рівні економічних районів .....9

### Чернявська Т. А.

Антикризові системні нововведення через удосконалення інноваційної інфраструктури регіону (на прикладі транспортно-дорожнього комплексу причорноморського регіону) .....13

### Журба І. Є.

Сучасні тенденції фінансового та інституційного забезпечення транскордонного співробітництва в Україні .....20

### Кардаш О. М.

Проблеми та перспективи інноваційного розвитку економіки України в період світової фінансово-економічної кризи .....25

### Олієвська М. Г.

Напрями забезпечення конкурентоспроможності регіонів країни .....29

### Якобчук С. М.

Аналіз факторів конкурентоспроможності регіону .....34

### Беднарчук Ю. П.

Вплив екологічних факторів на економіку малого бізнесу .....39

### Лавриненко Л. М.

Дослідження стану розвитку ринку освітніх послуг в Україні .....44

### Стрельченко Н. М.

Сучасні організаційно-правові форми розширення присутності транснаціональних фінансових структур на Україні .....49

### Ладюк О. Д.

Соціальна ефективність бюджетних програм як стратегічна мета вдосконалення міжбюджетних відносин .....55

## РОЗДІЛ 2 УПРАВЛІННЯ, ПІДПРИЄМНИЦТВО, МАРКЕТИНГ

### Григорчук Т. В.

Можливості застосування компетентнісного підходу у професійній підготовці фахівців з маркетингу .....59

### Гнатюк А. А.

Методичні та інформаційні основи оцінки необоротних матеріальних активів ...64

### Іваницька Л. Л.

Розвиток споживача на ринку під впливом рекламного повідомлення .....70

<b>Блудова Т. В., Петько С. М.</b> Прибуток фірми та обсяг податків, що надходять державі при даній податковій ставці . . . . .	74
<b>Доценко А. І.</b> Динаміка та структура реалізації продукції промислових підприємств України . . . . .	78
<b>Бондарєва Л. І.</b> Менеджмент знань як пріоритетна складова інноваційного забезпечення економіки в Україні . . . . .	85
<b>Городинська Д. М.</b> Інноваційні процеси документно-інформаційних комунікацій як інструмент бізнес-процесів на підприємстві . . . . .	90
<b>Тараненко О. С.</b> Місце і роль внутрішнього ринку у формуванні економічних відносин між товаровиробниками та споживачами . . . . .	94
<b>Кушнерик О. В.</b> Зарубіжні моделі мотивації праці персоналу на підприємстві . . . . .	98
<b>Корчагіна В. Г.</b> Значення управлінського обліку в системі інформаційного забезпечення менеджменту . . . . .	104
<b>Гузій С. Л.</b> Формування поняття інтернет-маркетингу . . . . .	108
<b>Дражниця С. А.</b> Визначення рангу конкурентоспроможності торговельних підприємств: теорія та методика (на прикладі торговельних підприємств міста Хмельницький) . . . . .	114
<b>Макарчук М. П.</b> Інсайт як питання економічної безпеки . . . . .	118

# CONTENTS

## Section I. SOCIAL-ECONOMIC ASPECTS OF ECONOMY DEVELOPMENT

### **Ponomarenko I. V.**

Methodological Bases of Population Employment Statistical Research at the Level of Economic Districts .....9

### **Chernyavska T. A.**

Anticrisis System Innovations through the Improvement of Innovative Infrastructure of Region (Transport-road Complex of Black Sea Region as an example) .....13

### **Zhurba I. E.**

Modern Tendencies of the Financial and Institutional Providing Transboundary Collaboration in Ukraine .....20

### **Kardash O. M.**

Problems and Prospects of Innovative Development of Ukrainian Economy within the Financial and Economic World Crisis Period .....25

### **Olievska M. G.**

Paths Providing Aspects of Country Region Competitiveness .....29

### **Yakobchuk S. M.**

Analysis of Factors of Region Competitiveness .....34

### **Bednarchuk Yu. P.**

Influence of Ecological Factors on the Small Business Economy .....39

### **Lavrynenko L. M.**

Market Development Status Research of Educational Services in Ukraine .....44

### **Strelchenko N. M.**

Modern Organization and Law Forms Expansion of Transnational Financial Structures Presence in Ukraine .....49

### **Ladyuk O. D.**

Social Effectiveness Budgetary Program as Strategic Purpose of Interbudgetary Relations Improvement .....55

## SECTION 2. MANAGEMENT, ENTERPRISE, MARKETING

### **Hrygorchuk T. V.**

Application Possibilities of Competent Approach in Professional Preparation of Specialists for Marketing .....59

### **Gnatyuk A. A.**

Methodical and Informative Bases of Estimation Irreversible Tangible Assets .....64

### **Ivanytska L. L.**

Consumer Development at the Market Affected upon Advertising .....70

### **Bludova T. V., Pet'ko S. M.**

Income of Firm and Amount of Taxes Entering the State at the Given Tax Rate .....74

<b>Dotsenko A. I.</b>	Realization Dynamics and Structure of Products of Industrial Enterprises in Ukraine . . .78
<b>Bondareva L. I.</b>	Management of Knowledge as the Prioritized Constituent of the Economy Innovative Providing in Ukraine . . . . .85
<b>Gorodynska D. M.</b>	Innovative Processes of Document-Informative Communications as the Instrument of Enterprise Business-Processes . . . . .90
<b>Taranenko O. S.</b>	Place and Role of Internal Market in Economic Relations Formation between Commodity Producers and Consumers . . . . .94
<b>Kushneryk O. V.</b>	Foreign Models of Motivation Enterprise Personal Labor . . . . .98
<b>Korchagina V. G.</b>	The Importance of Administrative Consideration in the Informative Providing System of Management . . . . .104
<b>Guziy S. L.</b>	Internet Marketing Conception Formation . . . . .108
<b>Drazhnytsya S. A.</b>	Determination of Competitiveness Grade of Trade Enterprises: Theory and Methods (The Trade Enterprises of Khmelnytskyi city as the examples) . . . . .114
<b>Makarchuk M. P.</b>	Insider as Question of Economic Safety of the Enterprises . . . . .118



# РОЗДІЛ 1

## СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

УДК 311.21:331.5

**І. В. Пономаренко,**  
кандидат економічних наук, доцент

### МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТАТИСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ НА РІВНІ ЕКОНОМІЧНИХ РАЙОНІВ

*В статті розглядаються питання, пов'язані з удосконаленням методології дослідження ринку праці в Україні на регіональному рівні. Теоретично обґрунтовано необхідність дослідження зайнятості та безробіття населення на рівні економічних районів.*

**Ключові слова:** ринок праці, економічний район, зайнятість та безробіття населення, регіональна політика.

**Вступ.** Регіони України характеризуються різним ступенем економічного розвитку й соціальної сфери, обсягами залученої у виробництво робочої сили, ефективністю її використання. Успішне функціонування економіки окремих регіонів і всієї країни загалом залежить від ефективного застосування механізмів як державного регулювання, так і місцевого самоврядування. Надійною базою для регулювання процесів, що відбуваються в економіці регіонів, є створення інформаційно-аналітичного забезпечення управління, що визначає напрями, параметри розроблення управлінських рішень, забезпечує контроль за їх виконанням в умовах системного використання статистичних методів.

Якість інформаційно-аналітичного забезпечення ґрунтується на методології статистичного дослідження і є підґрунтям для прийняття ефективних управлінських рішень у галузі розв'язання економічних та соціальних проблем на регіональному рівні. На базі статистичного аналізу та оцінювання соціально-економічних процесів, застосування принципів і методів побудови моделей щодо пропорційності розвитку, збалансованості, ефективності, економічної привабливості окремих регіонів вирішуються першочергові завдання їх стратегічного розвитку.

Економічний розвиток регіонів залежить від продуктивності праці, територіальної організації виробництва, впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. У цьому контексті дуже важливо враховувати перелічені вище чинники функціонування регіонів країни.

**Метою статті** є проведення статистичного аналізу зайнятості населення за економічними районами, оскільки результати його висвітлюють стан та розвиток територій, поєднаних зовнішніми та внутрішніми чинниками розвитку.

На основі методології статистичного дослідження формується система теоретичних знань і навичок щодо проведення статистичного аналізу зайнятості населення, будується інформаційно-аналітичне забезпечення управління ринком праці, що прискорює та вдосконалює оброблення інформації для розроблення і підтримки управлінських рішень. Статистичний аналіз зайнятості визначає її обсяги, структуру, міжрегіональний та міждержавний рух робочої сили, забезпечує можливість адекватної оцінки ступеня її використання, співвідношення попиту та пропозиції робочої сили за видами економічної діяльності та регіонами країни.

**Виклад основного матеріалу.** Статистичний аналіз на рівні регіонів набуває важливого значення в умовах трансформаційних зрушень в Україні, оскільки рівень розвитку України в підсумку визначається рівнем розвитку її регіонів. Проте дослідження на рівні областей не дає в повній мірі висвітлити та оцінити соціально-економічні процеси на окремих територіях, що характеризуються тісними економічними зв'язками між адміністративними одиницями. В цих умовах постає необхідність вивчення економічних районів.

Проблемами економічного районування займалися такі відомі українські вчені, як К. Воблій, М. Кордуба, В. Кошовий, В. Кубійович, С. Рудницький, В. Садовий, В. Тимошенко, П. Тутковський.

Важливий внесок у дослідження цієї проблеми зробив В. Садовий, який вважав економічний район формою територіального поєднання. Вчений був одним з перших українських науковців, хто дав поняття «економічний район», характеризуючи його як територіальний господарський комплекс. Під економічним районом він розуміє «певну відмежовану територію, на якій господарське життя в цілому, чи певна група господарських явищ пов'язана певною закономірністю» [1, 46–47].

Вчений вважав, що економічне районування може здійснюватись з метою знаходження економічних зв'язків у країні і практично-господарських цілей.

Необхідність здійснення державної регіональної економічної політики зумовила те, що Кабінет Міністрів України у 1998 р. вніс на розгляд до Верховної Ради України проект Закону України «Про концепцію державної регіональної економічної політики», в якому було запропоновано таку мережу економічних районів України:

- Донецький (Донецька, Луганська області);
- Придніпровський (Дніпропетровська, Запорізька, Кіровоградська області);
- Східний (Полтавська, Сумська, Харківська області);
- Центральний (Київська, Черкаська області, м. Київ);
- Поліський (Волинська, Житомирська, Рівненська, Чернігівська області);
- Подільський (Вінницька, Тернопільська, Хмельницька області);
- Причорноморський (Автономна Республіка Крим, Миколаївська, Одеська, Херсонська області, м. Севастополь);
- Карпатський (Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька області).

Запропонований проект нової мережі економічних районів загалом відповідає науковим критеріям економічного районування. Подальший розвиток теорії і практики економічного районування в Україні дасть змогу вдосконалювати мережу економічних районів України [2].

Важливою особливістю економічних районів є наявність певної сукупності характеристик, на основі яких вони будуються, утворюючи єдине ціле. На рисунку представлено основні риси економічного району.



Рисунок — Основні риси економічного району

Ринок праці характеризується безперервними якісними та кількісними змінами в його складі. В цих умовах набуває великого значення дослідження динаміки цих процесів, оскільки широкому колу користувачів необхідна оперативна статистична інформація про стан ринку праці в Україні. Насамперед це стосується процесів зайнятості та безробіття на регіональних ринках праці.

Тому виникає необхідність у проведенні всебічного статистичного аналізу економічно активного, зайнятого та безробітного населення в Україні та окремих її регіонів. Дослідження ринку праці за різними соціально-економічними характеристиками дасть можливість виявити існуючі особливості у розподілі робочої сили між економічними районами [3, 96].

Велике прикладне значення розподілу території країни на економічні райони полягає в тому, що воно є основою формування і реалізації державної регіональної економічної політики, а також використовується в практиці територіального управління господарством, при виборі доцільних варіантів розміщення нових виробничих об'єктів та вдосконаленні територіальної структури господарства, обґрунтуванні перспектив розвитку територіально-виробничих комплексів. Розподіл територій країни за економічними ознаками сприяє підвищенню рівня використання ресурсного, виробничого і науково-технічного потенціалу економічних районів і всієї країни.

На думку С. І. Дорогунцова, в Україні виокремлення економічних районів необхідно здійснювати для прогнозування, розроблення та реалізації територіальних комплексних програм і схем природокористування, проектів районного планування, схем розвитку і розміщення продуктивних сил та розселення населення. Територіальні схеми розміщення і розвитку продуктивних сил певних економічних районів — це прогнозні, науково обґрунтовані розробки прикладного характеру, щомістять як ретроспективний аналіз розвитку всіх структурних складових господарського комплексу території, так і визначення напрямів перспективного розвитку. При цьому обґрунтовуються основні завдання і показники соціально-економічного розвитку економічних районів та шляхи вирішення соціальних, економічних і екологічних проблем [4, 43–45].

Отже, економічне районування є науковим методом територіальної організації економіки і водночас одним із засобів раціонального розміщення виробництва, вдосконалення його спеціалізації та піднесення соціально-економічного розвитку.

В умовах економічних змін для України важливим пріоритетом є розвиток регіонів, побудова дієвої системи управління, яка забезпечить взаємодію між центральними та регіональними органами влади.

Зміцнення державності України потребує створення єдиного господарського комплексу з раціональним використанням місцевих ресурсів, переваг територіального поділу праці та запобігання ускладнень на політичному, економічному, міжгосподарському ґрунті. Саме це має забезпечити регіональна політика як складова загальнодержавної політики.

Визначення короткострокових і стратегічних завдань політики регіонального розвитку, прийняття рішень з його регулювання потребує оцінки сучасного стану економіки та ресурсного потенціалу економічних районів, аналізу тенденцій економічного і соціального розвитку цих територій, прогнозування соціально-економічних процесів, визначення перспективних завдань і термінів їх реалізації, визначення необхідних ресурсів та механізмів реалізації поставлених завдань.

В Україні соціально-економічний розвиток економічних районів відбувався під впливом економічного спаду, пов'язаного з переходом від командно-адміністративної економіки до ринкових взаємовідносин, зміною політичної системи в країні тощо.

На етапі економічного зростання починаючи з 2000–2001 рр. регіональна диференціація соціально-економічного розвитку визначається структурними особливостями економічного зростання, диференціацією ресурсного потенціалу економічних районів, застосуванням механізмів регіональної політики, зокрема запровадженням на окремих територіях спеціальних режимів інвестиційної діяльності, спрямуванням державних капітальних інвестицій тощо. Слід зазначити, що протягом кількох останніх років рішення щодо регулювання регіонального розвитку доволі суттєво залежали від суб'єктивних чинників, зокрема політичних процесів, що не завжди відповідало офіційно визначеним пріоритетам та завданням у сфері регіонального розвитку. Особливо значні зміни відбувалися впродовж останніх років, що втілювалося

у відповідних тенденціях та показниках економічного і соціального розвитку [5, 179–180].

**Висновки.** У статті згідно з принципами системного підходу теоретично обґрунтовано методичні засади статистичного аналізу зайнятості населення в регіональному аспекті. Наведений напрям досліджень дає змогу, застосовуючи статистичну методологію, з одного боку, виявити схожі риси, особливості та відмінності в розвитку економічних районів щодо зайнятості населення, з іншого боку, встановити загальні закономірності та тенденції розвитку зайнятості населення як на окремих територіях, так і в країні загалом.

*В статье рассматриваются вопросы, связанные с усовершенствованием методологии исследования рынка труда в Украине на региональном уровне. Теоретически обоснована необходимость исследования занятости и безработицы населения на уровне экономических районов.*

**Ключевые слова:** рынок труда, экономический район, занятость и безработица населения, региональная политика.

*In article the questions connected with improvement of methodology of research a labor market in Ukraine at regional level are considered. Necessity of research of employment and unemployment of the population at level of economic regions is theoretically proved.*

**Key words:** labor market, economic region, employment and unemployment of the population, regional policy.

#### Література

1. Шевчишен Микола. Внесок Валентина Садовського у теорію економічного районування / М. Шевчишен // Історія української географії. Частина I: Збірник матеріалів Третьої Міжнародної наукової конференції, присвяченої 130-літньому ювілею академіка Степана Рудницького. — Тернопіль: 2007. — С. 45–47. (145)
2. Проект Закону України «Про концепцію державної регіональної економічної політики» від 1998 р. (сайт Верховної Ради України — rada.gov.ua).
3. Бараник З. П. Функціонування ринку праці: статистична оцінка: [монографія] / З. П. Бараник. — К.: КНЕУ, 2007. — 392 с.
4. Розміщення продуктивних сил України: [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / С. І. Дорогунцов, Ю. І. Пітюренко, Я. Б. Олійник та ін. — К.: КНЕУ, 2000. — 364 с.
5. Україна: стратегічні пріоритети. Аналітичні оцінки — 2005 / За ред. О. С. Власюка. — К.: Знання України, 2005. — 608 с.

УДК 338.47:323.172(043.3)

**Т. А. Чернявська,**  
кандидат економічних наук

## АНТИКРИЗОВІ СИСТЕМНІ НОВОВВЕДЕННЯ ЧЕРЕЗ УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНУ (НА ПРИКЛАДІ ТРАНСПОРТНО-ДОРОЖНЬОГО КОМПЛЕКСУ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ)

*В статті обґрунтовано доцільність застосування кластерного підходу як одного із шляхів розвитку конкурентоспроможних регіонів. Зокрема, виходячи із переваг географічного розташування, наявності потужностей та невикористаного потенціалу пропонується створення транспортно-логістичного кластеру Причорноморського регіону. Доведено переваги функціонування новоствореного кластеру в сучасних умовах інфраструктури транспорту.*

**Ключові слова:** інноваційний чинник, сучасний ринок, технологічне відставання, конкурентні переваги.

**Постановка проблеми.** Аналіз економічного розвитку країн-лідерів показує, що входження в першу десятку забезпечило їм своєчасне залучення в економіку саме інноваційного чинника. Відомо, що інноваційна діяльність пов'язана насамперед з можливістю отримання окремими суб'єктами господарювання конкурентних переваг в умовах сучасного ринку. Отже, саме економічна складова має домінувати при формулюванні та оцінюванні кінцевих результатів інноваційної діяльності.

В Україні, на жаль, за останні роки через непослідовність у проведенні та низьку ефективність науково-технічної та інноваційної політики спостерігаються тенденції до закріплення технологічного відставання від розвинених країн. Проте наявність конкурентних переваг, незадіяного потенціалу дає надію щодо використання їх у комплексній стратегії розвитку країни та її регіонів.

**Аналіз останніх досліджень.** Питанням функціонування і розвитку транспортних систем присвячені праці І. Аксьонова, В. Гурнака, Б. Карпінського, В. Парунакяна, Л. Соколова, Ю. Цветова та ін.

Вивченням проблем створення кластерної моделі регіонального розвитку, стратегічного планування присвячені роботи Т. Вюртенбергера, М. Портера, Л. Пуллола, Х. Шреплера, Ж.-Л. Поже, а також вітчизняних вчених С. Грищенка, А. Брувера, В. Нудельмана, П. Чечелюк.

**Метою статті** є визначення пріоритетних напрямів розвитку конкурентоспроможності регіонів на основі кластерного підходу. При дослідженні використані такі наукові методи: дедукції, синтезу й аналізу, експертних оцінок.

**Виклад основного матеріалу.** В рейтингу конкурентної економіки Всесвітнього економічного форуму Україна за 2009–2010 рр. посіла лише 72-те місце серед 134 країн. Рейтинг опублікований у складний для української економіки час. Після зростання впродовж семи років, економіка країни зіткнулася зі світовою фінансовою кризою і суттєвим економічним спадом. У цей час політики й економісти намагаються знайти оптимальні шляхи виходу із кризи. Звіт про конкурентоспроможність України (далі — Звіт) дає можливість краще зрозуміти основні ключові фактори, які впливають на економічне зростання, і пояснює причини, чому певні країни досягли більших успіхів, ніж інші. Звіт використовується урядами, вченими і бізнес-лідерами в усьому світі як інструмент для кращого розуміння сильних і слабких сторін їх економік, а також для точного визначення першочергових реформ.

Рейтинг Всесвітнього економічного форуму розраховується за 12-ма показниками, а саме: інституції; інфраструктура; макроекономічна стабільність; система охорони здоров'я та середньої освіти; система вищої освіти і підвищення кваліфікації; ефективність товарних ринків; ефективність ринку праці; розвиненість фінансового ринку; технологічна готовність; розмір ринку; розвиток бізнесу та інновацій.

Зношена та нерозвинена інфраструктура залишається одним із вагомих факторів, що послаблює національну конкурентоспроможність. За цією компонентою Україна займає 79 місце, погіршивши за рік свої позиції у рейтингу на два пункти. Показники якості української інфраструктури не відповідають європейським стандартам, включаючи країни ЄС-12, а також не дотягують до рівня найбільш розвинених країн СНД.

Слабка інфраструктура накладає фізичні обмеження на зростання інших секторів економіки. Україна, що володіє вигідним географічним положенням, має отримувати більші вигоди від реалізації свого транзитного потенціалу.

Згідно з висновками світових експертів, Україна має найбільші в Європі показники транзитності (коефіцієнт 3,75), але використовує цей ресурс лише на 50–60% [5].

Внаслідок свого географічного розташування і розмірів Україна є країною, яка водночас належить до Центральноєвропейського, Чорноморського та Східноєвропейського регіонів, а її територія — інтегруючою між їх складовими частинами. Проте за інерцією політичного мислення, Україну відносять до пострадянського простору. Зовнішній кордон України є найдовшим серед європейських країн, 19 з 25 областей є прикордонними. Держава має значні потенційні можливості розвитку транскордонного співробітництва. Довжина державного кордону України становить близько 6550 км, зі Словаччиною — 98,5 км, з Польщею — 542 км, з Білоруссю — 1084 км, з Молдовою — 1202 км. На морські кордони припадає близько 1050 км.

Тому реалізація транспортного потенціалу, а особливо в сфері перевезень вантажів, у період виходу із кризи є рятівним варіантом для всієї економіки України.

Інтеграція України у світову господарську систему зумовлює необхідність забезпечення високого рівня її конкурентоспроможності, яка значною мірою формується у регіонах та є головним стратегічним завданням державної політики регіонального розвитку України до 2015 р. У світі відбувається переорієнтація економічних досліджень на регіональний рівень і пошук шляхів формування конкурентоспроможних регіонів, серед яких найбільш ефективним вважається кластерний підхід.

Кластери стають ключовим компонентом національних і регіональних стратегій соціально-економічного розвитку та спільними стратегіями розвитку для транскордонних регіонів. Використання кластерного підходу для стимулювання економічного розвитку здійснюється шляхом реалізації спеціальних стратегій щодо підтримки формування і розвитку кластерів. Велика кількість європейських програм та інструментів спрямовані на підвищення конкурентоспроможності регіонів.

У країнах-членах ЄС ці стратегії є або частиною національних стратегій підвищення їх конкурентоспроможності, або частиною регіональних програм для стимулювання регіонального розвитку. У нових країнах-членах ЄС кластерний підхід використовується для прискорення змін та стимуляції бізнесу до інновацій. Одним із прикладів є впровадження Програми Центральної Європи — Програми Європейської територіальної кооперації як кооперації для успіху. Україна, яка задекларувала інноваційно-інвестиційну модель економічного розвитку, також має прискорити впровадження кластерних підходів на державному та регіональному рівнях. При цьому векторальна кластеризація транзитних і транскордонних регіонів має будуватися на застосуванні європейських інструментів сусідства та партнерства, враховуючи пріоритети Європейської стратегії партнерства та секторальні напрями співробітництва [7].

Ми вважаємо, що економічний розвиток транзитних та прикордонних областей України (а це більшість території України) дасть змогу вийти на новий ступінь сприйняття загалом євроінтеграційних процесів, підштовхне суспільство на новий рівень мислення та сприйняття свого місця у світовому розвитку.

Автором досліджується доцільність створення транспортно-логістичного кластеру Причорноморського регіону, зокрема його складових — транспортних кластерів Одеської, Миколаївської, Херсонської та Автономної Республіки Крим.

Для визначення конкурентних переваг, сильних і слабких місць, проблемних питань пропонуємо стислу характеристику транспортної інфраструктури відповідних областей.

**Одеська область.** Область розташована на південному заході України. Територіально — це найбільший український регіон, який займає площу, що можна порівняти за розмірами з республікою Молдова. Головна особливість географічного розта-

шування області — її приморське та прикордонне положення: регіон має вихід до Чорного моря і дельти р. Дунай. Також має спільний кордон з Молдовою, Румунією, Болгарією, Туреччиною (з останніми двома — по морю).

З урахуванням розташування і розвинутої портової інфраструктури економіка регіону має яскраво виражену спеціалізацію — надання транспортних послуг. Основні види діяльності представлені морськими перевезеннями вантажів та їх переробкою.

Морський та річковий транспорт організаційно представляють Державна судноплавна компанія «Чорноморське морське пароплавство» (ДСК ЧМП), ВАТ «Українське Дунайське пароплавство», судноплавні компанії «Укрферрі» і «Укртанкер», вісім морських торговельних портів: Одеса, Южний, Іллічівськ, Білгород-Дністровський, Ізмаїл, Рені, Усть-Дунайськ, Іллічівський морський рибний порт. До складу морегосподарського комплексу області входять також 5 судноремонтних заводів: відкриті акціонерні товариства: судноремонтний завод «Україна», Одеський «СРЗ-2», ДП судноремонтного виробництва Іллічівський СРЗ, Ізмаїльський СРЗ і Кілійський СРЗ.

Залізничний транспортний комплекс включає Одеське державне підприємство з перевезення вантажів та пасажирів Одеської залізниці та Одеське підприємство промислового залізничного транспорту. Експлуатаційна довжина магістральної залізничної колії в межах області становить 1,1 тис. км, з яких 600 км електрифіковані. На балансі Одеської залізниці, розташованої на території області, знаходяться 86 залізничних станцій, 3 — локомотивних депо, 3 — вагонних депо та інші лінійні підприємства й організації. Вагонне депо Одеса — Головна має на своєму балансі понад тисячу пасажирських вагонів. Парк локомотивів становить 410 одиниць. В середньому за добу на Одеському державному підприємстві з перевезення вантажів та пасажирів Одеської залізниці знаходиться близько 10 тис. вантажних вагонів.

Авіаційний комплекс Одеської області представлений трьома базовими авіакомпаніями: державною авіакомпанією «Одеські авіалінії» та приватними компаніями «Таврія», «Південні авіалінії», аеропортами «Міжнародний аеропорт "Одеса"», «Ізмаїл», «Лимарське».

В автомобільному комплексі області діє 731 автобусний маршрут, зокрема: 203 — міських, 245 — приміських, 282 — міжміських та міжнародних. Перевезення пасажирів здійснюють 67 акціонерних товариств і приватних підприємств та 936 підприємств-фізичних осіб з чисельністю автобусів понад 4 тис. одиниць.

Згідно з матеріалами Звіту за компонентою «інфраструктура» Одеська область посідає 6-е місце серед 15 регіонів України, та 78-е місце у рейтингу глобальної конкурентоспроможності, що відповідає рівню Індії. У регіональному порівнянні найвищі результати, в межах цієї складової, область має за індикаторами якості інфраструктури повітряних перевезень 1-е місце в регіональному рейтингу.

Водночас негативно оцінюється якість доріг та якість залізничної інфраструктури (відповідно 9-е та 15-е місце в регіональному рейтингу). Слід зазначити, що за забезпеченістю автошляхами Одеська область відстає від середнього рівня по Україні: якщо загалом по країні щільність автодоріг становить 281 км на 1 тис. кв. км., то в Одеській області — 246 на 1 кв. км території. Останнє місце за якістю залізничної інфраструктури — результат незадоволеності бізнесом пропускної здатності припортових і портових залізничних станцій, що особливо помітно в періоди сезонних пікових перевезень. Крім того, найгострішою проблемою для регіону залишається слаборозвинене залізничне та автомобільне сполучення з придунайськими районами області, яке частково проходить по території Молдови та Придністров'я. Низька якість автомобільної та залізничної інфраструктури не відповідає транзитному потенціалу області. Як результат, загальна якість інфраструктури області оцінюється нижче середнього рівня по регіонах (12-е місце).

**Херсонська область.** Область розташована в південній частині України біля узбережжя Чорного та Азовського морів. Херсонщина — транзитна область з потужною різногалузеву транспортною системою, до складу якої входить залізничний, морський, річковий, автомобільний та авіаційний транспорт. По території Херсонщини пролягають два міжнародні транспортні коридори: перший — це Чорноморська економічна співдружність (ЧЕС), що формує транспортні потоки країн Близького сходу та Балканського півострова в напрямку Маріуполя й Новоазовська, а другий — Євразійський транспортний потік з країн Європи через Чорноморські порти до Криму, Росії, країн Закавказзя та Сходу.

У транспортній галузі на сьогодні функціонує близько 100 підприємств, установ та організацій, а саме: 2 державних морських торговельних порти, 2 річкових порти, що є акціонерними товариствами, 1 державне підприємство залізничного транспорту, 2 авіапідприємства, 91 суб'єкт господарювання, що здійснює перевезення автомобільним транспортом як пасажирів, так і вантажів. Чисельність працюючих у транспортному комплексі становить понад 17,37 тис. осіб.

Мережа автомобільних доріг загального користування Херсонської області становить 5022,7 км, зокрема доріг державного значення 704,3 км, доріг місцевого значення 4318,4 км.

Проте з конкурентними перевагами існують і «слабкі місця» транспортної системи області. Так, до транспортно-дорожнього комплексу області належить і Генічеський морський торговельний порт, який спеціалізувався на видобутку та перевалці морської піщано-черепашкової суміші, що мала великий попит для виробництва комбікормової добавки для птиці. Через те, що з 1994 р. не проводилось днопоглиблювальних робіт, відбулось обміління підхідного каналу та припинено суднозаходи.

ДКП «Аеропорт-Херсон» з аеровокзальним комплексом пропускною спроможністю 400 пасажирів на годину, злітно-посадкова смуга завдовжки 2,5 км спроможна приймати літаки класу ТУ-134 ТУ-154, ТУ-154 М, Боїнг-737, Л-401, А-310,320, ЯК-40,42, АН-24, а також гелікоптери всіх класів. Пропускна спроможність пункту пропуску — одночасне оформлення одного пасажирського повітряного судна (до 100 пасажирів) та одного вантажного повітряного судна (до 30 тонн вантажу). Має сектор для міжнародних перевезень. На сьогодні обслуговує лише чартерні рейси.

За результатами проведеного дослідження, за складовою «інфраструктура» області показала передостанній результат серед 15 регіонів України (114 позиція у глобальному порівнянні, що можна порівняти з Чорногорією). У межах цієї складової значною проблемою є низька якість інфраструктури повітряних перевезень, яка була оцінена в 1,5 бала (середній результат по країні 2,9 бала). Суттєве відставання області у цій сфері може бути пов'язане з тим, що єдиний регіон області практично не діє. Занепокоєння викликає якість загальної інфраструктури (14 місце серед регіонів), станом доріг (10 позиція в національному рейтингу). Водночас область, подібно іншим регіонам України, має конкурентну перевагу у вигляді розвинутої залізничної інфраструктури (8 місце серед регіонів, 34 місце в глобальному рейтингу, що можна порівняти з Австралією). Наявність портової інфраструктури в Херсонській області не було враховано при розрахунку результату області, оскільки якість портової інфраструктури належить до загальнонаціональних показників і розраховується лише на рівні країни.

**Миколаївська область** має розвинену мережу транспортної інфраструктури, що включає морські й річкові порти, залізничний вузол, два аеропорти та автостради.

Одним із стратегічних завдань соціально-економічного розвитку регіону є розвиток транспортного потенціалу Миколаївської області. Географічне розташування області на вході до внутрішніх водних шляхів, розгалужена потужна транспортна система, до складу якої входять всі види транспорту (залізничний, морський, річковий, автомобільний, авіаційний та трубопровідний), наявність судноплавних водних артерій — все це відіграє провідну роль для виконання та нарощування вантажоперевезень і розвитку Миколаївського транспортного (інтермодального) вузла.

Довжина автомобільних шляхів загального користування з твердим покриттям становить понад 4,8 тис. км.

Експлуатаційна довжина залізничних колій загального користування — 28,9 кв. км шляхів на 1 тис. кв. км території. Наявність водних артерій та приморське розташування території зумовили значний розвиток морського і річкового транспорту. Три морських, один річковий порти, два великих термінали становлять єдиний Бузько-Дніпровський морський транспортний вузол на північному узбережжі Чорного моря. Навігація в акваторіях портів триває цілий рік.

Головна галузь області — суднобудування — представлена в Миколаєві трьома найбільшими суднобудівними заводами, що здатні будувати і поставляти кораблі будь-якого типу. Це підприємства ДАХК «Чорноморський суднобудівний завод», ДП «Суднобудівний завод імені 61 комунара» і ВАТ «Дамен Шип'ярдс Океан». Основною продукцією цих потужних підприємств є танкери, сухогрузи, рефрижератори, траулері, навалювальні судна, плавучі готелі й військові кораблі різних типів. Проте ми-



колаївські корабелі можуть робити не лише кораблі високої наукоємності, а й сучасні газотурбінні установки, радіоелектронне устаткування найвищої точності та багато іншого. До суднобудівної галузі належить також низка підприємств, що забезпечують виробництво суднового устаткування — акціонерні товариства «Ера», «Кристал», «Екватор» та ін.

Зазначимо, що у Звіті про конкурентоспроможність України 2009 р. було обрано лише 15 регіонів і Миколаївська область не увійшла у вибірку. Однак представлені дані дають змогу зробити висновок про те, що розгалужена структура транспортно-дорожнього комплексу області та сервісні, суднобудівні підприємства відіграватимуть вагомe значення у забезпеченні ефективної роботи транспортно-логістичного кластеру.

**Автономна Республіка Крим (АРК)** розташована на Кримському півострові, що омивається Чорним і Азовським морями. АРК володіє розвиненою транспортною інфраструктурою.

**Автомобільне сполучення.** Вантажні та пасажирські перевезення автотранспортом здійснюються в міському, приміському, міжміському та міжнародному напрямках.

Автобусне сполучення організоване в усіх містах та районах Криму. Воно охоплює 800 населених пунктів або 93% загальної кількості.

**Автомобільні шляхи.** Довжина автомобільних шляхів республіки становить 6260,5 км (усі з твердим покриттям), зокрема (на 01.01.2008 р.): автошляхи загальнодержавного значення — 1183,5 км; автошляхи місцевого значення — 5077,0 км; автошляхи районного значення — 4257,8 км.

Крім того, на балансі підприємств АРК знаходяться автошляхи завдовжки 6247,2 км. Показник щільності автодоріг загального користування в автономії дорівнює 240 км на 1000 кв. км території.

**Повітряне сполучення.** Державний міжнародний аеропорт «Сімферополь» може приймати повітряні судна будь-якого класу в будь-який час доби. За своєю потужністю аеропорт може обслужити 14–15 тис. літаковилетів. Аеропорт з'єднаний із та курортними містами Криму тролейбусним та автобусним сполученням, а також маршрутними таксомоторними перевезеннями. Аеропорт має зал VIP, бізнес-зал, торгову мережу, готель. Крім того, у Криму пасажирські перевезення здійснює аеропорт «Керч», вантажні — аеропорт «Джанкой».

**Залізничне сполучення.** Експлуатаційна довжина залізниць загального користування становить 645,3 км, з них електрифікованих — 262,1 км (40,6%), що обслуговуються тепловою тягою — 383,2 км (59,4%). Сімферополь має залізничне сполучення з великими вузловими станціями України, зокрема з містами Київ, Львів, Одеса, Харків, Донецьк, Москва, Санкт-Петербург та ін. На 40 залізничних станціях Криму здійснюється вантажна робота. Три залізничні станції (Сімферополь, Євпаторія-курорт та Феодосія) здійснюють лише пасажирські перевезення. Основні залізничні вузли — Сімферополь, Севастополь, Джанкой, Красноперекопськ, Феодосія, Керч, Чонгар.

**Морський зв'язок.** Морськими воротами Криму є чотири морських торговельних порти (без міста Севастополь) — Євпаторійський, Керченський, Феодосійський, Ялтинський та Державна судноплавна компанія «Керченська поромна переправа», що базується в порту «Крим». Порти є сучасними високомеханізованими підприємствами з перевалки генеральних, навалювальних та наливних вантажів. Маючи достатній причальний фронт, сучасну перевантажувальну техніку, засоби, що забезпечують безпеку мореплавання, вони можуть приймати вантажні судна вагою (дедвейтом) 10 тис. т. Річна потужність переробки вантажів кримськими портами становить 10 930 тис. т. Ялтинський морський торговельний порт приймає круїзні судна як під українським прапором, так і під прапорами інших країн. Керченська поромна переправа з'єднує через Керченську протоку морськими лініями Крим з Російської Федерації, через яку за допомогою поромів перевозять пасажирів, легкові та вантажні автомобілі.

За даними Звіту про конкурентоспроможність за складовою «інфраструктура», АРК посідає 13 місце в регіональному рейтингу, випереджаючи Закарпатську і Херсонську області. У глобальному порівнянні регіон знаходиться в нижній частині рейтингу: 106 місце (на рівні В'єтнаму). Загалом якість інфраструктури в регіоні вважається незадовільною через невисоку якість кримських доріг. За цим показником АРК посідає передостаннє місце серед 15 регіонів і 147 місце в глобальному рейтингу. Слід зазначити, що, як і всі південні регіони, АРК має відносно низьку щільність

автомобільних доріг. При цьому майже 100% доріг мають тверде покриття, що серед розглянутих регіонів спостерігається лише у Полтавській області.

Водночас якість залізничної інфраструктури в АРК оцінена на рівні середнього значення по Україні, що відповідає 9 місцю регіонального рейтингу. Як і для більшості розглянутих регіонів, якість залізничної інфраструктури є однією з глобальних конкурентних переваг АРК: 37 місце в загальному рейтингу, що дає змогу конкурувати з Китаєм. Вище середнього по регіонах оцінені такі показники, як якість інфраструктури повітряних перевезень (3 місце в регіональному рейтингу). В АР Крим діє міжнародний аеропорт «Сімферополь», що має стратегічне загальнонаціональне значення і здійснює регулярні та чартерні рейси усередині країни, а також у країни СНД, Європи та близького Сходу. Однак у міжнародному порівнянні якість повітряної інфраструктури оцінюється 85 місцем у загальному рейтингу, що відповідає показникам Кот-д'Івуару.

Вирішення проблем транспортно-дорожнього комплексу Причорноморського регіону можливо шляхом оптимального об'єднання потенційних можливостей і зусиль транспортних, ремонтних, сервісних, виробничих та ринкових структур, освітянських і наукових закладів як основних учасників інноваційного процесу через утворення спеціальних об'єднань усіх зацікавлених у кінцевому результаті суб'єктів господарювання. У спеціальній літературі такі комплекси називають «інноваційними кластерами», «кластерами компетенції», «центрами компетенції», «точками зростання» тощо.

Слід наголосити, що функціонування транспортно-логістичного кластеру відрізняється від кластерів інших галузей. Так, транспортно-логістичний кластер може бути відокремлений та може бути складовою інших галузевих кластерів; можливе об'єднання транспортно-логістичних кластерів областей в укрупнені регіональні кластери, зокрема Причорноморський транспортно-логістичний кластер, а також єдиний транспортно-логістичний кластер країни.

До речі, питанням створення транспортно-логістичних центрів у межах регіонів, округів та країни приділяється значна увага уряду Росії. В рамках Федеральної цільової програми «Модернізація транспортної системи Росії (2002–2010 роки)» одним із завдань програми транспортно-логістичної інфраструктури є формування і розвиток мережі великих мультимодальних транспортно-логістичних центрів (кластерів) на основі сучасних технологій. Такі центри мають зв'язати вантажопотоки, що перевозяться різними видами транспорту, і дати можливість для одноразового зберігання і сортування товарних партій [6, 101].

**Висновки.** На нашу думку, нині, під час розроблення вітчизняних державних цільових програм, на жаль, спостерігається певна фрагментаризація та розходження у системному прогнозуванні економічного і соціального розвитку, сталого розвитку та інноваційної діяльності. Державні замовники програм, якими переважно є міністерства та інші центральні органи виконавчої влади, не надто зацікавлені в оптимізації їх кількості та приведенні до вимог законодавства, оскільки це дає змогу розглядати невиконання програмних завдань та заходів як наслідок відсутності коштів, що виключає ймовірність настання відповідальності за неефективне виконання програми. В окремих випадках програми стають підставою для додаткового фінансування основних функцій цих органів за рахунок коштів державного бюджету.

*В статье обоснована целесообразность применения кластерного подхода как одного из путей развития конкурентоспособных регионов. В частности, исходя из преимуществ географического расположения, наличия мощностей и неиспользованного потенциала предлагается создание транспортно-логистического кластера Причерноморского региона. Доказанные преимущества функционирования ново-созданного кластера в условиях современного состояния инфраструктуры транспорта.*

**Ключевые слова:** инновационный фактор, современный рынок, технологическое отставание, конкурентные преимущества.

*The article Expediency of the cluster approach as one of the ways of forming a competitive regions. In particular, it based on the advantages of geographic location, availability of unused capacity and potential of a proposed logistics cluster Black Sea region. Proven benefits of the newly formed cluster functioning in the light of modern transport infrastructure.*

**Key words:** innovative factor, modern market, technological lag, competitive edges.

#### Література

1. Указ Президента України від 11.07.2006 року № 606/2006 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 квітня 2006 року «Про стан науково-технологічної сфери та заходи щодо забезпечення інноваційного розвитку України».
2. Доручення Прем'єр-міністра України від 19.07.2006 року № 25104/1/1-06.
3. Протокол № 34 засідання Урядового комітету з питань економічної політики та європейської інтеграції від 13 листопада 2007 року.
4. *Ленчук Е. Б.* Инновационный процесс в переходной экономике (на примере стран Центрально-Восточной Европы и СНГ) / Автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.14 / Институт экономики РАН. — М., 2007.
5. Инновационная экономика / Под ред. А. А. Дынкина, Н. И. Ивановой. — М.: Наука, 2007. — 352 с.
6. *Гневко В. А.* Формирование инновационной экономики в России // Экономика и управление. — 2008. — № 2. — С. 100–103.
7. *Юрій Приходько.* Першочергові умови для відродження транзитного потенціалу України // Інформаційний портал «Транспортний бізнес» : [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: [www.tbu.com.ua](http://www.tbu.com.ua).
8. Звіт про конкурентоспроможність України // Інформаційний портал «Фонд ефективне управління» : [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: (звіт про конкурентоспроможність).

УДК 339.92:338(477):339.74

**І. Є. Журба,**  
кандидат географічних наук

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСОВОГО ТА ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В УКРАЇНІ

*Автором досліджено та визначено місце і роль інституційного та фінансового забезпечення транскордонного співробітництва в Україні, проаналізовано перспективи інфраструктурного розвитку інституцій підтримки транскордонного співробітництва. Зазначимо, що в науковій статті обґрунтовано напрями інституційного супроводу транскордонного співробітництва регіонів України в умовах євроінтеграційних процесів.*

**Ключові слова:** транскордонне співробітництво, інфраструктура прикордонної діяльності, зона вільної торгівлі, Східноєвропейське партнерство, фінансове та інституційне забезпечення, євроінтеграція, рух капіталу, товарів і робочої сили.

**Постановка проблеми.** В умовах сучасних євроінтеграційних процесів України транскордонне співробітництво має можливість прискорювати процеси вирівнювання якості життя населення прикордонних територій до середньоєвропейського та сприяти досягненню вільного руху товарів, людей і капіталів через кордон. Воно також сприяє мобілізації місцевих ресурсів та підвищенню ефективності їх використання, робить можливим об'єднувати зусилля для вирішення спільних проблем у транскордонному регіоні.

**Аналіз останніх досліджень.** Здійснюючи дослідження сучасних особливостей транскордонного співробітництва та його трансформаційних змін можна констатувати, що визначальними складовими цих процесів є інституційне та фінансове забезпечення. Тематикою інституційного, фінансового та організаційно-правового забезпечення транскордонного співробітництва найбільш ґрунтовно займаються українські вчені-економісти П. Беленький, Н. Мікула, В. Чужиков і В. Макогон, але низка питань їх практичного застосування в умовах сьогодення залишаються невирішеними.

**Формулювання цілей статті.** Метою праці є обґрунтування раціонального та ефективного інституційного та фінансового забезпечення транскордонного співробітництва в Україні в умовах євроінтеграційних процесів. Виходячи із поставленої мети були визначені такі завдання: дослідити та вивчити місце, роль, тенденції інституційного та фінансового забезпечення транскордонного забезпечення в Україні; визначити перспективи інфраструктури інституцій підтримки транскордонного співробітництва; обґрунтувати напрями інституційного супроводу транскордонного співробітництва регіонів України.

**Виклад основного матеріалу досліджень.** Управління транскордонним співробітництвом перебуває переважно в координації центральних та місцевих органів державної влади та самоврядування. Для загальної координації транскордонного співробітництва на державному рівні Кабінет Міністрів України у 2002 р. створив Міжвідомчу комісію з питань розвитку транскордонного співробітництва та євро регіонів, у якій питання координації покладено на Міністерство економіки України.

Інші центральні органи виконавчої влади беруть участь у сприянні розвитку транскордонного співробітництва в межах компетенції, встановленої законодавством України, а також у разі необхідності вносять пропозиції щодо змін до законодавчих актів України з питань транскордонного співробітництва.

В обласних адміністраціях структурними підрозділами, у функції яких входить організація та управління міжрегіональною співпрацею за Постановою КМУ «Про упорядкування структури місцевих державних адміністрацій» [3], були управління зовнішніх зносин та зовнішньоекономічної діяльності (ЗЗ та ЗЕД), що найбільше

відповідало потребам розвитку співпраці. Таку структурну одиницю було запропоновано ввести в грудні 2000 р. і на кінець 2001 р. вони створені майже у всіх областях. Проте нині у більшості областей були здійснені організаційні зміни, і транскордонне співробітництво не обов'язково ведеться структурними підрозділами ЗЗ та ЗЕД, часто ці функції виконують управління торгівлі чи туризму.

В цьому випадку координація співробітництва ведеться лише за окремими напрямками і не поширюється на всі сфери життєдіяльності. На жаль, в Україні не створено сильних відокремлених єврорегіональних структур, як це спостерігається у країнах ЄС, і які взяли на себе всю поточну роботу щодо транскордонного співробітництва (ТКС).

Реалізацію транскордонних стратегій та програм неможливо здійснити без мобілізації локальних акторів (органів влади, бізнесу, громадськості) навколо їх виконання, мобілізації внутрішніх ресурсів території, визначення та реалізації пілотних проектів, залучення фінансових ресурсів та інвестицій. Це потребує створення регіональних та місцевих мереж взаємодії, організації коаліцій місцевого та регіонального розвитку між різними групами інтересів, створення ефективних систем прийняття рішень, залучення до транскордонної діяльності або створення спеціалізованих професійних інститутів.

Важлива роль у розвитку ТКС належить створенню та ефективному функціонуванню інфраструктури інституцій підтримки ТКС та регіонального/місцевого розвитку. Слід зазначити, що в останні роки в обласних та деяких районних центрах прикордонних областей України створено та функціонують агентства регіонального розвитку, інформаційно-консалтингові фірми та інші підтримуючі організації (зокрема Агенція регіонального розвитку та європейської інтеграції у Львові, Центр українсько-угорського регіонального розвитку в Ужгороді). Лише у Львові й Львівській області їх функціонує понад двадцять, не враховуючи бізнес-центри, бізнес-інкубатори та інші консалтингові структури, які можуть у межах своєї діяльності сприяти розвитку транскордонного співробітництва. Однак рівень інституційного забезпечення підтримки ТКС в Україні ще далекий від рівня сусідніх країн Європи.

У сфері інституційного супроводу транскордонне співробітництво регіонів України на сьогодні розвивається за кількома напрямками. Перший — у межах двосторонніх контактів регіонів на основі підписаних міжрегіональних угод між органами місцевого самоврядування та державної влади. Другий — на основі взаємодії та співпраці відповідних інституцій по обидва боки кордону, насамперед Агенцій регіонального розвитку та торгово-промислових палат регіонів. Третім компонентом системи сучасного транскордонного співробітництва є діяльність громадських організацій, включаючи реалізацію проектів за програмами міжнародної технічної допомоги. Здебільшого згадані проекти спрямовані на формування громадянського суспільства на східних кордонах ЄС та подолання негативних історичних або культурних стереотипів у свідомості мешканців прикордоння. Ще однією сферою транскордонного співробітництва є підприємницьке середовище. Його активність розповсюджується передусім на розвиток прикордонної торгівлі, елементів виробничої інфраструктури прикордоння, реалізацію невеликих інвестиційних проектів [2].

Розвиток інституційного забезпечення транскордонного співробітництва прямує до його вищої організаційної форми — єврорегіонів, створення яких відбувається укладанням угод про транскордонне співробітництво між органами місцевої влади прикордонних територій. На цій підставі формуються об'єднання адміністративно-територіальних одиниць муніципального і регіонального рівнів, зацікавлених у спільній реалізації різнопланових проектів у межах певної сукупності прикордонних регіонів.

Наразі зміна інституційних форм євроінтеграційної транскордонної кооперації здійснюється в руслі появи виражених концептуальних стратегій та концепцій розвитку прикордонних регіонів, які з'явилися як відповідь на виклик — розширення ЄС — і вже практично використовуються як один з потенційних інструментів створення «Європи без внутрішніх кордонів».

ЄС запропоновані чотири Програми Сусідства, в яких бере участь Україна, а також такі інституційні форми єврорегіонального співробітництва, як «Інтеррегіо», «Ніредьгазька Ініціатива», «Концепція спільного розвитку прикордонних територій України і Угорщини» і, особливо, «Стратегія транскордонного співробітництва „Карпати 2004–2011”», завдяки якій з'являється можливість синхронізації регіональних

пріоритетів розвитку із загальнонаціональними, визначеними в євроінтеграційній стратегії України та Плані дій «Україна — ЄС». Ці Програми вже сьогодні реалізуються в прикордонні, є одними з перших важливих кроків на етапі практичного втілення принципів і механізмів транскордонної політики сусідства ЄС.

Цей процес знаходиться лише у зародковому стані, але вже можна рельєфно побачити реальні перші успіхи й уроки практичної співпраці прикордонних регіонів, особливо в Закарпатській області, яка де-факто у 2004 р. отримала статус «зовнішнього регіону ЄС» і наразі є базовим регіоном України, в якому виконуються три з чотирьох Програм Сусідства ЄС.

Аналіз сучасних програмних документів вище перелічених стратегій, концепцій тощо показує, що вони при ідентифікації проблем транскордонного співробітництва не завжди синхронізуються і враховують сегменти Лісабонської стратегії і План дій «Україна — ЄС» та на відсутність продуманої стратегії конкурентоспроможності України. Новим потенціалом і одночасно новим інструментом транскордонного співробітництва у 2005–2006 рр. стало і білатеральне співробітництво України з країнами-сусідами — новими членами ЄС.

Зокрема йдеться про допомогу Словаччини, уряд якої запропонував Програму, спрямовану на співпрацю з тими країнами і регіонами, які визначені пріоритетами зовнішньої політики Словаччини поза межами ЄС. Чільне місце серед них відводиться Україні. Про це свідчить План допомоги Словаччини Україні при виконанні цілей Плану дій «Україна — ЄС», прийнятий урядом Словацької Республіки (від 28.10.2005 р. № 854).

У рамках цього документа Україна наразі ще не ідентифікувала для себе можливості Словаччини в рамках білатеральної допомоги для реалізації і наповнення цілей Плану дій «Україна — ЄС». Проте План дій «Словаччина — Україна» — важливий перший приклад сучасних українсько-словацьких відносин, орієнтований на європейський рівень транскордонної співпраці й створення концепцій спільного розвитку прикордонних територій України та Словаччини слідом за Угорщиною.

Нові стратегії покликані мінімізувати негативний вплив на регіон різних темпів європейської інтеграції, що демонструються різними країнами, виключити можливість ізоляції прикордонних регіонів як периферійних. Наразі транскордонне співробітництво є не лише способом розвитку контактів між територіями сусідніх країн, а й формою та засобом пошвавлення ширших загальноєвропейських інтеграційних тенденцій.

Держава сприяє розвитку транскордонного співробітництва шляхом реалізації державних програм фінансової підтримки ТКС [2], розробку яких передбачено Законом України «Про транскордонне співробітництво». Значну фінансову підтримку надавали міжнародні фінансові інституції, зокрема ЄС в рамках програми TACK CBC, яка діяла до останнього розширення ЄС.

Зазначимо, що впродовж 1998–2002 рр. Європейською Комісією через програму «TACIS CBC» Україні було надано 22,5 млн євро для фінансування проектів транскордонного співробітництва, що здійснюються на територіях Волинської, Львівської, Закарпатської, Івано-Франківської, Чернівецької та Одеської областей.

У період з 2004 по 2006 рр. діяли Програми сусідства Польща — Україна — Білорусь, Угорщина — Словаччина — Україна, Румунія — Україна, які ініційовані ЄС.

За цими Програмами Україна має отримати близько 8 млн євро (фінансування дещо затримується). З 2007 р. вступає в дію новий механізм фінансової підтримки з боку ЄС, зокрема щодо України. Європейська Комісія планує такі заходи: прийняття Стратегії з прикордонного співробітництва на 2007–2013; прийняття Регламенту для ENPI; прийняття правил впровадження; розроблення нових Спільних програм сусідства.

Транскордонне співробітництво буде спрямоване на досягнення таких цілей: 1) сприяння економічному та соціальному розвитку; 2) вирішення спільних проблем; 3) забезпечення ефективними та безпечними кордонами; 4) сприяння співробітництву між людьми (people to people). Україна братиме участь у програмах: Польща — Білорусь — Україна; Угорщина — Словаччина — Румунія — Україна; Румунія — Молдова — Україна; Чорне море (включаючи басейн Азовського моря).

Існуючу систему науково-методичного та аналітичного супроводу розвитку транскордонного співробітництва можна подати так (рис. 1, 2).

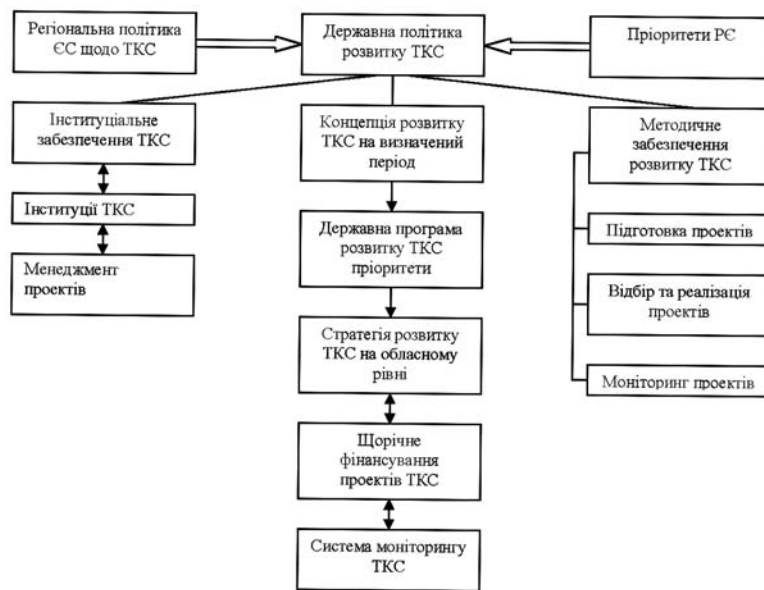


Рис. 1 — Система науково-методичного та аналітичного супроводу розвитку ТКС

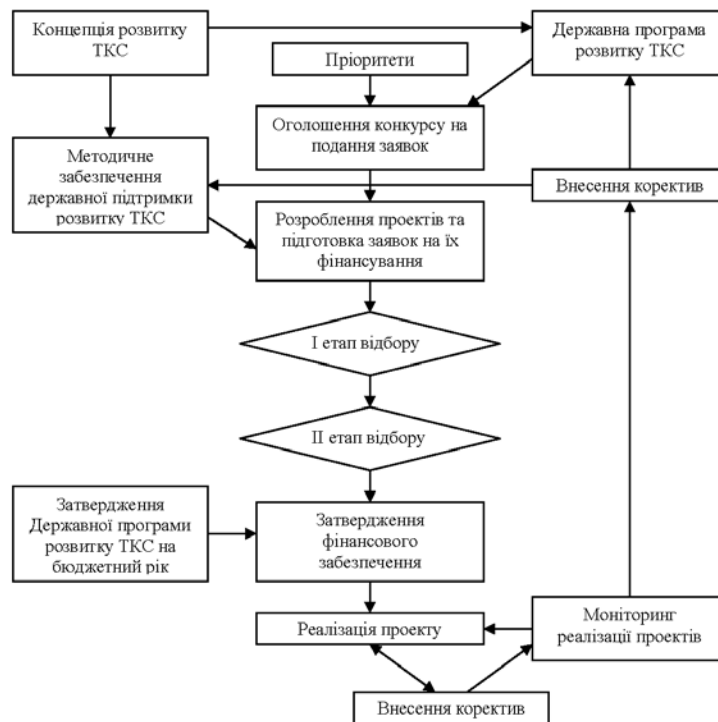


Рис. 2 — Процес організації державної підтримки проектів ТКС

У державній регіональній політиці, викладеній у Державній стратегії регіонального розвитку на період до 2015 р., міститься розділ щодо сприяння розвитку трансграничного співробітництва. На підставі визначених у цьому документі пріоритетів розроблено Концепцію розвитку трансграничного співробітництва, яка, в свою чергу, конкретизована у Державній програмі розвитку трансграничного співробітництва на період 2007–2010 рр. На вибір пріоритетів розвитку трансграничного співробітництва в Україні мали вплив загальноєвропейські пріоритети, означені у Програмах сусідства ЄС та рекомендаціях Ради Європи щодо регіонального/просторового розвитку.

Державна програма розвитку ТКС передбачає фінансову підтримку проектів, що розробляються в рамках чинного законодавства та відповідно до прийнятих методичних матеріалів: Положення про порядок підготовки проектів (програм) транскордонного співробітництва, Положення про порядок конкурсного відбору проектів (програм) транскордонного співробітництва, Типової методики відбору проектів (програм) транскордонного співробітництва.

Окрім цього, система науково-методичного та аналітичного супроводження включає інституції ТКС (євро регіони, структурні підрозділи органів регіональної влади та місцевого самоврядування, громадських організацій тощо), інформаційно-консалтингові організації, агенції регіонального розвитку, які формують транскордонну статистику, здійснюють менеджмент та моніторинг транскордонного співробітництва проектів відповідно до методичних рекомендацій формування транскордонної статистики, організації інформаційних систем транскордонного співробітництва, формування системи моніторингу тощо.

**Висновки.** Отже, були досліджені та визначені місце, роль і тенденції інституційного та фінансового забезпечення транскордонного співробітництва в Україні, проаналізовані перспективи інфраструктурного розвитку інституцій підтримки транскордонного співробітництва, обґрунтовано напрями інституційного супроводу транскордонного співробітництва регіонів України в умовах євроінтеграційних процесів. У ході державної підтримки транскордонного співробітництва безпосередню участь беруть регіони, на території яких реалізуються проекти (програми).

Окрім організації розробки та первинного відбору проектів (див. рис. 2), обласні органи влади можуть стати учасниками співфінансування проектів і забезпечити діяльність системи моніторингу в межах своєї компетенції.

Проте з досвіду країн-членів ЄС можна зробити висновок, що найбільш ефективна система державної підтримки транскордонного співробітництва реалізується через діяльність євро регіонів.

*Автором досліджено і визначено місце і роль інституційного та фінансового забезпечення трансграничного співробітництва в Україні, проаналізовані перспективи інфраструктурного розвитку інституцій підтримки трансграничного співробітництва. Відзначимо, що в науковій статті обґрунтовано напрями інституційного супроводу трансграничного співробітництва регіонів України в умовах євроінтеграційних процесів.*

**Ключевые слова:** трансграничное сотрудничество, инфраструктура пограничной деятельности, зона свободной торговли, Восточноевропейское партнерство, финансовое и институциональное обеспечение, евроинтеграция, движение капитала, товаров и рабочей силы.

*By an author was investigational and certain place and role of the institutionnogo and financial providing of transfrontal collaboration in Ukraine, analysed prospects of infrastructural development of instituciy of support of transfrontal collaboration. We will mark that in the scientific article directions of institutionnogo accompaniment of transfrontal collaboration of regions of Ukraine were grounded in the conditions of eurointegration processes.*

**Keywords:** transfrontal collaboration, infrastructure of boundary activity, free trade zone, east Europe partnership, financial and institutionnoe providing, eurointegration, capital, commodities and labour force flow.

#### Література

1. Демченко В. В. Науково-методичне та аналітичне супроводження розвитку транскордонного співробітництва: Науковий звіт / За керівн. Н. А. Мікули. — Держреєстрація № 0106U010937.
2. Державна програма розвитку транскордонного співробітництва на період 2007–2010 роки: Постанова КМУ № 1819 від 27.12.2006 р.
3. Мікула Н. Міжтериторіальне та транскордонне співробітництво: Монографія. — Львів: ІРД НАН України, 2004. — 395 с.



УДК 330. 341.1

**О. М. Кардаш,**  
викладач кафедри економіки підприємства

## ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В ПЕРІОД СВІТОВОЇ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

*В статті досліджено проблеми та перспективи інноваційного розвитку економіки України у період фінансово-економічної кризи. Запропоновано авторське бачення, активізації інноваційної діяльності у період соціально-економічної трансформації.*

**Ключові слова:** кризова ситуація, економічний простір, науково-технічний потенціал, стан деградації, інноваційні підприємства.

Кризова ситуація, яка сьогодні сформувалася у вітчизняному економічному просторі, великою мірою обумовлена неефективною політикою щодо використання та розвитку науково-технічного потенціалу країни. Починаючи з 90-х років і донині, в Україні існує стрімке занурення наукоємного сектора у стан глибокої деградації. Як наслідок, протягом 18-ти років незалежності, ми ні на крок не наблизили власний інноваційний потенціал до рівня розвинених країн, а навпаки швидкими темпами його втрачали. За даними президента НАН України Б. Патона, кількість винаходів за роки незалежності скоротились у 20 разів. Якщо у 1990 р. в Україні до інноваційних підприємств від загальної кількості належало 36%, то у 1994 р. таких налічувалось 26%, а вданий момент їх кількість зменшилась до позначки 13%. Промислові підприємства, які були основними споживачами результатів НДДКР та винаходів, створених у науково-технічній сфері протягом 1990–2009 рр., зазнали безповоротних втрат. А саме, втрачено більше як 50% інженерів, техніків та робітників, у тому числі майже всіх, а це 93,5%, раціоналізаторів та винахідників. На машинобудівних підприємствах, на яких у 1990 р. працювало 3,6 млн чоловік промислово-виробничого потенціалу, у тому числі майже 475 тис. дипломованих інженерів і техніків, їх чисельність зменшилась учетверо (на 2,3 млн чол.). За рівнем використання свого високоосвіченого і підготовленого до продуктивної праці людського потенціалу, чому немає прецедентів у світі, Україна впритул наблизилася до показників 1952 р. А її промисловість, у тому числі машинобудування, що слугувала каталізатором науково-технологічного та інноваційного розвитку всієї економіки до стану 1954 р. Вразі збереження таких тенденцій щодо втрат та з урахуванням демографічної ситуації ми дістанемось незабаром і до рівня 1935 р., коли на підприємствах промисловості УРСР працювало близько 1,353 млн чол.

Результатом кризової ситуації в наукоємних галузях є постійне зниження України у міжнародних рейтингах конкурентоспроможності. Так, у минулому році на авторитетному Міжнародному економічному форумі в Женеві Україна, серед 154 країн, зайняла у сфері вищої освіти 46-е місце, у сфері інноваційного розвитку — 52, з оснащення сучасними технологіями — 65, а у сфері захисту прав інтелектуальної власності — 114. Хоча, ще на початку 90-х років, Україна належала до семи найбільш інноваційних та інтелектуальних держав світу [1]. У той час, коли весь світ акцентує найбільшу увагу на акумулюванні та використанні інтелектуального ресурсу, Україна його безперервно розпоршує.

Розрахунки багатьох учених на основі виробничої функції показують, що НТП як фактор економічного розвитку в перспективі забезпечуватиме до 90% реального збільшення продукції (на відміну від 65% на сьогодні).

Артур Медісон, автор дослідження «Динамічні сили капіталістичного розвитку» встановив, що чим вища частина освічених людей від загальної кількості, тим вищі темпи економічного зростання. Він також виявив залежність, згідно з якою збільшення асигнувань на освіту на 1% зумовлює збільшення валового внутрішнього продукту країни на 0,35%. За даними досліджень Всесвітнього банку, проведеного

у 2004 р. (був проаналізований досвід 92 країн світу в період з 1960 по 2000 р.), збільшення термінів навчання населення країни на 20% забезпечує 0,15 зростання економіки цієї країни. Якщо кількість виданих патентів та авторських посвідчень збільшується на 1%, це дає змогу додати 0,9% до темпів економічного зростання. Розвиток інфраструктури також значно впливає на економічні показники країни, зокрема збільшення числа абонентів телефонного зв'язку на 20% додає 0,11% до темпів економічного зростання.

Таке зростання важливості знань як ключового ресурсу економічного розвитку обумовлює першочергову необхідність перегляду існуючих підходів щодо формування та розвитку інноваційної економіки.

Роль інновацій як ключового ресурсу економічного розвитку неодноразово висвітлювалось у роботах відомих вчених та дослідників, зокрема: Й. Шумпетера, В. Зомбарта, В. Мічерліха, М. Туган-Барановського, А. Шпідгоффа, М. Кондратьєва, С. Кузнеця, Г. Менша, П. Друкера, Х. Барнета, Є. Вітте, Р. Солоу, Х. Фрімена, Ю. Яковця та ін..

Не оминає увагою зазначена проблема і вітчизняних провідних науковців, таких як І. Алексєєва, В. Александрової, О. Алімова, Ю. Бажала, О. Василика, В. Васюренка, А. Гальчинського, В. Гейця, А. Гойка, В. Точиліної, В. Федосова, Л. Федулової, Д. Черваньова, А. Чухна, Н. Чухрая, Л. Шаблиста, С. Юрія.

У роботах цих вчених розкриті окремі аспекти інноваційної діяльності, а також її вплив на економічну систему, накопичений значний теоретичний і практичний досвід. Проте у період світової інноваційної паузи практично не розроблені, як в теоретичному так і в практичному плані, рекомендаційні шляхи щодо формування інноваційного потенціалу для майбутнього економічного розвитку. Наявність зазначеної актуальної проблеми обумовила вибір теми дослідження.

Отже, особливо актуальним порушення цього питання є у період сучасної світової фінансово-економічної кризи, яка дарує найкращий час для того, щоб посилити власну конкурентоспроможність. Дослідження західних експертів показують, що ймовірність зміни власної позиції на міжнародній економічній арені вдвічі вищі в період рецесії, ніж у період економічного зростання. Закономірність такої тенденції пояснюється вичерпанням чинників економічного розвитку у високорозвинених країнах. Сучасна економічна криза значною мірою обумовлена саме інноваційною паузою, тобто вичерпанням потенціалу старих технологічних систем, які забезпечували виникнення різного роду інновацій, що, в свою чергу, слугували основними активами економічного розвитку в країнах з постіндустріальною економікою. Перший імпульс, що засвідчив наближення світової економіки до інноваційної паузи, проявив себе ще на початку 2001 р., коли стрімко впали індекси високотехнологічних компаній Nasdaq. Після чого в США вперше за останні роки зменшилась інноваційна активність. Для запуску чергового вектора економічного розвитку на зміну старим технологічним системам мають прийти кардинально нові, які сформуують наступну хвилю НТР. Тобто, сучасна криза слугує механізмом «перезавантаження» світової економіки. І ті країни, які в технологічному плані будуть більш розвиненими, займуть місце лідерів на світовій геоekonomічній карті. Тому вже сьогодні ряд високотехнологічних країн на державному рівні посилюють та корегують політику, в інноваційно-технічному напрямі. Наприклад, Фінляндія у цьому році збільшила фінансування науки на 14%, Японія планує сконцентрувати фінансування на пріоритетних галузях, таких як сфера безпеки, харчування та охорона навколишнього середовища, у Німеччині пропонується фінансувати науково-дослідницьку роботу не всіх університетів, а лише окремі інноваційні проекти [2, с. 2–3]. Таким чином, сучасний етап розвитку національних економік ряду країн асоціюється безпосередньо з активною підтримкою тих сегментів економічної системи, що позитивно впливають на інноваційний розвиток.

Найбільш ґрунтовну та інформативну оцінку стану та чинників, що впливають на інноваційний розвиток тієї чи іншої країни в розрізі ключових факторів, що його визначають, можна простежити за даними Європейського інноваційного табло, яке включає п'ять груп індикаторів: «рушійні сили інновацій», «створення нових знань», «інновації та підприємництво», «індикатори застосування інновацій», «інтелектуальна власність». Для об'єктивної оцінки стану інноваційного розвитку України велике значення має визначення її відносної позиції в рамках країн ЄС за допомогою Європейського інноваційного індексу, Європейського інноваційного табло (ЄІТ). За цим індексом Україна знаходиться в останній за рівнем інноваційності четвертій групі

країни, що рухаються навздогін», зі значенням індексу 0,23. До цієї групи входять: Угорщина — 0,24, Росія — 0,23, Україна — 0,23, Латвія — 0,22, Польща — 0,21, Хорватія, Греція — 0,20, Болгарія — 0,19, Румунія — 0,16, Туреччина — 0,08. Порівняно з іншими країнами ЄС відставання України становить: від «країн-лідерів» — приблизно у 3 рази (Швеція — 0,68), від «країн-послідовників» — у 2 рази (Велика Британія — 0,48), від країн «помірні інноватори» — у 1,6 рази (Норвегія — 0,35).

Низька інноваційна активність в економіці нашої країни зумовила неефективну структуру в промисловості, яка ґрунтується на вагомій частині енергоємних, сировинно орієнтованих галузей при цьому наднизька питома вага галузей, що ґрунтуються на виробництві інноваційної наукоємної продукції.

П'ятий технологічний уклад (що ґрунтується на комп'ютерних та інформаціоналізації суспільства, сучасних галузях електротехнічної промисловості й приладобудування, виробництві високотехнологічних побутових приладів, авіаційній промисловості, медичній, хіміко-формаційній), який у високорозвинених країнах вже вичерпав свій потенціал для економічного зростання, у вітчизняній економіці не перевищує 5%. Таким чином, 95% економіки України ґрунтується на технологіях третього і четвертого укладу. Зростання за рахунок введення нових технологій оцінюється всього у 0,7–1% (для порівняння в країнах Євросоюзу — 60%, Південній Кореї та Японії — 65–67%, США — 78%). Як наслідок, застаріле обладнання, виробничі потужності, що давно вичерпали термін експлуатації, залишають негативний відбиток на екологічній ситуації в країні. Зокрема, у 2010 р. Україна посіла 87 місце в рейтингу за індексом екологічних досягнень EPI (Environmental Performance Index). Він розроблений фахівцями Колумбійського та Єльського університетів (США) для 163 країн і кількісно оцінює їх екологічний стан за 25 критеріями — від якості води й повітря до використання пестицидів і біологічної варіативності [4].

Наступною проблемою інноваційного розвитку вітчизняної економіки є деформована орієнтація інвестицій, що надходять в інноваційну сферу. Наприклад, найбільша частка інвестиційних ресурсів спрямовуються саме в третій та четвертий технологічні уклади, що не дає змоги низькоукладній структурі національної економіки отримувати відповідних мотивів та стимулів для модернізації, а навпаки, консервуючись на рівні інвестицій, інноваційних витрат та фінансування НТР.

Така ситуація зменшує технологічні можливості вітчизняних підприємств не дає змоги із незначними витратами переходити на випуск нових, більш прогресивних видів обладнання. При цьому основні фонди більшості підприємств-виробників відпрацьовано на 60–70%. Без технічного переоснащення вони неспроможні забезпечити внутрішній ринок високоякісною конкурентоспроможною технікою та вийти на зовнішні ринки. Тому не дивно, що темпи оновлення номенклатури вітчизняної техніки в 2–5 разів нижчі, ніж за кордоном. Орієнтація на закупівлю імпортних технологій пригальмовує розвиток, а точніше, зменшує інноваційний потенціал вітчизняної економіки.

Як наслідок, сукупна питома вага видів діяльності, що належать до високотехнологічного і середньо-технологічного рівнів розвитку, менша ніж 13%. Зокрема, частка продукції галузей, які відновлюються до високих технологій — усього 4,6%. Домінуючими у вітчизняному експорті є галузі середніх та низьких технологій — 56,1%. Тобто, країна в цьому плані орієнтується на виробництво традиційної індустріальної продукції. Зокрема, низькоукладна структура вітчизняної економіки сповільнює процес якісного відтворення робочої сили та підвищення її кваліфікації. Частка галузей, які для виробництва продукції залучають низькотехнологічну робочу силу, залишаються домінуючою. Натомість частка галузей, що формують попит на висококваліфіковану робочу силу, має тенденцію до зниження. Таким чином, технологічне середовище в Україні не відповідає сучасним вимогам (застаріле обладнання, недостатній комп'ютерний парк тощо). Адже, як відомо, технологічний розвиток є своєрідним відображенням загального прогресу окремої країни чи регіону, формує нові міжгосподарські зв'язки, змушує «підлаштовувати» під себе певні інституційні відносини, що між ними виникають. Проте застосування інформаційних технологій у процесі виробництва, управління, проектування і післяпродажної підтримки в нашій країні значно нижче, ніж у промислово розвинених країнах. /нац. доп 09. Тобто існує актуальна проблема впровадження технологічних інновацій у вітчизняне виробництво. У провідних країнах світу розроблення та впровадження технологічних інновацій — вирішальний фактор соціального та економічного розвитку. Так, у США приріст душевого національного доходу за рахунок цього фактора становить майже 90%.

Як наслідок, закономірним є той факт, що економіка України не може конкурувати на міжнародному ринку, з кожним роком втрачаючи позиції. Так, за даними індексу конкурентоспроможності 2010–2011 (Global Competitiveness Report), який складається для Всесвітнього економічного форуму в Давосі [5] наша держава посіла 89 місце із 139 країн світу, відстаючи за всіма його показниками (відкритість економіки, роль держави і системи управління в підвищенні ефективності економічного розвитку, фінансове та інституційне середовище, виробнича інфраструктура). Тобто сьогодні Україна перебуває в групі країн-аутсайдерів економічного розвитку. Найбільш конкурентоспроможною вітчизняна економіка була у 2000 р. — це 56 місце, з того часу практично країна рухається по низхідній траєкторії (2005 р. — 68, 2007 р. — 73, 2009 — 82 місце). Попри те, що наша держава є однією з найбагатших країн світу на природні ресурси, однак їх використання в національній економіці є вкрай нераціональним.

Роллю і завданням України в цьому процесі є створення сприятливого середовища та ефективного механізму для запозичення тих інновацій, які слугують економічному зростанню високорозвинених країн. Адже, як зазначає академік РАН В. Полтеровіч, створення нових технологій — це завдання для високорозвинених країн, а для країн, що розвиваються — перспективний підхід із запозичення технологій.

Дослідження країн «економічного дива» демонструють, що всі вони здійснювали модернізацію економіки шляхом запозичення технологій передових країн, при цьому період запозичення був тривалим. Так, Японія здійснила перехід повністю на інноваційну модель розвитку лише в 70-х роках, коли її ВВП на душу населення перевищив позначку майже всіх європейських країн. Практика запозичення чужих технологій існує і в розвинених країнах. Наприклад, у 2005 р. чистими експортерами нових технологій були лише 15 країн із 200, серед яких десять найбільш розвинених. У другій половині ХХ ст. європейські країни були основними імпортерами технологій із США [2, с. 10–11].

Тому нині для України є актуальним дослідження питання щодо формування ефективного «апробаційного» механізму для запозичення та використання іноземних технологій із перспективою створення власних. Адже створити інноваційну економіку та відразу увійти у новий технологічний уклад, при цьому не використавши потенціал старого укладу, практично неможливо.

Отже, за підрахунками провідних експертів, інноваційна пауза, тобто перехід від старого до нового технологічного укладу, у часових межах займе від 3 до 8 років. Саме цей проміжок часу є ключовим для України щодо створенні потенціалу майбутнього економічного розвитку. Тому питання активізації інноваційних процесів у період глобальної фінансово-економічної кризи потребує подальшого дослідження та публічного обговорення.

*В статье исследованы проблемы и перспективы инновационного развития экономики Украины в период финансово-экономического кризиса. Предложено авторское видение активизации инновационной деятельности в период социально-экономической трансформации.*

**Ключевые слова:** кризисная ситуация, экономическое пространство, научно-технический потенциал, состояние деградации, инновационные предприятия.

*In the article investigational problems and prospects of innovative development of economy of Ukraine are in a crisis period. Author vision, activations of innovative activity, is offered in a period socio-economic transformation.*

**Key words:** critical situation, economic area, scientific and technological potential, wallow, innovative corporates.

#### Література

1. Варгатюк А. П. Інноваційний розвиток у промисловому виробництві України: наслідки кризи, сучасний стан і найближчі перспективи // <http://www.economica.ua.com>
2. Миколюк О. Будущее науки // День. — № 166, 18.09. 2009. — С. 2–3
3. Полтерович В. Ловушка отсталости: Россия имеет шансы выйти из нее. // Прямые инвестиции. — № 5 (85), 2009. — С. 10–11.
4. European innovation scoreboard 2008 comparative analysis of innovation performance // Електронний ресурс: [www.proinno-europe.eu](http://www.proinno-europe.eu)
5. Global Competitiveness Report // Електронний ресурс: [www.weforum.org/](http://www.weforum.org/)

УДК 338.241.2

**М. Г. Олієвська,**  
кандидат економічних наук

## НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНІВ КРАЇНИ

У статті розглядаються можливості регіонів конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках. Визначено ключові напрями забезпечення конкурентоспроможності регіонів країни.

**Ключові слова:** регіон, конкурентоспроможність регіону, ключові переваги, ресурси регіону.

В умовах економічних і соціальних перетворень, що здійснюються в Україні, особливого значення і актуальності набуває проблема теоретичного осмислення та практичного вирішення забезпечення конкурентоспроможності України в контексті світової глобалізації.

Засобами підвищення конкурентоспроможності національної економіки такі провідні вчені, як А. Амоша [1], В. Безугла [2], Н. Буняк [3], М. Долішній [4], С. Захарченко, Н. Калюжна [5], Л. Ковальська [6], Л. Шеховцева [9], усе частіше розглядають регіональні фактори, тобто конкурентоспроможність окремо взятого регіону. Усі вони дійшли висновку, що інноваційний шлях розвитку — найоптимальніший для України, а в економіці це означає оновлення спектру товарів на ринку, технологій їх виробництва, постійне зростання економії ресурсів та збільшення продуктивності праці, що неможливо без ефективного використання регіональних ключових переваг.

Водночас неправильне визначення пріоритетів, помилки та недоліки у формуванні регіональної економічної політики є причиною диспропорцій між регіонами, що значно ускладнює подальше впровадження ринкових перетворень і ставить під загрозу можливість подальшого економічного зростання країни.

Оскільки в сучасних умовах конкурентне економічне становище суб'єктів регіональної економіки визначається їх здатністю здійснювати господарську діяльність у ринковому середовищі на умовах самостійності та самофінансування, то їх конкурентоспроможність можна визначити як потенційну можливість займати відповідну нішу на ринку товарів та послуг, що забезпечують суб'єкту ринкових відносин стійке фінансове та економічне становище.

На основі вищесказаного зазначимо, що визначення факторів конкурентоспроможності регіону є каталізатором активізації внутрішнього потенціалу регіону і необхідною умовою забезпечення стратегічно орієнтованого регіонального розвитку.

**Метою публікації** є дослідження комплексу проблем, пов'язаних з інтерпретацією поняття «конкурентоспроможність регіону» і визначення напрямів забезпечення конкурентоспроможності регіонів України.

На сьогодні показовими є дослідження американського економіста М. Портера, який стверджує, що «конкурують не регіони або країни, а окремі компанії, тоді як регіони та країни виступають лише зовнішнім середовищем, яке позитивно (або негативно) впливає на конкурентний статус компаній». У своїх роботах науковець розвиває теорію кластерів, а «джерелом основних конкурентних переваг у глобальній економіці часто виступає місцезнаходження (локалізація) кластера» [8].

Українські науковці конкурентоспроможність регіону розуміють як «здатність кожної регіональної системи до визначення та ефективного використання своїх конкурентних переваг на умовах самостійності та самофінансування і в межах існуючого законодавства, з метою забезпечення сталого зростання показників економічної діяльності в розрахунку на душу населення та раціонального розміщення продуктивних сил» [2].

Відповідно до висновків Європейської Комісії, конкурентоспроможність регіону — це його здатність виробляти такі товари та послуги, які користуються попитом на міжнародних ринках, та водночас забезпечують стабільний і високий рівень прибутків місцевого населення; або (узагальнено) здатність регіону в умовах зовнішньої конкуренції забезпечувати відносно високий рівень прибутків та зайнятості [9].

Очевидно, що в сучасних умовах конкурентні переваги регіонів не обмежуються лише такими факторами, як природні та людські ресурси, тому варто розглядати й інші чинники, які визначають конкурентну позицію.

Наразі важливо зазначити, що правильний вибір стратегічних напрямів підвищення конкурентоспроможності регіонів країни значною мірою визначатиме позитивні тенденції розвитку національної економіки, тобто за рахунок ефективного функціонування кожного регіону на основі створення та реалізації конкурентоспроможних товарів на регіональному ринку можна досягнути підвищення рівня конкурентоспроможності країни у світовій економіці.

Серед численних пропонованих показників конкурентоспроможності регіонів найбільш прийнятним, на наш погляд, є перелік індикаторів, що застосовують до регіонів Європейського Союзу, а саме: 1) економіка (валовий регіональний продукт на душу населення, зайнятість за трьома основними видами економічної діяльності, кількість заявок на європейський патент у перерахунку на 1 млн осіб); 2) ринок праці (рівень і тривалість безробіття, зайнятість населення); 3) демографія (чисельність, щільність, вікова структура населення); 4) освіта (освітній рівень осіб віком 25–59 років) [9].

За даними Головного управління статистики, у Рівненській області [10] визначимо параметри індикаторів конкурентного статусу зазначеного регіону.

**Економічний розвиток.** За підсумками 2010 р. на Рівненщині обсяг випуску промислової продукції перевищив рівень 2009 р. на 29,6%, тоді як по Україні такий приріст становив 11%. Протягом року забезпечено зростання промислового виробництва на підприємствах хімічної промисловості у 2,3 раза, електроенергетики (на 37,6%), металургійного виробництва (44,7%), машинобудування (28,6%), добувної, деревообробної, легкої та харчової промисловості. Проте допущено спад виробництва на підприємствах з виробництва будматеріалів і скловиробів — на 0,1%, у целюлозно-паперовому виробництві — на 3,1%.

Частка прибуткових підприємств у загальній кількості становила 56%.

За 2010 р. усіма категоріями господарств вироблено валової продукції сільськогосподарства на 2% більше рівня 2009 р. За темпами приросту виробництва валової продукції сільськогосподарства за всіма категоріями господарств Рівненська область зайняла 6 місце серед областей України.

Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій, залучених в економіку області, станом на 1 жовтня 2010 становив 306,7 млн дол. США, що на 11,1% більше, ніж станом на цей період у 2009 р.

На підприємствах області продовжується робота з оновлення виробничих потужностей, запровадження інновацій та прогресивних технологій, освоєння нових видів конкурентоспроможної продукції, реалізується комплекс заходів щодо забезпечення сприятливих умов для розвитку малого підприємництва.

Обсяг експорту зовнішньої торгівлі товарами області за січень-листопад 2010 р. становив 350,1 млн дол. США і збільшився порівняно з відповідним періодом 2009 р. на 16,9%, імпорту — 407,9 млн дол. і збільшився в 1,8 раза. Негативне сальдо зовнішньої торгівлі товарами становило 57,8 млн дол.

Зовнішньоторговельні операції область здійснювала з партнерами 104 країн світу. Найбільші обсяги експортних поставок здійснювались до Російської Федерації, Польщі, Білорусі, Німеччини, Туреччини, Італії, Сполучених Штатів Америки, Казахстану, Нідерландів, Угорщини. Найбільші імпортні надходження здійснювались з Російської Федерації, Німеччини, Польщі, Литви, Франції, Білорусі, Нідерландів, Чеської Республіки, Сполучених Штатів Америки.

Основу товарної структури зовнішньої торгівлі області становили механічне та електричне обладнання, продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості, деревина та вироби з деревини, мінеральні продукти, транспортні засоби та шляхове обладнання, вироби з каменю, гіпсу, цементу, кераміки, скла.

**Ринок праці.** Чисельність незайнятих громадян на 1 січня 2011 р. становила 20,8 тис. осіб, зокрема безробітних — 20,2 тис. осіб. Порівняно з 1 січнем 2009 р. кількість незайнятих та безробітних збільшилась на 8,7% та 7,6% відповідно.

За 2010 р. в області працевлаштовано 25,8 тис. безробітних, що на 0,5 тис. осіб або на 2% більше рівня 2009 р. На новостворені робочі місця за 2010 р. працевлаштовано 19,6 тис. незайнятих громадян, а річне завдання обласної програми зайнятості виконано на 147,9%.

Рівень зареєстрованого безробіття на 1 січня 2011 р. становив 2,9%, а навантаження на одне вільне робоче місце в середньому по області становило 25 незайнятих громадян.

Середньомісячна заробітна плата в області в 2010 р. зросла проти рівня 2009 р. на 24,3% (при 20% зростання по Україні) і становила 1960 грн. За темпами приросту заробітної плати Рівненщина посідає 2 місце серед регіонів України.

Найвищий рівень оплати праці у промисловості (2625 грн), зокрема в галузі виробництва та розподілення електроенергії, газу і води (4162 грн) та у фінансовій сфері (2888 грн).

**Демографія.** Чисельність населення Рівненщини станом на 1 грудня 2010 р. становила 1152,7 тис. осіб. З початку року вона збільшилась на 1051 особу. Чисельність населення збільшується виключно за рахунок природного приросту (2111 осіб), який перекидає міграційне скорочення населення (1060 осіб).

**Освіта.** Сьогодні у Рівненській області, як і загалом в Україні здійснюється підготовка фахівців практично без огляду на потреби ринку праці та орієнтуючись лише на платоспроможність населення. Відповідно готують економістів, юристів, лікарів, тоді як народногосподарський комплекс країни має потребу в технологах, механіках, інженерах.

Аналіз головних макроекономічних показників, які відображують результати дослідження економічного розвитку Рівненської області у 2010 р., дає змогу вказати на такі проблемні сфери у вирішенні завдань конкурентоспроможності Рівненщини та інших регіонів України:

1) створення економічних, організаційних та нормативно-правових передумов для реалізації основних принципів сталого розвитку регіонів;

2) здійснення реструктуризації економіки регіонів на основі запровадження інвестиційно-інноваційної моделі з урахуванням особливостей їх потенціалу;

3) модернізація інфраструктури регіонального розвитку для підвищення інвестиційної привабливості регіонів, поліпшення умов запровадження передових інноваційних технологій;

4) розвиток підприємництва, насамперед малого та середнього бізнесу як головного чинника соціально-економічного розвитку регіонів, підвищення зайнятості населення, наповнення місцевих бюджетів;

5) максимальне використання людського потенціалу на основі стабілізації та поліпшення демографічної ситуації, досягнення продуктивної зайнятості населення, розвитку соціальної інфраструктури;

6) вдосконалення системи охорони довкілля та використання природних ресурсів, механізмів та інструментів вироблення та реалізації на регіональному рівні екологічної політики;

7) зміцнення міжрегіональної інтеграції регіонів на основі максимально ефективного використання їх конкурентних переваг.

Для конкретизації цього питання систематизували пріоритетні напрями забезпечення конкурентоспроможності регіонів країни та виокремили інструменти регулювання регіональної економіки (таблиця).

Таблиця 1 — **Напрями забезпечення конкурентоспроможності регіонів країни**

Напрями	Інструменти регулювання	Очікувані результати
1	2	3
<i>Соціальні аспекти</i>		
Людський потенціал	1. Розвиток соціальної інфраструктури; забезпечення високих стандартів навчання, доступ до навчання для працівників протягом їх виробничої діяльності. 2. Адекватне формування вартості робочої сили. 3. Забезпечення зайнятості та соціальної стабільності. 4. Інтенсивне використання інтелектуальних та соціально-комунікативних здібностей креативних працівників	Формування та збереження людського потенціалу

Продовження таблиці

1	2	3
<i>Фінансові аспекти</i>		
Вдосконалення фінансово-бюджетної системи регіону	1. Розвиток фондового ринку, підвищення надійності цінних паперів. 2. Забезпечення прозорості бюджетної стратегії. 3. Горизонтальне бюджетне вирівнювання	Соціально-економічна привабливість регіону та його розвиток. Наповнення місцевих бюджетів
<i>Інституційні аспекти</i>		
Інституціалізація відносин населення, бізнесу й органів влади	1. Максимальна прозорість дій усіх ланок державного апарату. 2. Мінімізація державного регулювання різних сфер життя	Скорочення розмірів тіньового сектору економіки. Децентралізація органів державної влади
Реструктуризація економічної бази регіону	1. Створення умов для диверсифікації виробництва на новій технологічній основі та удосконалення економічної структури виробництв. 2. Забезпечення безперешкодного створення і підвищення безпеки сталого функціонування малих та середніх підприємств	Стійка конкурентоспроможність регіональної економіки
Розвиток науково-технічного потенціалу регіону	1. Використання нової техніки, технологій та інформаційних систем. 2. Використання наукового потенціалу у виробничих процесах. 3. Раціональне використання усіх ресурсів	Підвищення якості, надійності та довговічності продукції, зниження її матеріало- та енергомісткості
<i>Економічні аспекти</i>		
Кластерна організація економіки регіону	1. Внутрішня спеціалізація, стандартизація. 2. Мінімізації витрат на впровадження інновацій	Покращення конкурентного становища та отримання додаткового прибутку від корпоративного синергічного ефекту
Забезпечення рівних умов конкуренції	1. Пільгове кредитування, надання державних гарантій і дотацій, антимонопольне регулювання	«Здорова конкуренція» на регіональних ринках
Маркетингове забезпечення конкурентної політики регіону	1. Врахування особливостей маркетингового середовища конкретного регіону. 2. Створення умов для максимального пристосування регіональної пропозиції (виробництва) до попиту (вимог ринку)	Створення позитивного іміджу регіону. «Відкритість» економіки регіону
Інноваційний розвиток регіону	1. Ефективна інфраструктура і дієва регуляторна політика в інноваційній сфері. 2. Залучення прямих іноземних інвестицій. 3. Створення системи регіональних пільг і гарантій для діяльності підприємницьких, комерційних структур та інвесторів. 4. Забезпечення стабільних джерел венчурного (ризикового) фінансування	Створення регіональної інноваційної системи. Підвищення інвестиційної привабливості регіону. Інвестиційно-інноваційна модель розвитку регіону
Запровадження сучасних форм управління бізнесом	1. Раціональне використання людських, виробничих та банківських ресурсів. 2. Використання передових методів організації виробництва, логістики та коопераційних зв'язків	Створення передумов для конкуренції. Зниження технологічної залежності регіону
Міжрегіональна інтеграція, тобто орієнтація підприємств на ринки інших регіонів і кооперація з ними	1. Вільний рух товарів, капіталів, робочої сили. 2. Розвиток виробничої, ринкової, рекреаційної інфраструктури. 3. Співробітництво між регіонами в економічній сфері, галузі охорони здоров'я, у сфері науки, освіти і культури. 4. Обмін досвідом між регіонами	Зміцнення економічного потенціалу регіонів, забезпечення їх конкурентоспроможності на внутрішніх і міжнародних ринках товарів та інвестицій

Складено автором [1–9].



**Висновки.** Насамкінець доречно зазначити, що конкурентоспроможність є категорією, по-перше, багаторівневою (стосується світу, країни, регіонів, підприємств, окремих товарів), по-друге, багатоаспектною (поєднує фактори, інституції). Визначається конкурентоспроможність з урахуванням ефективності використання природних, людських та фінансових ресурсів.

Подальші успіхи у забезпеченні конкурентоспроможності України загалом та регіонів зокрема залежатимуть від розв'язання таких ключових питань:

На регіональному рівні необхідно виокремити пріоритетні галузі економіки; дослідити вплив виробничого, торговельного, людського, інвестиційного та інноваційного капіталу на рівень розвитку території; розробити напрями структурної перебудови господарського комплексу та шляхи соціальних перетворень.

На державному рівні має бути визначено місце кожного регіону в національній економіці та проведено ранжування регіонів за рівнем конкурентоспроможності, а відповідно до цього розроблено стратегічні програми соціально-економічного розвитку регіонів.

Таким чином, стабільний розвиток регіональної економіки в умовах ринку стає реальним за наявності надійних конкурентних позицій, тобто соціально-економічного, науково-технічного та кадрового потенціалу, поглиблене вивчення яких може бути предметом подальших наукових досліджень.

*В статье рассматриваются возможности регионов конкурировать на внутреннем и внешнем рынках. Определены ключевые направления обеспечения конкурентоспособности регионов страны.*

**Ключевые слова:** регион, конкурентоспособность региона, ключевые преимущества, ресурсы региона.

*Possibilities of regions to compete on internal and external markets are examined in the article. Certainly key trends of providing of competitiveness of regions of country.*

**Key words:** region, competitiveness of region, key advantages, resources of region.

#### Література

1. Амоша А. Регионы Украины: оценка конкурентоспособности / [А. Амоша, М. Дубнина, С. Качура и др.] // Экономист. — 2005. — № 12. — С. 62–74.
2. Безугла В. Сучасні аспекти формування регіональної конкурентоспроможності. Монографія / В. О. Безугла, Л. П. Шаповал, К. О. Латишев // Кременчук: Видавництво ПП «КРЕМ-ПАК», 2010. — 285 с.
3. Буняк Н. М. Маркетингова концепція управління розвитком регіонів // Економічні науки. Серія «Регіональна економіка». Збірник наукових праць. Луцький державний технічний університет. Випуск 2(5). — Луцьк. — 2005. — С. 190–197.
4. Долішній М. І. Стратегічні фактори глобальної конкуренції і механізми забезпечення конкурентоспроможності регіонів / М. І. Долішній, П. Ю. Бєленький, Н. І. Гомельська // Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики: монографія. — Х. : ІНЖЕК, 2006. — С. 9–31.
5. Калюжнова Н. Конкурентоспособность регионов: теория и методология анализа в контексте современного экономического развития: дис. .... д-ра экон. наук: 08.00.01, 08.00.05 / МОН РФ. Иркутск. гос. ун-т. — Иркутск, 2004. — 495 с.
6. Ковальська Л. Оцінка конкурентоспроможності регіону та механізми її підвищення: Монографія / Л. Ковальська. — Луцьк: Надстир'я. — 2007. — 419 с.
7. Конкурентоспроможність регіонів України (методологія і практика) / [Чернюк Л. Г., Клиновий Д. В., Швець П. А. та ін.]; за наук. ред. Л. Г. Чернюк. — К.: РВПС України НАН України, 2010. — 108 с.
8. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. / М. Э. Портер // М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — С. 179.
9. Шеховцева Л. Конкурентоспособность региона: факторы и методы создания / Л. Шеховцева // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — № 4. — С. 11–16.
10. <http://oblrada.rv.ua>

УДК 332.1

**С. М. Якобчук,**  
викладач

## АНАЛІЗ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНУ

*Розглядаються конститутивні фактори, які відіграють важливу роль у посиленні конкурентних позицій території і є емпіричною основою аналізу конкурентоспроможності регіону. Класифікуються фактори й рушійні сили конкурентоспроможності регіонів. Як приклад розглянуто конкурентні позиції Рівненської області порівняно з регіонами Західної України.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, регіон, фактори, географічне положення, виробничий потенціал, інфраструктура, людський капітал.

**Відновлення інтересу** до питань оцінки конкурентоспроможності регіону пов'язане з широким розповсюдженням в останні роки стратегічного підходу в територіальному плануванні. Головна мета стратегій регіонів полягає у створенні стійких джерел і механізмів формування конкурентних переваг території. Природно, що це завдання вирішується на основі вивчення поточного стану та оцінки конкурентоспроможності регіону.

**Пошук шляхів** забезпечення та підвищення конкурентоспроможності регіонів різного рівня розглянуто у роботах вітчизняних фахівців: Б. І. Адамова, В. М. Василенка, В. М. Гейця, М. І. Долішнього, Б. Т. Кліяненка, В. В. Максимова, Т. С. Максимової, В. К. Мамутова, С. В. Мочерного, Л. А. Савельєва, Т. В. Уманець, М. Г. Чумаченка та ін. Серед іноземних спеціалістів, які займаються вирішенням теоретичних і прикладних проблем регіональної конкурентоспроможності, можна виокремити О. Г. Гранберга, С. В. Казанцева, В. М. Лексіна, П. А. Минакіра, Р. І. Шніпера, О. С. Пчелінцева, М. Е. Портера, О. М. Швецова, С. А. Суспіцина, К. В. Павлова та ін.

**Метою статті** є узагальнення та аналіз факторів регіональної конкурентоспроможності, їх взаємозв'язків та взаємовпливів, визначити найвпливовіші з них, що можуть бути покладені в основу моделі підвищення конкурентоспроможності сучасного регіону.

**Регіональна конкурентоспроможність** обговорюється і використовується в контексті макrorівня. Конкурентоспроможність у мікроекономічному контексті, або конкурентоспроможність фірми, припускає здатність залишатися на ринку і приносити прибуток. Конкурентоспроможність регіону означає стійке зростання рівня життя населення, розширення можливостей для зайнятості й здатність виконувати свої зобов'язання на внутрішньому і зовнішньому ринках. Очевидно, що конкурентоспроможність регіону має істотні відмінності від конкурентоспроможності фірми: по-перше, регіон продовжує існувати, навіть якщо він не є конкурентоспроможним; по-друге, одна з характеристик регіональної конкурентоспроможності — зростання зайнятості, що часто суперечить вимогам конкурентоспроможності фірми; по-третє, позитивні зовнішні ефекти, які генерує регіон, що динамічно розвивається, створюють умови для розвитку сусідніх територій, в результаті успіх одного регіону не означає втрати для іншого.

Крім того, конкурентоспроможність компаній, розташованих на одній території, визначається загальними регіональними умовами, які не є постійними і заданими, але мають коректуватися з метою створення і посилення конкурентних переваг цих компаній.

Ключовою характеристикою регіональної конкурентоспроможності є те, що вона визначається результатами, найважливіший з яких — зростання добробуту, який має асоціюватися не лише з підвищенням рівня життя, зростанням реальних доходів, а й зі стійкістю цієї динаміки, підвищенням якості соціального середовища та екологічного становища. Вимога стійкості зростання та створення сприятливого соціального середовища означає, що конкурентоспроможність не повинна бути короткостроковим феноменом, і такі форми міжрегіональної конкуренції, як регіональ-

ний протекціонізм і регіональний податковий демпінг, є недоцільними і нерозумними. Захист місцевих виробників консервує виробничий апарат регіональної економіки, знижує стимули до реструктуризації і зростання ефективності. Така політика не здатна давати позитивні результати у довгостроковій перспективі, не кажучи вже про те, що вона створює ґрунт для зловживання владою.

Іноді конкурентоспроможність регіону пов'язується насамперед з географічним положенням і наявністю ресурсів, які визначають спеціалізацію території та структуру виробництва. Однак у сучасних умовах все більшого значення в глобальній конкуренції набувають не лише вироблена продукція, а й створювані в регіоні умови, які визначають привабливість території. Якщо раніше основним фактором успіху були масове виробництво і зростання його ефективності в результаті розширення, то нині все більш важливу роль відіграють інновації і здатність до гнучкості виробничих одиниць. Трансформація виробничих моделей змінює і вимоги до розміщення виробництв. На зміну класичним порівняльним перевагам, таким як низька собівартість факторів виробництва і мінімізація транспортних витрат, приходять створення соціально-економічних умов, що дають змогу розвивати інноваційний потенціал, і ці умови значною мірою визначаються регіональною політикою. Ключовими характеристиками регіонального середовища, з точки зору інноваційного розвитку, є здатність до оволодіння виробничими процесами, технологічними змінами та еволюцією ринку, система культурних цінностей, накопичений суспільний капітал, створений виробничий, науковий, інфраструктурний потенціал. Таким чином, трансформація економічної моделі збільшує вимоги до регіонального середовища, розширюючи систему детермінант регіональної конкурентоспроможності та збільшуючи вагу політичних кроків і рішень [6].

У дослідженнях, присвячених проблемі регіональної конкурентоспроможності, виокремлюють та аналізують такі чинники й рушійні сили конкурентоспроможності регіонів [5]:

- загальна макроекономічна збалансованість;
- ресурсна забезпеченість регіону;
- географічне положення територій;
- структура виробничого потенціалу;
- структура інвестицій та інвестиційна привабливість території;
- людський капітал;
- рівень розвитку і якість інститутів;
- регіональні мережі та регіональні інноваційні системи.

Розглянувши та оцінивши виокремлені фактори і конкурентні позиції Рівненської області порівняно з сусідніми регіонами Західної України, можна зробити висновки про те, що Рівненська область під час кризи зберігала середні темпи зростання економіки. Темпи зростання ВВП за 2010 р. становили 102%, індекс промислового виробництва за той же період — 129,6% [2]. Порівняно з іншими регіонами, область входила в першу п'ятірку за темпами зростання промислового виробництва і мала середній рейтинг за багатьма іншими узагальнювальними показниками економічного розвитку.

Таким чином, Рівненська область в останні роки демонструвала середню динамічність розвитку і за темпами економічного зростання випереджала сусідні території, але відставання від розвинених територій в окрузі за середнім рівнем продуктивності праці не було подолано. Покращення позицій області в умовах кризи й успішний вихід з нього багато в чому залежатимуть від грамотних політичних рішень і від збалансованості державних регулюючих механізмів усіх рівнів: національного та міжрегіонального.

Рівненська область має значні ресурси підземних, промислових і мінеральних вод. У розрахунку на людину цей показник у 2,5 рази перевищує середній показник по Україні. Крім того, надра Рівненщини перспективні на відкриття родовищ фосфоритів, самородної міді та алмазів. Попередні результати пошукових робіт свідчать про можливість виявлення в межах Рафалівського рудного вузла неглибоко залягаючих промислових покладів міді високої чистоти з домішками золота, срібла і платиноідів.

В області налічується близько 600 родовищ різних корисних копалин, зокрема 2 родовища цементної сировини, 4 — фарфоро-фаянсової і скляної, 4 — облицю-

вально-декоративного каміння, 22 — каміння будівельного, значна кількість родовищ цегельно-черепичної сировини, торфу, піску тощо.

З надр Рівненщини видобувається третина фарфоро-фаянсової сировини України та 100% базальтової сировини, придатної для виготовлення високоефективних теплозвукоізоляційних виробів, продукції технічного призначення. Область — єдина в Україні має розвідані родовища бурштину [4, с. 1].

Отже, ресурсний потенціал конкурентної спроможності Рівненської області можна назвати середнім, який сприяє стійким конкурентним позиціям регіону.

Рівненська область розташована в північно-західній частині України. Вона межує з Житомирською, Хмельницькою, Тернопільською, Львівською і Волинською областями України та Брестською і Гомельською областями Білорусі. Область має вигідне географічне положення і розвинуту транспортну мережу. Через неї проходять магістралі Київ — Варшава, Київ — Брест, Київ — Чоп, Устилуг — Рівне, Городище — Старокостянтинів. Великі вузлові станції міст Рівне, Здолбунів, Сарни обслуговують численні залізничні магістралі, що перетинають територію області.

Інші виокремлені географічні чинники не є складовими елементами конкурентоспроможності Рівненської області. Хоча низку регіонів Західної України можна віднести до благополучних і відрізняються доброю динамікою розвитку, сусідство з ними не створює відчутних позитивних ефектів для Рівненської області. Значною мірою це обумовлено слабкістю інститутів міжрегіональної взаємодії і кооперації в регіоні, що не дає змоги координувати плани розвитку територій, використовувати колективні суспільні блага і реалізовувати економію від масштабів. Незважаючи на те що область межує з Білоруссю, через особливості розміщення виробництва в цій країні активне прикордонне співробітництво утруднене.

Слід зазначити негативну тенденцію оновлення основних фондів у Рівненській області, тому ступінь зносу основних фондів у регіоні залишається вище середнього рівня. При цьому частка повністю зношених фондів у області — одна з найвищих у Західній Україні. Безсумнівно, що застарілий виробничий потенціал погіршує конкурентні позиції території, створюючи підвищений попит на інвестиції, який особливо проблематично задовольняти в кризових умовах.

Рівень активності та динаміка інвестиційних процесів на території Рівненської області відповідали низьким показникам по Західній Україні, поступаючись показникам сусідніх регіонів. Зміщеність структури інвестицій на користь бюджетних джерел порівняно з розвиненими сусідами доповнює висновок про меншу інвестиційну ініціативу в бізнес-середовищі Рівненської області.

Обсяг експорту зовнішньої торгівлі товарами області за 2010 р. становив 396,6 млн дол. США і збільшився порівняно з 2009 р. на 23%, імпорту — 438,1 млн дол. і збільшився в 1,7 раза. Зовнішньоторговельні операції з товарами область здійснювала з партнерами 105 країн світу. Найбільші обсяги експортних поставок здійснювались до Російської Федерації, Польщі, Білорусі, Туреччини, Німеччини, Італії, Сполучених Штатів Америки, Кенії, Казахстану, Нідерландів. Найбільші імпортні надходження здійснювались з Російської Федерації, Німеччини, Польщі, Литви, Франції, Білорусі, Нідерландів, Чеської Республіки. Основу товарної структури зовнішньої торгівлі області становили механічне та електричне обладнання, продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості, деревина та вироби з неї, мінеральні продукти, транспортні засоби та шляхове обладнання, вироби з каменю, гіпсу, цементу, кераміки, скла [1].

Рівненщина є однією з трьох областей України, кількість населення яких порівняно з переписом 1989 р. не зменшилася. На території області проживає 1 млн 173,3 тис. громадян. Особи працездатного віку становлять понад 54% усього населення області. Негативними тенденціями демографічної ситуації в області є зменшення частки дітей у загальній структурі населення та збільшення кількості старіших громадян. Такі особливості вікового складу населення не можна назвати перевагою, оскільки вони створюють підвищене соціальне навантаження в регіоні з-за більш високих темпів старіння населення, яке до того ж схильне до зниження економічної активності та ініціативи.

Міграційне скорочення населення у 2010 р. порівняно з 2009 р. зменшилось з — 1467 до — 1175 осіб. Серед прибулих в область 97,0% становили мігранти з інших регіонів України. Серед вибулих з області 96,4% виїхали до інших регіонів України,

3,6% — до інших країн. Від'ємне сальдо зовнішньої міграції зафіксовано як у міських поселеннях, так і у сільській місцевості [3].

Розвинута сфера освіти в Рівненській області не забезпечила більш високий рівень працюючому населенню території. Очевидно, закріплення випускників вузів не відбувається, що може бути пов'язано з відставанням області у забезпеченні житлом і слабкими заохочувальними механізмами, спрямованими на молодих фахівців.

Соціальна структура населення певною мірою може бути оцінена на підставі співвідношення дохідних груп. У цьому плані Рівненська область теж не виділяється в кращий бік: частка середнього класу і заможних людей, які більше наділені як фінансовими, так і інтелектуальними ресурсами розвитку, тут істотно нижча, ніж у сусідніх регіонах, які виступають конкурентами.

Існує досить багато досліджень, в яких доводиться наявність залежності між конкурентоспроможністю території і якістю інститутів. Інститути визначають норми і правила поведінки економічних агентів, задаючи їм координати і формуючи систему стимулів. Динаміка економічного розвитку, якість економічного зростання, зокрема його технологічні характеристики, визначаються рівнем розвитку і збалансованістю всієї системи інститутів — як формальних, так і неформальних: політичних, економічних і соціальних. Нині цей ресурс майже не використовується в Україні. Рівень централізації державної влади сьогодні в країні досяг практично межі. Регіони позбавлені можливостей регіонального експериментування, яке б істотно змінило локальне інституціональне середовище. У зв'язку з цим не можна виділити помітні інституційні інновації в регіонах Західної України, які відрізняли б їх один від одного.

Таким чином, конкурентними перевагами Рівненської області порівняно з іншими регіонами Західної України є розвинена і різнобічна інфраструктура транспорту і зв'язку, високий рівень розвитку сфери послуг і поєднання розвинених освітнього, наукового та інноваційного потенціалів. Показники, за якими область поступається сусідам, містять ресурсну забезпеченість, стан основних фондів при відставанні динаміки інвестиційних процесів, житловий фонд, ряд елементів соціальної та екологічної інфраструктури.

Знак інтегральної характеристики регіональної конкурентоспроможності завжди залежить від конкретних макроекономічних умов. Фактори регіональної конкурентоспроможності представляють собою набір умов та показників розвитку, і їх поєднання формує конкурентні позиції території в мінливій глобальній системі. Поряд із зумовленими чинниками, такими як географічне положення та забезпеченість природними ресурсами, які продовжують відігравати важливу роль у формуванні конкурентних позицій регіону, все більше значення мають такі складові успіху, які є результатом спільних зусиль регіональних влад, бізнесу та громадських організацій. Саме ці інститути та успішність їх співробітництва можуть забезпечити потрібну якість таких складових конкурентних позицій, як інституційне середовище, людський і суспільний капітал, внутрішня інтеграція регіонального простору.

Слід розуміти, що динамічність сучасного розвитку і мінливість кон'юнктури внутрішнього і зовнішнього ринків роблять конкурентні переваги недовговічними. Тому інструментом конкурентної боротьби регіональної влади має бути постійна робота щодо посилення існуючих, виявлення і творення нових конкурентних переваг території зі створення комплексу умов для соціального та економічного розвитку.

*Рассматриваются конститутивные факторы, играющие значительную роль в усилении конкурентных позиций территории, которые и являются эмпирической основой анализа конкурентоспособности региона. Классифицируются факторы и движущие силы конкурентоспособности регионов. В качестве примера рассмотрены конкурентные позиции Ровенской области в сравнении с регионами Западной Украины.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, регион, факторы, географическое положение, производственный потенциал, инфраструктура, человеческий капитал.

*Considered constitutive factors that play a key role in strengthening the competitive position of the area and is the basis for empirical analysis of regional competitiveness.*

*Classified the factors and driving forces of regional competitiveness. As an example, the competitive position of Rivne region compared with regions of Western Ukraine.*

**Key words:** competitiveness, region, Factors, heohrafycheskoe Regulation, capacity of the proyzvodstvennyy, ynfrastruktura, chelovecheskyy capital.

#### Література

1. Соціально-економічне становище Рівненської області за 2010 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.rv.ukrstat.gov.ua/>.
2. Соціально-економічне становище України за 2010 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Підсумки економічного та соціального розвитку Рівненської області за 2010 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.rv.gov.ua/siteweb/data/upload/photo/EK10.doc>.
4. Природні ресурси Рівненської області [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.allukraine.net/zahidna-ukrajina/>.
5. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року. [Текст]: Постанова Кабінету Міністрів України від 21 липня 2006 р.
6. Про стимулювання розвитку регіонів [Текст]: Закон України від 8 вересня 2005 р. № 2850-IV // «Урядовий кур'єр». — 12 жовтня 2005 р. — № 1. — С. 16–18.

УДК. 338.16

**Ю. П. Беднарчук,**  
старший викладач

## ВПЛИВ ЕКОЛОГІЧНИХ ФАКТОРІВ НА ЕКОНОМІКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

*Досліджено напрями інтеграції екологічної, економічної та соціальної складової в малому бізнесі. Розглянуто заходи економічного регулювання і стримування підприємств у сфері малого бізнесу з погляду впровадження систем екологічного управління.*

**Ключові слова:** екологія, економіка, малий бізнес, екологізація, екологічний менеджмент, навколишнє середовище.

**Історичні долі цивілізації** безпосередньо залежать від того, які взаємовідносини людини і природи. До недавнього часу ставлення суспільства до довкілля мало споживчий характер. Природа цікавила людину насамперед як джерело ресурсів для підтримання виробництва і споживання. Настав час переходу до іншої культури, багато в чому протилежної, яка орієнтується не лише на споживання природних ресурсів, а й на підтримання навколишньої природи в стані, придатному для життя сучасних і майбутніх поколінь.

Деградаційні процеси в довкіллі негативно впливають на стан здоров'я населення та ефективність суспільного виробництва, зокрема, середньорічні втрати ВВП унаслідок погіршення екологічних умов становлять 10–15%.

Динамізм науково-технічного прогресу та процеси глобалізації кардинально змінюють доміанти розвитку людства за умов зростаючої стурбованості світової громадськості екологічними проблемами [5, с. 13].

Екологізація економіки є цілеспрямованим процесом перетворення економіки, пов'язаним зі зниженням інтегрального екодеструктивного впливу процесів виробництва та споживання товарів і послуг.

**Метою дослідження** є виявлення проблем у сфері екологічного управління та пошук конкретних шляхів удосконалення в існуючих управлінських структурах малого бізнесу.

Малі підприємства — це невелика господарська одиниця, що займає відносно малу нішу на ринку, керована своїм власником на гранично персоніфікованому рівні.

До останнього часу основний акцент у регулюванні природокористування здійснювався на великій промисловій підприємстві як основні джерела забруднення. Водночас як за кількістю підприємств, за рівня працюючих та обсягу виробництва продукції на даному сегменті ринку ці підприємства також потребують аналізу з погляду їх впливу на навколишнє середовище, використання природних та інших ресурсів, впровадження систем екологічного управління.

Актуальність питань екологізації підприємництва знайшла своє відображення в наукових працях відомих вчених О. Веклич, Б. Данилишина, Р. Дяківа, Л. Мельника, Ю. Саталкіна, І. Синякевича, В. Шевчука при висвітленні питань екологічної економіки та економіки природокористування.

Відаючи належне різнобічним фундаментальним і прикладним працям вчених і дослідників, слід відзначити нагальну необхідність аналізу проблем розвитку еколого-економічних відносин з позиції малого бізнесу.

Особливої уваги потребують питання удосконалення мотиваційно-стимулюючого, соціально-захисного механізмів забезпечення екологізації підприємництва з урахуванням економіко-культурних, інноваційно-інвестиційних пріоритетів економічного розвитку. Тому активізація процесів екологізації підприємництва є надзвичайно актуальною і важливою, що засвідчує об'єктивну необхідність поглибленого дослідження цієї проблематики з метою обґрунтування рекомендацій щодо їх реалізації в практичній діяльності.

Сучасна екологічна політика стає більш економічно обґрунтованою, оскільки якість навколишнього середовища є важливим споживчим благом, тому екологічні

блага можуть і повинні зіставлятися з економічними. Тобто під час дослідження питань екологізації основна увага приділяється розробленню механізму забезпечення прав громадян на здорове і сприятливе навколишнє середовище. Вирішення багатьох екологічних проблем неможливе без зміни механізму економічного розвитку, який у сучасних умовах суперечить потребам захисту навколишнього середовища.

Аналіз української та зарубіжної господарської практики свідчить, що екологічні фактори здійснюють усе більш помітний вплив на цілі підприємницької діяльності (таблиця), тим самим охорона навколишнього середовища розглядається як важлива економічна одиниця.

Таблиця — **Взаємозв'язок між охороною навколишнього середовища і підприємницькою діяльністю, % [1].**

Вплив охорони навколишнього середовища на цілі підприємства	Посилює	Нейтралізує	Перешкоджає
Розвиток підприємства	60	34	6
Незалежність підприємця	26	69	5
Мотивація співробітників	72	25	3
Припинення діяльності	16	52	32
Посилення конкурентоспроможності	52	32	16
Зростання виробництва	46	53	1
Розширення частки підприємства на ринку	58	41	1
Збільшення обороту	44	55	1
Підвищення якості продукції	58	41	1
Збільшення прибутку	28	67	5
Орієнтація на споживача та на ринок	67	36	1
Покращення думки суспільства	87	13	0
Посилення позицій на ринку	51	47	2

Як видно з даних таблиці, діяльність з охорони навколишнього середовища сприяє бізнесу і приносить прибуток — від продажу продукції, що не завдає шкоди навколишньому середовищу, до створення більш чистих засобів виробництва.

Зростаючий попит на очисне обладнання залучає до його виробництва не лише численні дрібні компанії, а й великі промислові корпорації. Зростає кількість фірм, що спеціалізуються на консультативному обслуговуванні з питань екології, зокрема компаній з утилізації відходів [3, с. 34].

Виробництво такої продукції вважається дуже прибутковим, до того ж компанії тим самим створюють собі рекламу і сприятливий імідж на ринку.

Посилення попиту на екологічно чисті продукти — тобто товари, що зумовлюють відносно менші навантаження на навколишнє середовище, дає позитивні ефекти різнопланового характеру на користь охорони навколишнього середовища. За рахунок застосування нешкідливих для навколишнього середовища продуктів можна зменшити навантаження за одночасного зниження наступних витрат на попередження та ліквідацію шкоди для навколишнього середовища.

Тим самим для виробників з'являється стимул для посиленого проведення НДДКР і маркетингу в секторі екологічно сприятливих продуктів. При цьому зростає роль органів влади і державного управління з метою формування та стимулювання попиту на споживчому ринку на екологічно нешкідливі продукти. Така можливість існує за рахунок проведення екологічної політики, заснованої на посиленні державних закупівель, що враховують вимоги охорони навколишнього середовища [3, с. 35]. Очевидно також, вступ України до ЄС визначив виконання вимог, встановлених для держав-членів ЄС, зокрема — у сфері навколишнього середовища.

Останнім часом проблеми розроблення і впровадження системи екоменеджменту на споживчому ринку широко досліджуються за кордоном. Ця проблема тісно пов'язана з реалізацією стратегії екологічно орієнтованого менеджменту та еколо-



гічного підприємництва як одного з найважливіших напрямів екологічної модернізації ЄС.

Такому розумінню проблеми сприяв: розвиток екологічного законодавства і посилення впливу екологічного права; зростання ролі на ринку екологічних якостей і характеристик товарів та продуктів як передумова їх виробництва і реалізації; посилення морального тиску суспільства на підприємців щодо дотримання екологічних інтересів населення.

Етапи розвитку екологічного менеджменту за кордоном охоплюють період: від упровадження в практику підприємництва принципу «витрати-вигоди» наприкінці 60-х років минулого століття до прийняття в 1993 р. основоположних документів ЄС з екологічного менеджменту. Як «погляд вперед» обґрунтовується необхідність відображення зовнішніх екологічних витрат з витратами підприємства, викладаються методи та підходи до оцінки збитку від забруднення навколишнього середовища [2, с. 155].

Значний інтерес, на наш погляд, представляє аналіз категорій нематеріальної вигоди захисту навколишнього середовища. Останні, наприклад, охоплюють психологічні аспекти наслідків забруднення, тобто ті аспекти зниження рівня добробуту, що пов'язані з поняттями «вартості вибору», «вартості спадщини» і «вартості існування», які виходять за межі суто споживчих економічних втрат вартості навколишнього середовища.

Особливе місце за кордоном приділяється питанням мотивації працівників щодо охорони навколишнього середовища і вироблення відповідних рекомендацій. Як показують експертні оцінки, охорона навколишнього середовища істотно впливає на цілі підприємства, зокрема, екологічна мотивація співробітників на 75% підсилює результати підприємницької діяльності. Питання управління персоналом не безпосередньо, але пов'язані з екологічною перепідготовкою та підвищенням кваліфікації фахівців на всіх рівнях управління.

За оцінками Німецького агентства з питань навколишнього середовища (Umweltbundesamt), у сфері екологічної професійної підготовки та підвищення кваліфікації фахівців нині склалися такі сфери професійних екологічних інтересів за ступенем їх пріоритетності для учнів [6, с. 226]: 1) переробка відходів; 2) екологічне право; 3) водне господарство, очищення стоків; 4) охорона атмосфери; 5) охорона ґрунтів; 6) боротьба з шумом; 7) енергозбереження; 8) охорона дикої природи (догляд за ландшафтом); 9) питання охорони навколишнього середовища на підприємстві; 10) регіональне екологічне планування (екологічні програми).

Значне місце в зарубіжній теорії економіки природокористування приділене охороні навколишнього середовища як фактору витрат, детально аналізується склад і напрями витрат на охорону навколишнього середовища на підприємстві.

Практичний інтерес представляє включення до цього переліку так званих додаткових, непрямих витрат. Сюди належать витрати зі зміни екологічного іміджу підприємця (напри-заходів, рекламні кампанії), витрати щодо компенсації шкоди здоров'ю населення в результаті тих чи інших впливів на стан навколишнього середовища, витрати на компенсацію втрат (упущеної вигоди) в результаті неповного завантаження обладнання, зниження обсягів виробництва з екологічних міркувань, а також витрати на проведення аналізу екологічного ризику і керування ризиком тощо.

При цьому класифікація складових екологічного ризику пов'язується з відповідними екологічними витратами з метою розроблення адекватної стратегії щодо його попередження. Як елемент екологічного менеджменту розглядається впровадження стратегії «зниження потенціалу витрат» на основі принципу запобігання, заснованого на використанні інтегрованих природоохоронних технологій.

Фінансовою підтримкою щодо здійснення цього напрямку екоменеджменту є кредитні програми різного рівня, наприклад, з демонстраційних проектів екологічної спрямованості, поліпшення мотивації співробітників («Моя фірма є активною в галузях охорони навколишнього середовища») та формування позитивного іміджу в клієнтів і громадськості, а також створення нових продуктів з поліпшеними екологічними параметрами [4, с. 78]. Практичний інтерес представляє зарубіжний досвід екологічного менеджменту, пов'язаний з розвитком екологічного бізнесу, коли природоохоронна діяльність може приносити додатковий дохід. Так, німецький

ринку екологічних товарів і послуг представляє сьогодні понад 4000 підприємств з річним оборотом 15 млрд євро [7, с. 190]. У зв'язку з цим важливу роль відіграє екологічна свідомість населення як фактор, що впливає на поведінку покупця на ринку.

Ці дослідження показують шляхи практичної реалізації екологічного менеджменту та його стратегію на ринку, можливості підприємств з посилення свого потенціалу та економічних позицій у разі ефективного використання екологічного маркетингу і менеджменту, а також методи та інструменти еколого-економічної оцінки природоохоронних заходів [2, с. 158].

Відсутність в Україні на сьогодні затверджених правових та нормативних матеріалів, що регулюють відношення у сфері екологічного бізнесу та екологічного менеджменту, стримує його розвиток і практичне застосування, а також перешкоджає проведенню узгоджених міжнародних процедур у цій сфері. З досвіду діяльності з організації бізнесу, наприклад у харчовій промисловості, можна стверджувати, що екологічні фактори, зокрема якість сировини, що постачається, ступінь використання харчових добавок, наявність системи управління відходами, енерго- і водозбереження, схеми екологічного менеджменту сприяють посиленню конкурентоспроможності фірми і збільшенню обсягу продажів.

Таким чином, малий бізнес у ринковій економіці дедалі більшою мірою визначає темпи економічного зростання і структуру валового національного продукту. Це зумовлює необхідність аналізу цього сегмента ринку як з погляду впливу малих підприємств на стан навколишнього середовища та використання природних ресурсів, так і з урахуванням упровадження кількості робочих місць в економіку малого бізнесу.

На основі аналізу та узагальнення наявного досвіду визначено економічні вигоди підприємства, які можуть бути отримані за рахунок впровадження системи екологічного управління, зокрема — за рахунок поліпшення маркетингу, стабілізації виробництва та зростання конкурентоспроможності фірми, зменшення внутрішніх витрат та економії первинних ресурсів, енергії, а також поєднання витрат на охорону навколишнього середовища з економічною вигодою.

Як відомо, розвиток екологічної економіки ґрунтується на поєднанні ринкових інструментів та заходів державного регулювання в сфері природокористування та охорони навколишнього середовища. Понад десятирічний досвід розвитку екологічної політики в Україні показав, що орієнтація переважно здійснюється на економічні, ринкові методи (платежі за природокористування, компенсація збитку навколишнього середовища тощо), в перспективі на їх саморегулюючий характер, що має забезпечити розвиток і підтримку необхідної системи екологічної регламентації господарської діяльності (ліцензування, екологічна експертиза, екологічний контроль, стандартизація, нормування, екологічна сертифікація тощо).

Таким чином, оцінка екологічної ефективності виробництва дає змогу ідентифікувати екологічні аспекти господарської та оцінити, які з них є для неї найважливішими, створити відповідні критерії екологічної ефективності з урахуванням специфіки даного об'єкта, а також оцінити відповідність своєї екологічної ефективності цим критеріям.

*Исследованы направления интеграции экологической, экономической и социальной составляющей в малом бизнесе. Рассмотрены меры экономического регулирования и сдерживания предприятий в сфере малого бизнеса с точки зрения внедрения систем экологического управления.*

**Ключевые слова:** экология, экономика, малый бизнес, экологизация, экологический менеджмент, окружающую среду.

*Research to integrate environmental, economic and social component in small business. The measures of economic regulation and containment of enterprises in the field of small business in terms of implementing environmental management.*

**Key words:** ecology, economy, small business, ecology, environmental management, environment.

### Література

1. *Бобошко В. И.* Принципы экологического управления в экономике малого бизнеса: [монография] / В. И. Бобошко — М.: РЭФИА, НИИ. Природа, 2002. — 192 с.
2. *Герасимчук З. В.* Трансформація інституціонального механізму природокористування в умовах глобалізації: екологічні імперативи та системні суперечності / З. В. Герасимчук, І. М. Вахович, В. А. Голян // Луцький держ. технічний ун-т. — Луцьк : Надстир'я, 2006. — 226 с.
3. *Лазаренко Л. В.* Вплив екологічних факторів на економічний розвиток країни / Ред.: М. Ф. Головатий та ін. // Наукові праці МАУП. — 2003. — № 7. — С. 34–35.
4. *Мельник Л. Г.* Екологічна економіка / Л. Г. Мельник. — [3-тє вид., випр. і допов.]. — Суми : ВТД «Університетська книга», 2006. — 367 с.
5. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки) «Шляхом європейської інтеграції», схвалена указом Президента України від 28.04.2004 р.
6. *Трет'яков С. В.* Проблеми екологізації економіки України: [монографія] / С. Трет'яков. — Харків. Наукова думка, 2009. — 481 с.
7. *Хлобистов Є. В.* Економічна безпека України у глобальних викликах сучасності / Є. В. Хлобистов // Механізм регулювання економіки. — 2008. — № 4. — Том 1. — С. 157–162.

УДК 331.522:338.124.4

**Л. М. Лавриненко,**  
кандидат економічних наук

## ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ РОЗВИТКУ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

*Проаналізовано стан та визначено основні тенденції розвитку ринку освітніх послуг. Визначено непрямі показники порівняно низької якості освіти. Доведено, що зростання чисельності випускників навчальних закладів відбувається в умовах поступового скорочення кількості робочих місць.*

**Ключові слова:** ринок освітніх послуг, якість освіти, сигнальна теорія освіти, професійна підготовка, ринок праці, робоча сила, кваліфікована робоча сила, первинне працевлаштування молоді, безперервне навчання.

Важливим фактором соціально-економічного розвитку держави є освіта, що розглядається як форма інвестицій у людський капітал разом з такими її формами, як охорона здоров'я, міграція, пошук інформації тощо. Досвід свідчить, що інвестиції в освіту, професійну підготовку та мобільність працівника відчутно підвищують вартість і ціну робочої сили.

Якісна освіта розглядається сьогодні як один з індикаторів високого рівня життя, інструмент соціальної злагоди та економічного зростання. Не випадково серед характеристик так званого індексу розвитку людського потенціалу, за яким Програма розвитку ООН порівнює рівень соціального й економічного розвитку країн, показник освітньої діяльності є одним із трьох основних індикаторів (добробут, освіта та здоров'я) в інтегрованій оцінці якості людського життя.

Усвідомлюючи важливість володіння якісною освітою, більшість країн світу оголошує цю проблему національним пріоритетом і передумовою власної національної безпеки. Якість освіти — це багатовимірна модель соціальних норм і вимог до особистості, освітнього середовища, в якому відбувається її розвиток, та система освіти, яка реалізує їх на всіх етапах навчання людини.

Актуальність, соціальна значущість проблем, пов'язаних із теорією і практикою освітянського процесу, зумовили зростання інтересу наукової спільноти до них. Розвиток освіти є стратегічним ресурсом подолання кризових процесів, покращення людського життя, забезпечення національних інтересів, зміцнення авторитету української держави на міжнародній арені. Саме цим питанням приділялося багато уваги у вітчизняній економічній науці. В результаті наукових досліджень найбільш вагомими є здобутки вітчизняних вчених-економістів Е. Лібанової, І. Петрової, Л. Лісогор М. Семікіної, Т. Кір'ян, В. Антонюк, Н. Кузнецової та ін. Під час дослідження цих проблем науковці наголошували на значенні системи освіти в соціальному й економічному розвитку суспільства. Однак подальшого опрацювання потребують сучасні вимоги ринку праці до реформування освіти, яке повною мірою сприяло б докорінному покращенню професійної підготовки спеціалістів. Саме тому **метою** статті є дослідження сучасних тенденцій формування та розвитку ринку освітніх послуг в Україні, а також обґрунтування напрямів оптимізації та шляхів подолання існуючих проблем у сфері освіти.

Освіта виступає в ролі інвестицій у людський капітал: вона покращує якість робочої сили і тим самим підвищує шанси на збільшення продуктивності виробництва та економічне зростання. Існує два підходи до тлумачення поняття «якість». Філософський підхід, філософське розуміння якості — те, що відрізняє освіту від інших соціальних явищ, систем і видів діяльності. Проте у філософії категорія не носить оцінного характеру. Другий підхід виробничий, тут ключовою є «якість продукції» як сукупність істотних споживчих властивостей цієї продукції, значущих для споживача, тобто еталонів, стандартів. Розрізняють дві ознаки якості будь-якої продукції: наявність у неї певних властивостей і розгляду їх цінності з позицій споживача (а не виробника). У метафоричному сенсі «продукцією» навчального закладу є випускники, що мають освіту кращої або гіршої якості.

Нині поняття «Якість освіти» розглядається в другому аспекті. Освітнім процесом не лише можна, а й потрібно управляти з метою досягнення утворення високої якості. Створення умов для формування сумлінних та добре освічених випускників і є одним з головних призначень і однією з функцій управління якістю освіти. Результати та якість освіти — це дві взаємопов'язані, але нетотожні категорії. Результати — обов'язковий компонент, без якого неможливо визначити якість. Кількість задоволених системою освіти в Україні (частка у відсотках респондентів, котрі відповідали «так» на запитання Всесвітнього опитування Американського інституту громадської думки Дж. Геллапа «Задоволені Ви якістю системи освіти у місті чи районі, в якому Ви проживаєте?», становила лише 38% — при 57 у Білорусі, 42 — Російській Федерації, 70 — США, 71 — Канаді, 59 — Німеччині, 53 — Японії, 70 — Франції, 70 — Великій Британії, 66 — Польщі [1].

У розвитку економіки країни важливу роль відіграє процес підвищення інтелектуальної професійної якості населення. Це висуває підвищені вимоги до змісту освіти. З переходом країни до ринкової економіки проблемним є процес становлення зв'язків між ринком праці й ринком освітніх послуг вузів. В умовах комерціалізації вищої освіти, збільшення приходу у вузах і зниження якості професійної освіти, нерозвинутої інфраструктури ринку освітніх послуг вузів і ринку праці фахівців, високого безробіття і напруженості на ринку праці назріли серйозні суперечності між існуючою системою вузівської підготовки фахівців і реальними потребами підприємств та організацій у кваліфікованій робочій силі.

З огляду на це найважливішим завданням для вітчизняної економічної науки стає вироблення теоретичних основ і практичних рекомендацій щодо вдосконалення державного управління, що забезпечує в нових економічних умовах ефективну взаємодію ринку освітніх послуг вузів і ринку праці фахівців.

Раціональне співвідношення між підготовкою фахівців і їхнім працевлаштуванням має бути покладене в основу державної соціально-економічної політики, виступати як головний орієнтир у реформуванні системи вищої освіти й регулюванні ринку праці. Будучи найважливішим елементом формування інфраструктури сучасної економіки, сфера освіти водночас є ринком освітніх послуг, що постійно зростає за масштабами.

Нині на ринку праці України спостерігається розбалансованість між освітніми послугами, що надаються, та потребою їх на ринку праці. Це призводить до зниження ефективності функціонування підприємств, установ та організацій через неможливість знайти необхідну робочу силу, а також до неспроможності робочої сили знайти відповідну роботу, що зумовлює зниження її людського потенціалу через швидке старіння знань, що не використовуються. Сучасний ринок праці в Україні потребує робочої сили, яка здатна буде до постійного самонавчання і вдосконалення своїх трудових навичок. Адже вимоги до трудового потенціалу постійно зростають. Так, у минулому столітті радикальні технічні зміни відбувались у суспільстві кожних 35–40 років. За цих умов знань, отриманих фахівцями у навчальних закладах, вистачало майже на всю трудову діяльність. В сучасних умовах оптимальний період оновлення техніки і технологій скорочується до 45, а в окремих випадках до 23 років, що потребує прискорення оновлення своїх знань. Ці та багато інших причин, пов'язаних з дисбалансом на ринку праці, призводять до зниження конкурентоспроможності економіки країни загалом.

Для прийняття оптимальних рішень щодо збалансування попиту та пропозиції робочої сили ринок освітніх послуг, та як основний суб'єкт, що його регулює — держава, має правильно та своєчасно розуміти й реагувати на сигнали, які надає йому ринок праці та економіка загалом. В економічному підході до дослідження освіти є дві основні теорії: людського капіталу (Беккер) і теорія сигналів (Спенс). У межах першої — якісні характеристики робочої сили, здатності людини до трудової діяльності, його уміння, знання, навички, що можуть принести віддачу на ринку праці, розглядаються як людський капітал.

Одним із сигналів, на який потрібно звертати увагу, є потреба роботодавців у певній робочій силі. Порівняно з доперевбудовним періодом втрачено зв'язки навчальних закладів з виробництвом, з конкретними проблемами розвитку сучасної економіки та потребами ринку праці. Потрібно налагодити міцний взаємозв'язок між виробництвом та закладами, що надають освітні послуги, та враховувати на ринку освітніх послуг сигнали, що надають роботодавці у вигляді кількісно-якісних вимог щодо необхідності освітньо-кваліфікаційних рівнів.

У межах сигнальної теорії освіта не зумовлює збільшення продуктивності, але диплом є свого роду сигналом для роботодавця про здібності того, хто претендує на робоче місце.

Про важливість ролі освіти в сучасному житті переконливо свідчить те, що у вересні 2000 р. глави держав та урядів 189 країн (зокрема й України) прийняли Декларацію тисячоліття ООН, у якій визначено глобальні Цілі розвитку тисячоліття (ЦРТ) до 2015 р. [2]. Серед восьми визначених цілей другою названо забезпечення освітою.

У вересні 2010 р. на пленарному засіданні Генеральної асамблеї ООН світові лідери провели оцінку виконання завдань, визначили проблеми з урахуванням наслідків світової економічної кризи та підтвердили свою готовність до конкретних заходів заради досягнення Цілей розвитку тисячоліття. Другу ціль Україна сформулювала так: «Забезпечення якісної освіти впродовж життя».

Програмою економічних реформ на 2010–2014 рр., розробленою Комітетом з економічних реформ при президентові України, на виконання завдання з відновлення економічного зростання й модернізації економіки країни, передбачено реформування системи освіти, її інтеграцію в єдиний європейський освітній простір.

Сьогодні освіта є фундаментальним видом інвестування у людський капітал. Освіта створює умови та забезпечує можливості для формування свідомості молоді людини як особистості та професіонала в обраному напрямі навчання, формує інтелектуальний, науковий та творчий потенціал суспільства. Успішне оволодіння певною професією або спеціальністю створює передумови для подальшого отримання молоді людиною перспективного місця роботи. Тобто, саме освіта дає змогу забезпечити потреби економіки країни у молодих кадрах відповідного професійно-кваліфікаційного рівня. Проте досягнення означеного результату потребує від закладів освіти при формуванні стратегії їх перспективного розвитку оперативного врахування змін кон'юнктури ринку праці у професійному аспекті.

Останнім часом під впливом фінансово-економічної кризи на ринку праці України спостерігається процес заміщення переважного попиту на кваліфікованих робітників попитом на працівників із вищою освітою. Так, потреба у працівниках із вищою освітою зростає з 27% загального обсягу попиту у 2000 р. до 50% у 2009 р. [3]. Проте така тенденція не може повною мірою обґрунтувати щорічне зростання чисельності випускників вищих навчальних закладів завдяки наявності щорічного помірного скорочення потреби суб'єктів господарювання всіх видів економічної діяльності у висококваліфікованих працівниках.

На зареєстрованому ринку праці протягом 2005–2010 рр. спостерігалось одночасне щорічне скорочення потреби і пропозиції осіб як із вищою, так і з професійно-технічною освітою. Винятком був лише 2008 р., коли внаслідок економічної кризи та скорочення обсягів виробництва промислових підприємств на ринку праці відбувалося різке зростання пропозиції робочої сили. Проте, незважаючи на тенденцію, що склалася, негативним є значне перевищення пропозиції осіб із вищою та професійно-технічною освітою над обсягом відповідного попиту на робочу силу. Основною детермінантою сформованого дисбалансу стала помилкова орієнтація навчальних закладів при формуванні структури професійної підготовки кваліфікованих фахівців не на потреби ринку праці, а на попит молоді, сформований під впливом престижності тієї або іншої професії та бажання отримати диплом про вищу освіту за рахунок коштів держбюджету. Однак мінімізувати наявний дисбаланс досить складно через високий рівень державного регулювання освітньої діяльності, яке значно обмежує гнучкість системи освіти України.

Зростання чисельності випускників навчальних закладів відбувається в умовах поступового скорочення кількості робочих місць. Як наслідок, протягом 2005–2010 рр. спостерігається постійне збільшення чисельності випускників у розрахунку на 1000 середньорічних найманих працівників.

Цей показник має як позитивну, так і негативну інтерпретацію. Оновлення складу та омолодження працівників підприємств за рахунок молодих фахівців є одним із суттєвих чинників, що сприяє впровадженню у виробництво нових методів управління та інноваційних технологій і забезпечує окупності здійснених раніше інвестицій у людський капітал. Останнім часом в Україні низка зростання вибуття найманих працівників за всіма видами економічної діяльності з 28,8% у 2005 р. до 29,2% від середньооблікової чисельності штатних працівників у 2008 р. змінилась у 2009 р. зниженням до 28,7% [4].

Однак не кожне з цих місць було зайнято взагалі (у 2005 р. було прийнято 27,4%, у 2008 р. — 28,3, у 2009 р. — 22,5% середньооблікової чисельності штатних працівників), тим більше молодим фахівцем або кваліфікованим робітником. Зростання навантаження на одне вільне місце значно підвищує рівень конкуренції між випускниками навчальних закладів, і вірогідність отримати місце роботи з'являється лише у найкваліфікованіших та перспективних, із досвідом практичної роботи за фахом.

Завдяки щорічному значному перевищенню чисельності випускників усіх навчальних закладів України над фактичною потребою у працівниках відповідного освітньо-кваліфікаційного рівня суб'єктами господарювання та при одночасній наявності значного обсягу пропозиції робочої сили на зареєстрованому ринку праці існує висока ймовірність того, що певна чисельність випускників не зможе швидко працевлаштуватися за фахом. Так, у 2009 р. 46 тис. випускників вищих і 27 тис. випускників професійно-технічних навчальних закладів України перебували на обліку в центрах зайнятості [5, 29]. Слід враховувати, що чим довше період між терміном закінчення навчального закладу та моментом працевлаштування, тим більше знецінюються знання та тим далі буде термін початку строку окупності коштів, інвестованих в освіту. У цьому разі спостерігатиметься поступова втрата інвестицій у професійну освіту таких випускників. Із часом у разі працевлаштування такої молоді людини підприємство буде вимушене відразу інвестувати кошти в його адаптацію, професійне становлення та розвиток. Окупність сукупних інвестицій у розвиток такого працівника залежатиме від того, як швидко він зможе адаптуватися та підвищити рівень індивідуальної продуктивності праці.

Дієвим заходом стабілізації та покращення рівня надання освітніх послуг в Україні є створення на державному рівні маркетингової стратегії та моніторингу дійсної потреби різних секторів економіки у певних фахівцях та кваліфікованих робітниках із подальшою зміною державної освітньої концепції, спрямувавши її на підготовку дефіцитних фахівців у достатній кількості та на високому якісному рівні. Доцільним є також створення моніторингу якості працевлаштування випускників навчальних закладів із встановленням середнього стажу роботи кваліфікованої молоді за одержаною спеціальністю. Досягнення відповідної якості професійної освіти вимогам ринку завдяки формуванню партнерських відносин між державою та суб'єктами господарювання дасть змогу скоротити обсяг коштів, які інвестуються роботодавцями на повторне навчання молодих фахівців та кваліфікованих робітників при їх первинному прийнятті на роботу, що створить умови для підвищення рівня окупності всіх складових витрат на освіту працівників підприємств різних форм власності та видів економічної діяльності.

Сьогодні в Україні чи не найгострішою є проблема первинного працевлаштування молоді після закінчення вищих навчальних та професійно-технічних навчальних закладів. Відсутність гарантованого працевлаштування навчальним закладом випускників, випускники в пошуку роботи після закінчення навчання насамперед мають покладатися лише на власні сили та можливості.

В Україні поки що не існує ефективного механізму, який забезпечував би перехід від освіти до зайнятості. Процес переходу від освіти до роботи в Україні короткий, проте значна частина випускників залишається незайнятою. Відповідно до дослідження Європейського фонду освіти (ЄФО) [6], майже 60% випускників знаходять роботу протягом 6 місяців з дня випуску. Проте для значної частини випускників процес переходу тривалий. Частка осіб, які не знайшли значної роботи протягом 2 років з дня випуску, становить 43%. Рівень безробіття є досить низьким через рік після завершення освіти. Найуспішнішими у пошуках роботи є випускники вищих навчальних закладів, а за ними йдуть випускники ПТУ. Так, в Україні 74% випускників університетів та 52% випускників професійно-технічних закладів знаходять роботу протягом 6 місяців з дня випуску. Однак значна частка таких випускників не може знайти роботу протягом тривалого періоду: 18% випускників ПТУ та 14% випускників вищих навчальних закладів. Випускники із загальною середньою освітою шукають роботу довше за всіх. Проте такий показник може відобразити поведінку випускників, які не змогли скласти успішно іспити до вищих навчальних закладів та чекають наступного року для того, щоб спробувати ще раз.

Слід визначити непрямі показники низької якості освіти в Україні:

- На ринку праці існує значний дисбаланс між попитом та пропозицією робочої сили за професійно-кваліфікаційною ознакою. Кількість випускників з вищою освітою

є дуже великою порівняно з потребами економіки у таких спеціалістах. Водночас система освіти не відповідає потребам ринку праці у кваліфікованих робітниках.

- Система освіти в Україні зміщена в бік соціальних наук, бізнесу та юриспруденції, тоді як на підприємствах не вистачає інженерів та інших технічних спеціалістів.
- Система освіти не гарантує отримання та розвиток практичних навичок.
- Жоден з українських університетів не входить до списку 500 найкращих навчальних закладів світу (в опублікованому світовому рейтинку університетів за 2011 р., який щорічно складається Університетом Цзяотун (більш відомий як Шанхайський рейтинг) [9].

З метою мінімізації рівня безробіття, а також запобігання втрати кваліфікації вивільнених працівників потрібно постійно домагатися їх готовності перейти з однієї роботи на іншу з відповідним рівнем компетентності та кваліфікації, тобто виникає потреба в безперервному навчанні. Зокрема, у зв'язку із швидкими змінами в усіх сферах знань працюючим потрібно постійно розширювати свій світогляд, підвищувати рівень майстерності, навичок, оскільки зміна ідей, знань, технологій відбувається скоріше, ніж зміна покоління людей. Сьогодні існує нове джерело нерівності між людьми — люди, що не навчаються та періодично або безперервно не підвищують свою майстерність, є неконкурентними на ринку праці; а оскільки ринок праці постійно звужується, працівники мають пристосовуватися до його тенденцій і навчатися все активне життя. Отже, перевагу на ринку праці отримують працівники з певним резервом знань, трудових навичок та компетенції.

*Проанализировано ситуацию и определены основные тенденции развития рынка образовательных услуг. Определены непрямые показатели сравнительно низкого качества образования. Доказано, что рост численности выпускников учебных заведений происходит в условиях постепенного сокращения количества рабочих мест.*

**Ключевые слова:** рынок образовательных услуг, качество образования, сигнальная теория образования, профессиональная подготовка, рынок труда, рабочая сила, квалифицированная рабочая сила, первичное трудоустройство молодежи, непрерывная учеба.

*A situation is analysed and basic progress of market of educational services trends are certain. Indirect indexes are certain comparatively low quality of education. It is well-proven that growth of quantity of graduating students of educational establishments takes a place in the conditions of gradual reduction of workings seating capacity.*

**Key words:** market of educational services, quality of education, alarm theory of education, professional preparation, labour-market, labour force, skilled labour force, primary employment of young people, continuous studies.

#### Література

1. Лікарчук І. Колапс української освіти // Дзеркало тижня. Україна. — 5–11 березня 2011. — № 8.
2. International Millennium Campaign / Глобальна Кампанія за досягнення ЦРТ. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.endpoverty2015.org>
3. Соціальний захист населення від безробіття за даними державної служби зайнятості (річні дані) / Державний комітет статистики України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Статистичний щорічник України за 2009 рік / Держкомстат України [За ред. О. Г. Осауленка, відп. за ред. Н. П. Павленко]. — К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2010. — С. 389.
5. Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна влада: Програма економічних реформ на 2010-2014 роки / Комітет з економічних реформ при Президентові України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://president.gov.ua/docs/Programa\\_reform\\_FINAL\\_1.pdf](http://president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf) (с. 29).
6. Flexicurity and role of lifelong learning in Ukraine / European Training Foundation, 2011. Reproduction is authorized the source is acknowledged.
7. The Global Competitiveness Report 2010–2011. World Economic Forum within the framework of the Centre for Global Competitiveness and Performance, January 2011.
8. Український ринок праці: особливості розвитку та ефективність функціонування / [І. Л. Петрова, В. В. Близнюк, Г. Т. Куліков та ін.] // Під ред. І. Л. Петрової. — НАН України; Ін-т екон. та прогнозів. — К., 2009. — 368 с.
9. Мировой рейтинг университетов (Academic Ranking of World Universities) за 2011 год. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://euroosvita.net/?category=27>



УДК 390.56

**Н. М. Стрельченко,**  
кандидат економічних наук, доцент

## СУЧАСНІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ РОЗШИРЕННЯ ПРИСУТНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ ФІНАНСОВИХ СТРУКТУР В УКРАЇНІ

*У статті охарактеризовано тенденції розвитку транснаціональних структур в Україні, зокрема форми групової діяльності, що зумовлює формування транснаціональних фінансових структур відповідно до можливостей національного законодавства та специфіки функціонування змінного юридичного поля в сучасних умовах.*

**Ключові слова:** транснаціоналізація, фінансові структури, синдикат, картель, пул, фінансово-промислові групи, транснаціональні фінансові групи.

**Постановка проблеми** загалом та її зв'язок із важливими дослідженнями. В умовах тісного переплетення національних економік та глобальної фінансіаризації все більшої ролі набуває функціонування транснаціональних фінансових структур, які забезпечують формування ресурсів та диверсифікацію грошових потоків.

**Аналіз останніх публікацій.** У цій сфері наявні наукові праці О. В. Гаврилюка, О. І. Гапонюка, А. А. Семенова, І. О. Чорноіванової та ін. Однак докладніше розглянуто іноземними фахівцями з банківської справи, проте вони не характеризують ситуацію в Україні. Аналіз показує, що присутність і активна діяльність світових транснаціональних корпорацій є очевидною в усіх сферах і, практично, на всіх сегментах українського ринку, що відображає їх експансіоністську глобально орієнтовану мотивацію.

**Мета статті.** Ця наукова публікація присвячена організаційно-правовим формам присутності транснаціональних фінансових структур у різних країнах, оскільки подібні процеси пройшли в таких країнах, як США, Німеччина, Японія, Швейцарія, зокрема й найбільш подібна до України Польща, де банківська система дуже схожа на українську, а також уточнити зв'язок в інтернаціоналізації банківського капіталу.

**Виклад основного матеріалу.** У міжнародному контексті мікроінтеграція української економіки пов'язана насамперед із процесами її транснаціоналізації.

Сьогодні банківські системи багатьох країн представлені переважно універсальними банками, які продовжують займати домінуючі позиції на національних ринках, і починають розширювати свою діяльність на міжнародних. Вони успішно конкурують на ринках грошей, цінних паперів, похідних інструментів (деривативів). Усе більша частина грошових потоків, що проходять через банки, здійснюються у формі інвестицій або цінних паперів, розширюються операції з андеррайтингу, банки стають членами бірж.

Консолідований баланс дає змогу групі при здійсненні податкового планування не обмежуватися визначенням термінів амортизації, а й використовувати щодо них податкові пільги.

Втім це не означає, що можна розглядати ФПГ як спосіб мінімізації податків. Консолідований баланс і скорочення оподаткованої бази лише виправляє до деякої міри практику, що закріпилася в процесі приватизації, дроблення взаємозалежних фінансово-господарських структур на незалежні господарюючі суб'єкти. Незалежність суб'єктів господарювання при оподаткуванні визначається формально за ознакою відокремлення власності, що зумовлює збільшення оподаткованої бази усередині фактично неподільних виробничих ланцюгів. Поза цим виробничі стадії продукту найчастіше можуть не мати самостійного значення і цінності, але з погляду оподаткування вони відповідають формально незалежним юридичним особам. Це багаторазово збільшує кінцеву ціну реалізації продукту, значна частка з якої стягується у бюджет, щоб згодом повернутися у виробництво як державні дотації та інші пільги.

Хотілося б зазначити, що Україні потрібно не введення тих чи інших податків і перегляд окремих ставок, а комплексне формування податкової системи, істотною структуроутворювальною частиною якої могло б стати законодавство про ФПГ.

Українське законодавство ще не досить чітко визначило механізм і правила функціонування ФПГ. Великим недоліком цієї нормативної ділянки є заборона банкам брати участь більш ніж в одній ФПГ. Це питання спірне, але більшість економістів не бачать в участі банку в декількох ФПГ нічого особливого.

Це пов'язано з тим, що до кінця ХХ ст. у багатьох розвинутих країнах світу спостерігалось існування законодавчих обмежень та здійснення окремих банківських операцій. Так, банки США не мали можливості здійснювати операції з цінними паперами згідно із законом Гласна–Стігала до кінця ХХ ст. [8].

Корпоративний характер міжнародного бізнесу та варіативність кон'юнктурних умов, численні конкретні підприємницькі завдання зумовлюють диверсифікацію організаційних форм господарської діяльності великих компаній, які можуть як концентрувати свою діяльність у межах певної галузі, так і функціонувати як міжгалузеві утворення.

Класифікація корпорацій за типами здійснюється відповідно до ступеня усуспільнення капіталів і об'єднання видів (фаз) господарської діяльності.

*Картель* — об'єднання підприємців, учасники якого узгоджують між собою обсяги виробництва, поділ ринків збуту, ціни, умови продажів і найму робочої сили, строки та інші умови платежів тощо. При цьому учасники картелів зберігають виробничу і комерційну незалежність. Враховуючи природу та цілі картельних угод, можна вважати природним, що вони, як правило, є односторонніми.

Фактична мета картелю — досягнення таких домовленостей між суб'єктами пропозиції на ринку, які дають їм змогу поліпшувати параметри та результативність своєї комерційної діяльності за рахунок створення сприятливіших для себе договірних меж і спільних засобів політики. Результатом таких домовленостей є зменшення тиску конкурентної боротьби за споживачів, погіршення умов діяльності останніх і послаблення стимулів оптимізації та розвитку виробництва.

З огляду на це картельні об'єднання у класичних виявах цього феномену за ринкової економіки, як правило, забороняються. Щоправда, такі заборони діють переважно на національному рівні і їх можна ефективно обминати. У сфері міжнародної економічної діяльності набули поширення експортні та імпорتنі картелі. Експортні картелі використовують дочірні фірми ТНК з метою розширення експорту та здійснення узгодженої, цілеспрямованої політики на ринку певної продукції. Імпортні картелі створюються великими імпортерами, часто — за участю дочірніх структур ТНК для протистояння іноземним конкурентам.

Банківський картель — це група банків, між якими досягнуто угоду про проведення єдиної кредитної політики щодо процентних ставок, умов кредитування, виплати дивідендів та ін. Банки при цьому зберігають юридичну незалежність.

Банківський синдикат, або консорціум, — тимчасове об'єднання банків з метою спільного проведення окремих операцій: розміщення цінних паперів, кредитування та гарантування великих проектів тощо.

Процеси концентрації та централізації капіталів, інтернаціоналізації фінансових ринків зумовлюють появу транснаціональних банків.

Транснаціональні банки — міжнародні банківські монополії, що досягли такого рівня міжнародної концентрації та централізації капіталу, який завдяки зрощуванню з промисловими монополіями дає змогу їм брати реальну участь в економічному розподілі світового ринку позичкових капіталів та кредитно-фінансових послуг. Це — великі кредитно-фінансові комплекси універсального типу, що мають широку мережу закордонних підприємств (філій, відділень, представництв та ін.). ТНБ склалися на базі міжнародної концентрації та централізації капіталу та зрощування банківського та промислового капіталу.

Для їх діяльності характерною є висока питома вага міжнародних операцій (понад 50%), глобалізація у географічному плані, універсальність послуг. Від національних банків вони відрізняються своєрідністю операцій, відносинами з клієнтурою. Обслуговування передусім руху капіталів, а не зовнішньої торгівлі, відбувається як на активній, так і на пасивній частинах балансу.

У сучасних умовах така форма об'єднання, як синдикат, використовується рідко. На засадах міжнародного синдикату функціонує фактично одна велика ТНК — «Де Бірс», що контролює понад 80% світового ринку діамантів.

Пули — монопольні об'єднання, за яких прибутки надходять до спільних фондів, відтак здійснюється узгоджений їх розподіл відповідно до результатів експлуатації

певної частини ринку, в заздалегідь обумовленій пропорції. Прикладом міжнародного пулу є «золотий пул», створений для торгівлі патентами.

Трест — форма об'єднання, у межах якого учасники втрачають виробничу, комерційну, можливо, юридичну самостійність. Учасники трестів, які є також власниками акцій, розподіляють прибутки відповідно до розмірів їх пакетів акцій. Реальний контроль за трестом здійснює правління або головна компанія. Типовим для трестів є їх поширення в межах галузей, які виробляють однорідну продукцію, хоча існують і міжгалузеві трести. ТНК як трестові об'єднання не прижилися, цей тип компанії використовується переважно у вигляді структурних підрозділів, відділень і підприємств, що входять до складу ТНК.

Концерн — складна форма господарської діяльності компанії, яка передбачає об'єднання підприємств промисловості, транспорту, торгівлі та банківської сфери. Типовою ситуацією є формальне збереження учасниками концернів юридичної та господарської самостійності за умови здійснення підприємницької діяльності під контролем домінуючих у них фінансових угруповань. Існують концерни дво- та кількаповерхові. Учасниками концерну можуть бути корпорації, які об'єднують свої потенціали й зусилля в ринковій стратегії.

Характерною особливістю концернів є взаємне проникнення капіталів різних галузей, а їх головною перевагою (як форми усупільнення потенціалів виробничої діяльності) — надвелика концентрація фінансових і промислових ресурсів, оскільки в концерні можуть об'єднуватися різногалузеві комерційні структури, власники реальних ресурсів і грошей.

Консорціуми — специфічна форма поєднання економічних потенціалів ринкових агентів. Виникають на базі тимчасових угод між кількома банківськими і промисловими корпораціями, фірмами з метою реалізації певних спільних проектів. Як й інші міжнародні об'єднання, консорціуми набули поширення в різних країнах та регіонах світу. Однак у деяких національних господарських системах консорціуми прижилися найбільш органічно, зокрема в Італії.

Типовим приводом до утворення консорціуму, нерідко із залученням кількох великих іноземних партнерів, є реалізація великого технологічно складного і капіталомісткого проекту, наприклад літакобудівного, аерокосмічного. Україна, зокрема, бере участь у консорціумному проекті «Sea Launch», учасниками якого є також США, Росія і початково була Норвегія. Передумова ефективної участі України в цьому проекті, її традиційна для останніх десятиліть спеціалізація на військово-космічних розробках і виробництві, що робить для країни особливо перспективним співробітництво в галузі мирного космосу. Крім участі в проекті «Sea Launch», слід зазначити широке використання українських ракет у міжнародних космічних запусках. Наприкінці 90-х років ХХ ст. у підконтрольній національному космічному агентству України сфері працювало 17 державних організацій і 7 акціонерних товариств, які є світовими лідерами з багатьох напрямів аерокосмічного виробництва. Україна має у своєму розпорядженні ракети-носії «Циклон», «Зеніт-ЗСЛ», «Дніпро» з високими експлуатаційними якостями (наприклад, російський «Союз» здатний вивести на орбіту 4 супутники, а «Зеніт» — 12) і завдяки цьому бере активну участь у міжнародних консорціумних проектах.

Транснаціональні стратегічні альянси (ТСА) — різноманітні форми союзів самих ТНК. ТСА — особлива організаційна форма міжфірмових, міжкорпоративних зв'язків двох або більше компаній, у межах якої здійснюється довгострокова координація економічної діяльності учасників з метою реалізації масштабних виробничих проектів, максимізації результатів технологічної кооперації, скорочення тривалості інноваційних процесів, зниження вартості та ризикованості виробництва, поліпшення умов доступу до певних ринків.

Отже, ТСА — це новий рівень концентрації капітальних ресурсів, централізації управління виробництвом, науково-технічною сферою, а також перерозподільчо-регулюючого механізму.

Багатогалузеві концерни можуть існувати у формі вертикально інтегрованих корпорацій і диверсифікованих ТНК. Вертикально інтегровані корпорації утворюються у результаті об'єднання при одному власникові та під єдиним контролем найважливіших сфер виробництва кінцевого продукту. Зокрема, транснаціональна нафтова компанія видобуток сирої нафти здійснює в одній країні, рафінування — в іншій,

а продаж кінцевих нафтопродуктів — у третіх країнах. Диверсифіковані ТНК охоплюють національні підприємства з вертикальною і горизонтальною інтеграцією. Типовий приклад корпорації такого типу — швейцарська корпорація Nestle, що має 95% своїх виробництв за кордоном і зайнята ресторанним бізнесом, виробництвом продуктів харчування, реалізацією косметики, вин та ін. Кількість таких компаній в останні роки швидко зростає.

У всіх ТНК головна компанія є оперативним штабом корпорації. На базі широко-масштабної спеціалізації та кооперування вона здійснює техніко-економічну політику і контроль за діяльністю закордонних філій. Закордонні філії та дочірні фірми становлять регіональну структуру ТНК. Останніми роками в ній відбуваються істотні зміни, пов'язані із здійсненням так званої комплексної стратегії.

Так, деякі дослідники ведуть дискусії про відмирання національних держав у найближчому майбутньому. До цієї групи належить і Р. О'брайен, який у своїй роботі «Глобальна фінансова інтеграція. Кінець географії» подає наступну тезу: «Нація стає недоречною, хоча вона ще існує. Чим ближче ми підходимо до глобальної інтеграційної цілісності, тим ближче ми до кінця географії» [1, с. 4].

Однак таке твердження видається нам занадто сумнівним, оскільки стихійний процес глобалізації не перетворює світову економіку на інтеграційне ціле, а навпаки, посилює її диспропорції у соціальному та економічному розвитку.

За даними американського дослідника, президента Центру аналізу проблем глобального розвитку Н. Бердсолла, «США, європейські країни та Японія у сто разів багатші за Ефіопію, Гаїті і Непал. Або, наприклад, різниця у доходах на душу населення 10% найбагатших американців порівняно з 10% найбідніших жителів Ефіопії становить більше, ніж десять тисяч раз» [2, с. 84].

Нові глобальні актори — транснаціональні структури і неурядові організації — підсилюють свою економічну потужність та протиставляють її державі у боротьбі за унікальні природні, людські, інтелектуальні, інформаційні та інші рідкісні види ресурсів.

Також важливе значення для досягнення глобальних конкурентних переваг мають технологічні інновації та прогрес у телекомунікаціях, що знаходяться поза межами регулювання держави. Не слід забувати і про впливових держав-лідерів глобального економічного розвитку — США, Японія, країни Західної Європи. На думку більшості західних і вітчизняних науковців, саме вони є ініціаторами посилення глобальних процесів.

Однією з найпроблемніших галузей, де державні компетенції вже не спрацьовують, є фінансова сфера. Як показує практика глибоких фінансових криз кінця 90-рр. ХХ ст., стабільність фінансових ринків може забезпечуватись лише за допомогою державних інституцій.

В умовах глобалізації спостерігається послаблення або навіть розрив традиційних економічних і соціальних зв'язків, розшарування суспільства за критерієм добробуту, відбувається ескалація міжетнічних та міжрелігійних конфліктів. За такого розвитку подій найоптимальнішою та найуспішнішою стратегією держави має стати делегування повноважень на локальний рівень, налагодження тісної співпраці з інститутами громадянського суспільства, профспілками, асоціаціями галузевого характеру, неурядовими організаціями, які консолідують суспільство, активізують індивідуальні ініціативи, ефективно контролюють державний апарат, беруть участь у вирішенні гострих соціальних питань.

Таким чином, спостерігається тенденція до соціалізації суспільства, в якому пріоритетними стають загальнолюдські цінності. До речі, дослідження соціально-політичного спрямування засвідчують, що чим міцніші внутрішні зв'язки суспільства, чим вищий ступінь його економічної та соціальної консолідації, тим повніше реалізуються його можливості в інтеграційних зв'язках та успішніше відбувається адаптація до глобальних ринків [4; 9].

Підсумовуючи вищенаведені думки з приводу актуальності модифікації державних функцій, слід сказати, що держава виступає одночасно у двох іпостасях — як учасник регіонального економічного угрупування або учасник міжнародного економічного об'єднання, і при цьому — залишається самостійним суб'єктом у світовому економічному і політичному просторі.

Транснаціональні підприємства — це такі підприємства, центр управління якими знаходиться за межами регіону країн Андського пакту, а їх діяльність здійснюється

в межах цього регіону через дочірні підприємства, відділення чи якісь інші їх структурні ланки.

Превалюючими мотивами приходу світових ТНК на український ринок є завоювання нового, досить великого ринку збуту продукції та послуг в умовах загострення конкуренції на традиційних для них ринках. Відкритість українського ринку, його технологічна та споживча невибагливість дає можливість реалізувати практично увесь спектр промислової продукції, навіть на стадії занепаду її життєвого циклу на ринках більш розвинених країн.

Важливими були і залишаються мотиви ТНК у використанні дешевих факторів виробництва, особливо в експортноорієнтованих природно-сировинних галузях. Певне значення має політика диверсифікації у діяльності на нових ринках СНД, екологічні та інші мотиви.

Статистично й аналітично підтверджена пряма залежність між реалізацією приватизаційних програм і обсягами іноземного інвестування (близько 50% іноземних інвестицій забезпечили саме іноземні інвестори завдяки участі у приватизації українських підприємств). А, наприклад, лідируючі позиції Південної Кореї у загальних обсягах іноземних інвестицій в Україну вочевидь були зумовлені створенням СП «АвтоЗАЗ–ДЕУ».

Насамперед слід зазначити традиційну «приватизаційну» мотивацію російських компаній, що вже є ключовими інвесторами економіки України у паливній промисловості, машинобудуванні й металообробці, кольоровій металургії, промисловості будівельних матеріалів, харчовій промисловості. Найбільш активними на українському ринку були такі російські компанії, як: «ЛУКОЙЛ» (контролює 15% українського роздрібного ринку нафтопродуктів), ТНК — 30%; «СИБУР», під контролем якої знаходиться нафтохімічна промисловість (зокрема, виробництво мінеральних добрив); «Русал» (управляє Миколаївським глиноземним заводом); АвтоЗАЗ (Запорізький алюмінієвий комбінат та комплектування автомобілів «Жигули» у Луцьку); «Татнефть» (контроль над Кременчуцьким НПЗ) тощо.

Як справедливо зазначають експерти, російські інвестиції в українську економіку мають на меті: по-перше, відновити технологічні зв'язки в металургії і нафтогазовому комплексі; по-друге, отримати контроль над підприємствами, продукція яких є для російських компаній критично важливою через відсутність аналогів у Росії.

**Висновки.** Отже, міжнародно-правове регулювання діяльності ТНК на регіональному рівні відіграє певну роль, але воно ще не спроможне захистити країни, особливо ті, які стали на шлях самостійного розвитку. Тому саме ці країни і висунули вимоги про встановлення нового міжнародного економічного порядку, в межах якого здійснювалося б правове регулювання діяльності ТНК. У цьому разі йдеться про міжнародно-правове регулювання діяльності ТНК універсального характеру.

*В статье охарактеризованы тенденции развития транснациональных структур в Украине, в частности формы групповой деятельности, которая приводит к формированию транснациональных финансовых структур в соответствии с возможностями национального законодательства и специфики функционирования переменного юридического поля в современных условиях.*

**Ключевые слова:** транснационализация, финансовые структуры, синдикат, картель, пул, финансово-промышленные группы, транснациональные финансовые группы.

*In the article progress of transnational structures trends are described in Ukraine as a result of in particular form of group activity that results in forming of transnational financial structures in accordance with possibilities of national legislation and specific of functioning of the variable legal field in modern terms.*

**Key words:** transnationalization, financial structures, syndicate, cartel, pool, financially-industrial groups, transnational financial groups.

### Література

1. Закон України «Про банки та банківську діяльність» від 20.03.1991 № 872-XII з виправленнями та доповненнями.
2. Указ Президента України «Про затвердження стратегії інтеграції України до ЄС» // Урядовий кур'єр. — 18 червня 1998.
3. Довідка про стан та перспективи співробітництва України з МВФ // <http://www.mfa.gov.ua/mfa/ua/publication/content/2932.htm>
4. *Абрамов Я.* Принципи корпоративного управління у світі. Чи слід їх запроваджувати в Україні // Юридичний журнал. — № 5. — 2004.
5. Банківська система України в умовах глобалізації фінансових ринків // Вісник НБУ. — 2006. — № 12. — С. 16.
6. *Бачурин А.* Интеграция экономик и создание общего рынка — веление времени // Экономист. — 2009. — № 7. — С. 43–51.
7. *Гапонюк О. И.* Миграция капиталов как условие развития процессов интеграции в мировом сообществе // Проблемы развития ВЭС и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. Сб. Науч. трудов — Славяногорск. — Донецк. — 2004. — С. 183–185.
8. Максименко І. А. Економічна діяльність транснаціональних структур в умовах глобалізації // Економічний часопис. — 2004. — № 10. — С. 36–42.
9. <http://news.finance.ua>.
10. <http://www.kontrakty.com.ua>
11. <http://worldbank.org/research/interest/confs/upcoming/papersjuly11/papjuly11.htm>

УДК 336.143

**О. Д. Ладюк,**  
кандидат економічних наук, професор

## СОЦІАЛЬНА ЕФЕКТИВНІСТЬ БЮДЖЕТНИХ ПРОГРАМ ЯК СТРАТЕГІЧНА МЕТА ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН

*Обґрунтовано необхідність визнання стратегічною метою вдосконалення міжбюджетних відносин, підвищення соціальної ефективності державних бюджетних програм, наголошено на необхідності запровадження програмно-цільового методу бюджетування під час розроблення місцевих бюджетів.*

**Ключові слова:** соціальна ефективність, бюджетна програма, програмно-цільовий метод бюджетування.

**Актуальність.** На сучасному етапі розвитку мегамакроекономічної системи України набуває позитивних змін соціального розвитку, нових орієнтирів соціальної політики. Як результат, набуття статусу країни з ринковою економікою, вступ до СОТ, набуття членства в інших світових організаціях. Однак економічне зростання відбувається переважно у напрямі відновних процесів, яке ґрунтується на використанні потужностей, створених ще за радянських часів. За рахунок залучених іноземних ресурсів відбувалося зростання споживання імпортованих товарів, тоді як розвиток вітчизняного виробництва залишався поза увагою інвесторів.

Однією з основних проблем формування державної соціальної політики була і залишається надмірна обтяженість економіки соціальними виплатами, розширення гарантій соціального захисту і збільшення реципієнтів соціальних трансфертів. Тяжіння до механічного збільшення ресурсного забезпечення соціальної сфери підмінило собою ті заходи, які мають бути спрямовані на збільшення соціальної віддачі витрачених фінансових ресурсів. Попри постійне збільшення абсолютних розмірів соціальних видатків більшість соціальних функцій держави досі не реалізована у передбачених законом кількісних і якісних параметрах.

Проблеми соціальної ефективності бюджетних програм та вдосконалення міжбюджетних відносин досліджували такі науковці: Я. Жаліло, О. Каун [2], О. Кириленко, І. Луніна [3], В. Опарін, К. Павлюк [4], З. Перун, І. Потеряйло, І. Стефанюк, А. Сухоруков, В. Федосов, С. Юрій.

**Метою статті** є обґрунтування необхідності визнання стратегічною метою вдосконалення міжбюджетних відносин підвищення соціальної ефективності державних бюджетних програм.

Бюджетна програма — сукупність заходів, спрямованих на досягнення єдиної мети, завдань та очікуваного результату, визначення та реалізацію яких здійснює розпорядник бюджетних коштів відповідно до покладених на нього функцій [1]. Назва бюджетної програми має відображати її сутність, а кожний код програмної класифікації — бути єдиним, не повторюватися (має відрізнятися від інших назв кодів програмної класифікації). Прив'язка коду конкретної бюджетної програми до відповідного коду функціональної класифікації видатків бюджету використовується з метою складання зведеного бюджету, проведення макроекономічного аналізу, формування державної політики у сфері економіки, здійснення міжнародних порівнянь видатків за функціями. Здійснення видатків на основі бюджетних програм передбачає визначення їх конкретних відповідальних виконавців.

Для переходу до компліментарності економічного та соціального розвитку України потрібно усунути низку суперечностей, серед яких вагоме місце посідають: низька ефективність та надмірна витратність соціальної сфери; переважно фіскальний характер фінансування соціальної сфери. Перша з названих суперечностей, на думку фахівців Національного інституту стратегічних досліджень, обумовлює потребу в надмірних залученнях ресурсів на соціальні потреби [8]. Це пов'язано насамперед з тривалою відсутністю уваги з боку держави до проблем інвестування у сферу виробництва та

людський капітал. Це одна із причин низької ефективності соціального розвитку — недостатня відпрацьованість механізмів цільового надання соціальних послуг.

Фіскальний характер фінансування соціальної сфери обумовлений як стихійністю у розробленні та запровадженні системи надання платних послуг, так і нерозвиненістю механізмів диверсифікації надання послуг усіма сегментами цієї сфери. Наслідком такої ситуації є підвищення фінансового навантаження на державний та місцеві бюджети за майже цілковитої відсутності контролю за цільовим використанням отримуваних бюджетних коштів.

Розмежування напрямів видатків та відповідний розподіл дохідних джерел між державним та місцевими бюджетами і між місцевими бюджетами різних видів, встановлення механізмів їх фінансування стало одним з основних досягнень бюджетної реформи. Значні відмінності у формуванні доходів бюджетів різних територіальних утворень та у складі й обсягах їх видатків мають об'єктивний характер і виникають внаслідок різноманітності природно-кліматичних умов, неоднакового екологічного стану територій, особливостей розташування населених пунктів, насиченості шляхами сполучення, вікового складу та кількості населення, стану економічного розвитку народного господарства та інших причин. Відповідно адміністративно-територіальні одиниці мають різний податковий потенціал, різну потребу в коштах, що спрямовуються на соціальну підтримку. Тому остаточне збалансування бюджетів одного рівня досягається як розмежуванням їх доходів і видатків, так і за допомогою використання міжбюджетних трансфертів, тобто коштів, що безоплатно і безповоротно передаються з одного бюджету до іншого. Основними формами таких трансфертів є дотація вирівнювання та субвенція. Дотація вирівнювання — це міжбюджетний трансферт на вирівнювання дохідної спроможності бюджету, який його отримує. Субвенції — це міжбюджетні трансферти для використання на певну мету в порядку, визначеному органом, який прийняв рішення про надання субвенції [1, ст. 1]. В процесі формування і використання місцевих бюджетів виникають складні фінансові взаємовідносини між: органами самоврядування та всіма підприємствами, організаціями, установами що знаходяться на їх території, а також населенням цієї території у зв'язку з мобілізацією коштів до бюджетів і їх подальшим використанням; місцевими бюджетами різних рівнів щодо перерозподілу між ними фінансових ресурсів; місцевими і державним бюджетами щодо перерозподілу фінансових ресурсів для забезпечення ефективного функціонування кожного бюджету.

В умовах обмеженості фінансових ресурсів підвищується актуальність необхідності диференціації розмірів витрат місцевих бюджетів відповідно до пріоритетності фінансування, що формується залежно від конкретних умов соціально-економічного розвитку території.

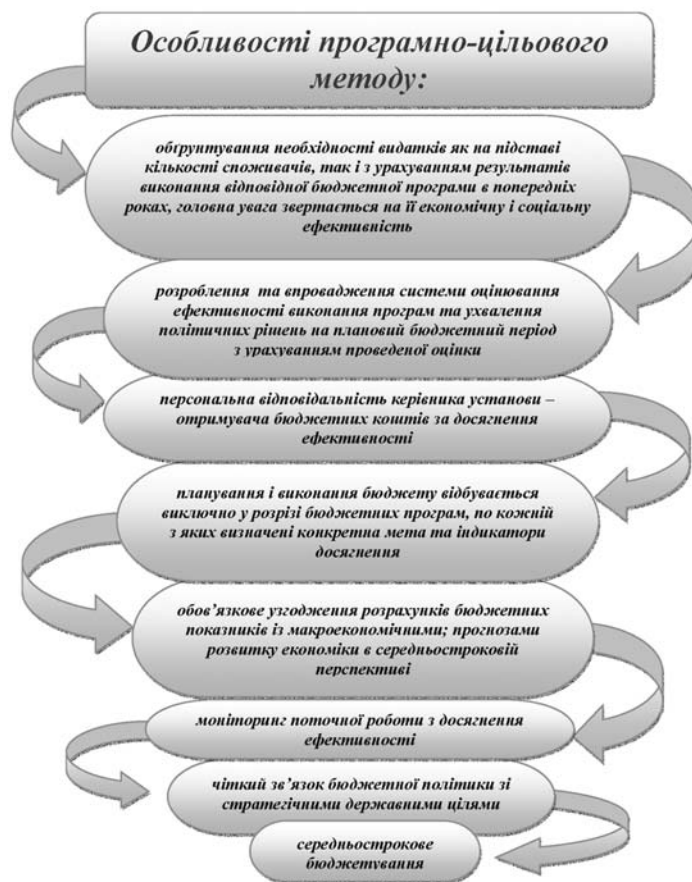
Отже, сьогодні актуальною є проблема встановлення методологічних засад єдиної координаційної системи соціальної та бюджетної політики. У складі завдань такої системи — вдосконалення міжбюджетних відносин у напрямі підвищення соціальної ефективності бюджетних програм.

Процес визначення соціальної ефективності значно утруднюється через те, що в бюджетуванні на державному і місцевому рівнях використовуються різні методологічні підходи. Зокрема, лише на рівні державного бюджету впроваджено окремі елементи програмно-цільового методу (ПЦМ). Це метод планування та управління бюджетними коштами в середньостроковій перспективі. Він передбачає розроблення та реалізацію бюджетних програм, орієнтованих на досягнення конкретного результату, та використання індикаторів їх виконання для оцінки ефективності видатків. Особливою складовою бюджетної програми, що характеризує хід її реалізації, ступінь досягнення поставленої мети та виконання завдань бюджетної програми, є результативні показники [5].

Сама ідея програмно-цільового методу полягає в тому, щоб зосереджувати увагу не лише на можливостях бюджету (існуючих ресурсах), а й на тому, як найефективніше їх використати з метою отримання конкретних результатів. Отже, програмно-цільовий метод складання бюджету передбачає новий підхід до формування бюджетних показників. Цей процес починається із зосередження уваги спершу на результатах, яких необхідно досягти в державному секторі, а вже потім ставиться питання про те, які ресурси потрібно найефективніше використати для досягнення намічених результатів і в який спосіб [6, с. 49].

Методологія ПЦМ в Україні на сьогодні потребує інноваційних змін, однак можна окреслити чіткі риси, притаманні такому бюджетуванню (рисунок).



Рисунок — **Особливості програмно-цільового методу**

Програмно-цільовий підхід до бюджетного процесу покликаний забезпечувати здійснення бюджетних видатків на цілі, що сприяють реалізації середньо- або довгострокової стратегії розвитку країни. Багаторічне планування є інструментом державного управління, його розглядають як прогноз на наступні роки, що періодично уточнюється відповідно до прийнятих фіскальних цілей.

На місцевому рівні бюджетування здійснюється з використанням традиційного по-статейного методу. Він передбачає фінансування не бюджетних програм, як попередній, а власне бюджетних установ. Планування видатків здійснюється із застосуванням балансового та нормативного методів, а також методу екстраполяції. Фінансова сутність цих методів полягає в тому, що планування здійснюється «від досягнутого» рівня витрат. Мінімальні розміри місцевих бюджетів визначаються на основі нормативів бюджетного забезпечення на одного жителя з урахуванням соціального, економічного і природного стану відповідних територій виходячи з рівня законодавчо встановлених мінімальних соціальних потреб. Основний акцент у діючій системі розробки місцевих бюджетів робиться на обсягах фінансування, тоді як якісні показники (а саме вони характеризують економічну й соціальну ефективність бюджетних витрат) не використовуються.

Принципова різниця такої методології та ПЦМ викликає суперечності в бюджетній системі між центральним та місцевими рівнями, не дає змоги впроваджувати ефективні бюджетні механізми реалізації галузевої політики. Слід також пригадати, що одним з основних завдань регіональної соціальної політики є «удосконалення фінансового забезпечення здійснення регіональних соціальних заходів» [7, с. 355]. Саме такому вдосконаленню мають сприяти зміни у підходах до застосування методів бюджетування.

На наш погляд, відображення всіх видатків на соціальний захист населення в бюджетах усіх рівнів у вигляді бюджетних програм є реальною можливістю та вагомим потенціалом удосконалення міжбюджетних відносин.

**Висновок.** Вважаємо за доцільне запропонувати такі заходи щодо удосконалення міжбюджетних відносин:

1. Зміна механізмів міжбюджетного вирівнювання. Розрахунок дотацій має здійснюватись на основі суми вартісних еквівалентів стандартів надання соціальних послуг населенню, скоригованих на норматив бюджетної участі у фінансуванні соціальних послуг. До отриманого показника додається показник оптимального рівня видаткової частини відповідного місцевого бюджету на одного мешканця порівняно з аналогічним середнім показником по Україні, виходячи з відповідного показника надходжень податків і зборів до дохідної частини зведеного бюджету України на території регіону, до якого належить відповідна адміністративно-територіальна одиниця.

2. Планування обсягу субвенцій з державного бюджету місцевим бюджетам має здійснюватись з використанням програмно-цільового методу. Основою для планування обсягу субвенцій має стати розроблення й реалізація провідними міністерствами відповідних бюджетних програм, спрямованих на досягнення конкретних цілей соціальної політики. Основними критеріями визначення ефективності здійснених видатків мають бути індикатори людського розвитку. Це дасть можливість здійснювати обґрунтування необхідності видатків з урахуванням результатів виконання відповідної бюджетної програми в минулому році, насамперед її соціальної ефективності. Остання має визначатися досягнутими показниками людського розвитку, що стане першим кроком до встановлення методологічних засад єдиної координаційної системи соціальної та бюджетної політики.

3. Створення системи постійного моніторингу та оцінки ефективності реалізації програм, яка дасть ґрунтовну характеристику ефективності витрачання коштів державного та місцевих бюджетів. Таким чином буде отримана можливість координувати діяльність учасників бюджетного процесу як на етапі планування, так і під час виконання бюджету. Посилена увага має приділятися здійсненню бюджетних витрат, зокрема міжбюджетним трансфертам.

Отже, на сучасному етапі економічного розвитку стратегічною метою вдосконалення міжбюджетних відносин має бути підвищення соціальної ефективності державних бюджетних програм та запровадження програмно-цільового методу бюджетування під час розроблення місцевих бюджетів.

*Обоснована необходимость признания стратегической целью усовершенствование межбюджетных отношений, повышения социальной эффективности государственных бюджетных программ, подчеркнута необходимость внедрения программно-целевого метода бюджетирования при разработке местных бюджетов.*

**Ключевые слова:** социальная эффективность, бюджетная программа, программно-целевой метод бюджетирования.

*The author proves the necessity of recognition as a strategic aim in improvement of inter-budget relations the state budget programs social effectiveness and emphasizes the necessity of program-oriented approach in local budgeting.*

**Keywords:** social effectiveness, budget program, program-oriented approach in budgeting.

#### Література

1. Бюджетний кодекс України: Чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 5 лютого 2012 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Каун О. Б. Концептуальні засади формування механізму міжбюджетних відносин в Україні / О. Б. Каун // Фінанси України. — 2008. — № 7. — С. 31–38.
3. Луніна І. О. Державні фінанси та реформування міжбюджетних відносин: Монографія / І. О. Луніна. — К.: Наук. думка, 2006. — 432 с.
4. Павлюк К. В. Оцінка виконання бюджетних програм: результативні показники // Фінанси України. — 2005. — № 2. — С. 22–26.
5. Про результативні показники бюджетної програми: Наказ Міністерства фінансів України від 10.12.2010 р. № 1536 [Електронний ресурс]. — Режим доступу:
6. Рожкова Л. В. Програмно-цільове планування показників бюджету // Вісник податкової служби. — 2008. — № 41. — С. 48–50.
7. Тамм А. Деякі аспекти соціальної політики держави в умовах переходу до ринкової економіки / А. Тамм. // Державне управління в Україні: реалії та перспективи. Зб. наук. пр. / За заг. ред. В. І. Лугового, В. М. Князева. — К.: Вид-во НАДУ, 2005. — 432 с.
8. Україна як соціальна держава: гасло для політичної конкуренції чи шлях до солідаризації суспільства? / О. М. Пищуліна, Я. А. Жаліло, С. І. Лавриненко, Д. С. Покришка / За заг. ред. В. Є. Воротіна — К.: НІСД, 2009. — 108 с.

## РОЗДІЛ 2

# УПРАВЛІННЯ, ПІДПРИЄМНИЦТВО, МАРКЕТИНГ

УДК: 377.3: 339.138

**Т. В. Григорчук,**  
кандидат педагогічних наук, доцент

### МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КОМПЕТЕНТІСНОГО ПІДХОДУ В ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ

*У статті розглянуто особливості застосування компетентісного підходу в процес професійної підготовки фахівців з маркетингу. Розтлумачено сутність понять «компетенції» та «компетентність», представлено компетентісну матричну модель маркетингового підрозділу.*

**Ключові слова:** професійне навчання, компетенція, компетентність, організаційна структура підрозділу маркетингу.

**Постановка проблеми.** Основним і найпринциповішим завданням навчання як освітнього процесу та соціокультурного феномену є формування суспільноадаптованого професіонала. Це означає, що носій результату навчання — випускник навчального закладу — має бути вихованою, освіченою особистістю та компетентним фахівцем, здатним активно оперувати набутими знаннями та навичками, швидко усувати їх недоліки й постійно самовдосконалюватися.

Однак реалії сучасного етапу соціально-економічного розвитку нашої країни, що обрала ринок як основу її економічної системи, показують певний відхід від задекларованих соціально-орієнтованих ринкових підходів, до наявних — капіталізованих. Знання сьогодні стали основним чинником виробництва, а отже — безпосереднім засобом формування багатства. Зазначені реалії відсунули на другий план такі результуючі чинники освітнього процесу, як інтелігентність, ерудованість, вихованість, патріотизм тощо. Головним мірилом конкурентоспроможності сучасного фахівця стала його компетентність.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема компетентісного представлення результату освіти останніми роками набула широкого поширення. Вона розглядається дослідниками в методологічному, теоретичному (В. Байденко [1], І. Зимня [2], Ю. Татур [3] та ін.) та в прикладному, власне методичному аспекті, зокрема, при визначенні результативно-цільової основи освітніх стандартів стосовно вимоги до рівня підготовки спеціаліста, реалізації набутих компетенцій у практичній діяльності тощо (П. МакЛейган [4], О. Пометун [5], А. Хуторської [6] та ін.).

Однак, незважаючи на зростаючий інтерес вчених і дослідників до компетентісного підходу в процесі підготовки фахівців, на сьогодні практично немає однозначних трактувань понять компетентісного підходу в навчанні. Це призводить до неоднозначних тлумачень наукових категорій, створює перешкоди в процесі висвітлення компетентності як результуючого чинника професійної підготовки фахівців.

**Формулювання цілей статті.** Означені вище проблемні питання дають змогу сформулювати основну мету статті, яка полягає у нашому тлумаченні сутності

компетентності та розробленні моделі матричної структури служби маркетингу підприємства, яка передбачає розподіл компетентностей за принципом ієрархії. Ми схильні вважати, що завдяки такій структурі уможливлуватиметься формування навчальних і прикладних цільових завдань у процесі підготовки компетентного фахівця з маркетингу.

**Виклад основного матеріалу.** Серед основних причин трактування результату освіти в термінах «компетенція/компетентність» і, відповідно, застосування компетентнісного підходу, особливо слід виокремити три моменти. По-перше, наявність загальноєвропейської та світової тенденції до інтеграції, глобалізації світової економіки і, зокрема, неухильно наростаючі процеси гармонізації архітектури європейської системи вищої освіти, що пов'язується з Болонським процесом. Суттєвим також є те, що разом з універсалізацією ступенів, циклів навчання, забезпечення студентської та викладацької мобільності, міжнародного визнання документів про освіту, системи освітніх кредитів і їх впровадження, Болонський процес передбачає й певну термінологічну уніфікацію, що стосується й термінів «компетенція/компетентність».

По-друге, необхідність введення компетентнісного підходу в систему освіти, що визначається зміною освітньої парадигми. Цілком очевидно, що в умовах глобалізації світової економіки зміщуються акценти з принципу адаптивності на принцип компетентності випускників освітніх установ. Зміна принципу означає і зміну підходу, де основними категоріями є — «компетенція» і «компетентність» у різному їх співвідношенні одна з одною.

По-третє, необхідність введення компетентнісного підходу в освітній процес зумовлюється директивними розпорядженнями. Так, якщо раніше виникали і проголошувалися теоретично обґрунтовані, практично впроваджені підходи (наприклад, програмування, алгоритмізація, проблемний, контекстний, системний, міждисциплінарний та інші підходи), які розглядалися та приймалися науковим і навчально-методичним співтовариством, але директивно не фіксувалися, то нині й Рада Європи (Рада Культурної Кооперації), і вітчизняна Доктрина розвитку освіти практично наказують впроваджувати компетентнісний підхід.

Природно, що проблема переорієнтації у визначенні результату освіти викликає різночитання, різне ставлення. Сьогодні є абсолютні прихильники, помірковані користувачі й автори-дослідники, які вважають, що по суті це лише термінологічна заміна того, що традиційно розглядається як результати освіти у вигляді знань, умінь і навичок. У цьому контексті важливо підкреслити трактування понять «компетенція» та «компетентність».

Звертаючись до «Великого тлумачного словника сучасної української мови», ми знаходимо пояснення цим термінам. Зокрема, компетентність тут трактується як властивість за значенням компетентний, поінформованість, обізнаність; а компетенція — добра обізнаність із чим-небудь, коло повноважень якої-небудь організації, установи, особи [7, с. 560]. Із зазначених визначень можна, з одного боку, відчувати певну тотожність цих понять, а з іншого — всеосяжність, розмитість. Ми переконані, що світова практика має значно кращі підходи до пояснення цих понять.

Дотримуючись трактування компетенції, запропонованої Н. Хомським [8], і розмежувавши поняття «компетенція» і «компетентність» на підставі потенційне — актуальне, когнітивне — особове, під «компетенцією» доцільно розуміти актуальну, сформовану якість особистості, *що ґрунтується на знаннях, інтелектуально- й особистісно-зумовлених соціально-професійних характеристиках людини*, а «компетентність» трактувати як *«інтегровану характеристику якостей особистості, результат підготовки випускника ВНЗ для виконання діяльності в певних галузях (компетенціях)»*.

Це означає, що компетенція являє собою новоутворення у структурі якості студента в системі вищої професійної освіти, яке формується впродовж освітнього циклу в межах освітньої системи, і доводить те, що компетентністю є не просто сукупність компетенцій, а сукупність компетенцій, актуалізованих у певних видах діяльності. Компетентність є мірою актуалізації компетенцій у процесі їх розвитку, пов'язана з самоактуалізацією особистості випускника у відповідних видах діяльності. Можна говорити про те, що компетентність є «ядром» або «підвалиною» професіоналізму і базою, на якій зростає майстерність професіонала.

У професійному середовищі маркетингового підрозділу підприємства реалізація набутих компетенцій відображається в понятті ступеня компетентності працівника.

На поверхневому рівні під компетентністю працівника в межах організацій зазвичай розуміють обсяг професійних і процедурних знань, які дають змогу виконувати певний вид діяльності, тобто здатність вирішувати поставлені завдання, що відносяться до об'єкта діяльності. З формальної точки зору, до компетентності працівника відносять спеціальність, яка визначається здобутою ним освітою, а також ступенем спеціалізації в певній галузі знання та наявним досвідом роботи. У компетентність працівника входять такі поняття, як його потенційна здатність створювати продукт у задані терміни, в повному обсязі та щоб цей продукт задовольняв вимогам придатності.

Реалізація компетентності багато в чому залежить від спеціалізації самого підприємства та його масштабів. Очевидно, що сучасна підприємницька діяльність може передбачати різні за кількістю і/або якістю організаційні структури та ієрархії підпорядкованості. Однак, підприємства, зорієнтовані на концепцію маркетингу, здебільшого відтворюють схожі, з управлінської точки зору, структури маркетингових підрозділів, діяльність яких спрямовується на досягнення маркетингових цілей. Їх наповненість лімітується розмірами підприємств або завданнями, висунутими місією суб'єкта підприємництва. Частина «далекоглядних» підприємницьких структур значну увагу приділяє забезпеченню власної ефективної діяльності у майбутньому, завдяки чому активно співпрацює з навчальними закладами щодо залучення студентів-практикантів, які свого часу зможуть претендувати на робочі місця. Тому загальна модель організаційної структури та ієрархія підпорядкованості служби маркетингу, компетентності працівників (практикантів) та їхній освітній рівень можуть мати вигляд, поданий на рисунку.



Рисунок — Ієрархічна модель служби маркетингу на підприємстві

Практика маркетингу передбачає різні види маркетингової діяльності. Очевидно, що кожний з них має свою специфіку, а тому виникає необхідність у розмежуванні компетентностей [9] за основними напрямками професійної діяльності, оскільки кожна з них має власну оригінальну структуру (табл. 1). Інше важливе значення цього розмежування полягає у виникненні можливостей щодо створення окремих навчальних курсів і завдань для перевірки знань, умінь, одержаних навичок і рівня отриманого досвіду фахівця. А як результат — для визначення його придатності в ієрархічній структурі служби маркетингу. Також уможливується з'ясування базового рівня отриманих компетентностей випускника ВНЗ, слухача курсової підготовки тощо.

Наведена в таблиці градація функцій за напрямками маркетингової діяльності дає змогу окреслити завдання функціональних підрозділів служби маркетингу. Однак остаточний розподіл функціональних обов'язків між конкретними працівниками та напрямками діяльності можливий лише за умови синтезу ієрархічної моделі маркетингової служби та напрямків маркетингової діяльності. В результаті можна отримати Компетентнісну матричну модель служби маркетингу (табл. 2).

У поданій моделі ми відійшли від розбудови окремих професіограм на кожному з ієрархічних рівнів, оскільки вимоги до умов роботи, протипоказання тощо залишаються спільними для кожного рівня. Змін зазнають лише компетенції, зумовлені напрямком маркетингової діяльності та ступенем ієрархії.

Таблиця 1 — Компетенції фахівців з маркетингу за напрямом діяльності

Напрямок маркетингової діяльності	Компетенції	
Дослідження та аналіз ринкової інформації	– отримання інформації про ринки; – аналіз інформації	
Стратегічне планування	– формування стратегії впливу на ринок; – розробка маркетингових планів	
Брендинг	– розробка ефективних брендів; – управління брендами та їх репутацією	
Впровадження маркетингових програм	Комунікація з цільовими аудиторіями	– розробка дієвих комунікацій; – впровадження та підтримка дієвих комунікацій
	Управління товарами та послугами	– розробка конкурентоспроможного товару/послуги; – управління конкурентоспроможним товаром/послугою
	Встановлення цін та управління ними	– розробка політики конкурентного ціноутворення; – впровадження цінової політики
	Управління каналами розподілу	– розробка дієвих каналів розподілу; – забезпечення взаємодії з учасникам каналу
	Управління відносинами зі споживачами	– підтримка й покращення відносини зі споживачами; – забезпечення ефективного обслуговування споживачів
	Управління програмами та проектами	– планування та підготовка проектів; – управління впровадження програм і проектів
Аналіз ефективності маркетингової діяльності	– проведення замірів ефективності маркетингової діяльності; – зіставлення отриманих результатів із запланованими	
Управління людськими ресурсами	– управління індивідуальною та командною роботою з ринкових досліджень; – забезпечення дієвої інтеграції маркетингових функцій; – аналіз ефективності діяльності працівників підрозділу; – управління змінами	

Таблиця 2 — Компетентнісна матрична модель служби маркетингу

		Основні види діяльності					
		Дослідження та аналіз ринкової інформації	Стратегічне планування	Брендинг	Впровадження маркетингових програм	Аналіз ефективності маркетингової діяльності	Управління людськими ресурсами
Посадові рівні	Керівник	Ко, Ке, Ві	Ро, Ке, Ко, Ві	Ро, Ке, Ко, Ві	Ко, Ке, Ві	Ро, Ко, Ке, Ві	Ро, Ке, Ко, Ві
	Менеджер	Ро, У	Ро, У	Ро, У	Ро, У, Ві	Ро, У	Ро, Д, У
	Практикуючий фахівець	Ро, Вк	Вк	Вк	Ро, Вк, Ві	Вк	–
	Помічник	Вк	Д, Вк	Д, Вк	Д, Вк	Вк	–
	Практикант	Ви, Вк, Д	Ви, Д	Ви, Д	Ви, Д	Ви, Д	–

де: Ко — контролює; Ке — керує; У — управляє; Ро — розробляє; Д — допомагає; Вк — виконує; Ві — відповідає; Ви — вивчає.

**Висновок.** Отже, із зазначеного вище випливає, що підготовка фахівця-маркетолога має здійснюватися на основі практико-орієнтованого навчання, спрямованого на оволодіння ним професійних компетентностей, які доцільно закладати у професіограми, а на цій основі формувати й освітні стандарти. Найбільш повним

зразком комплексу вимог до маркетингових фахівців може бути Компетентнісна модель служби маркетингу, у якій враховано компетенції за посадовими обов'язками та напрямками маркетингової діяльності.

*В статье рассмотрены особенности применения компетентностного подхода в процесс профессиональной подготовки специалистов по маркетингу. Растолкована сущность понятий «компетенции» и «компетентность», представлено компетентностную матричную модель маркетингового подразделения.*

**Ключевые слова:** профессиональное обучение, компетенция, компетентность, организационная структура подразделения маркетинга.

*In article considered the features of the application for competencies approach in process of professional training of marketers. Explained the essence of concepts of «competencies» and «competence», presented competencies matrix model of marketing division.*

**Key words:** professional training, competence, competencies, organizational structure of marketing department.

### Література

1. Байденко В. И. Компетенции в профессиональном образовании (к освоению компетентностного подхода) / В. И. Байденко // Высшее образование в России. 2004. — № 11. — С. 24–31.
2. Зимняя И. Ключевые компетентности — новая парадигма результата образования / Ирина Зимняя: Дайджест пед. идей и технологий. — 2004. — № 1–2. — С. 11–14; № 4. — С. 18–33.
3. Татур Ю. Г. [RTF bookmark start: }OLE\_LINK1[RTF bookmark start: }OLE\_LINK2Компетентность в структуре модели качества подготовки специалиста[RTF bookmark end: }OLE\_LINK1[RTF bookmark end: }OLE\_LINK2 / Ю. Г. Татур.: // Высшее образование сегодня. — № 3. — 2004. — С. 13–19.
4. McLagan P. A. Competency models. / P. A. McLagan // Training and Development Journal, 1980, December. № 34 (12), pp. 22–26.
5. Пометун О. І. Компетентнісний підхід в освіті й оцінювання навчальних досягнень учнів з історії / О. І. Пометун // Історія та правознавство. — 2004. — № 23. — С. 2–3.
6. Хуторской А. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования / А. Хуторской // Народное образование. — 2003. — № 2. — С. 15–22.
7. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. — К.: Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. — 1728 с.
8. Хомский Н. Аспекты теории синтаксиса / Ноам Хомский — М.: БГК им. И. А. Бодуэна Де Куртенэ, 1999. — 258 с.
9. Професійні маркетингові стандарти: керівництво для працедавців / [Електронний ресурс]. — Режим доступу до пуб.: <http://www.cim.co.uk/standards>

УДК 657.636

А. А. Гнатюк,  
доцент

## МЕТОДИЧНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ НЕОБОРОТНИХ МАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

*Розкриваються окремі проблеми оцінки необоротних матеріальних активів. Проведено аналіз інформаційного забезпечення оцінки довгострокових біологічних активів.*

**Ключові слова:** необоротні матеріальні активи, довгострокові біологічні активи, активний ринок, справедлива вартість, первісне визнання, оцінка в процесі використання.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах діяльності підприємства постійно змінюються й уточнюються завдання обліку, його методична та організаційна побудова. Основне завдання обліку — покращення інформаційного забезпечення управління, що зумовлює потребу перегляду низки теоретичних і практичних положень бухгалтерського обліку, методики формування та обробки облікової інформації.

Необоротні матеріальні активи є основою господарської діяльності підприємства, одним із ключових елементів процесу виробництва продукції, а отже, одним із найважливіших об'єктів обліку і звітності, що характеризує загальний майновий стан підприємства, його економічний потенціал та інвестиційну привабливість.

Раціональне і водночас ефективне використання необоротних матеріальних активів підприємства у ринкових умовах потребує розроблення нових методичних рекомендацій на якісно новій основі з урахуванням міжнародних принципів обліку та звітності.

**Аналіз останніх досліджень.** Питання оцінки необоротних матеріальних активів досліджували відомі вчені-економісти, такі як: Ф. Бутинець, С. Голова, В. Жук, В. Моссаковський, Л. Ловінська, М. Огічук, Н. Малюга, Я. Соколов, І. Яремко та ін. Аналіз цих досліджень дає підстави стверджувати, що залишається ще багато питань, які потребують поглибленого вивчення. Одним з них є оцінка біологічних активів за справедливою вартістю.

**Метою статті** є дослідження різних теоретичних підходів до оцінки необоротних матеріальних активів.

Відповідно до поставленої мети в статті вирішувались такі **завдання**:

- дослідити методичні засади та підходи до оцінки необоротних матеріальних активів;
- дослідити інформаційне забезпечення оцінки довгострокових біологічних активів за справедливою вартістю.

**Об'єктом дослідження** є сукупність господарських операцій, що впливають на формування оцінки необоротних матеріальних активів.

**Виклад основного матеріалу.** Світова міжнародна економічна система, що ґрунтується на міжнародному розподілі праці, потребує застосування єдиних норм та принципів ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності, уніфікації звітних форм та показників.

Важливим чинником введення стандартів фінансової звітності є можливість порівняння підприємств у різних країнах світу для задоволення потреб у інформації про підприємство міжнародних ринків капіталу.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», для приведення національних стандартів ведення бухгалтерського обліку у відповідність до міжнародних стандартів було запроваджено П(С)БО 7 «Основні засоби», П(С)БО 32 «Інвестиційна нерухомість», П(С)БО 27 «Необоротні активи, утримувані для продажу та для припинення діяльності», П(С)БО 30 «Біологічні активи». Це призвело до того, що необоротні матеріальні активи в Україні обліковують за чотирма стандартами, деякі положення яких іноді суперечать один одному. Водночас,



як засвідчує практика, запровадження П(С)БО 30 «Біологічні активи» зумовили численні труднощі в роботі облікових служб на сільськогосподарських підприємствах. У зв'язку з новими методологічними засадами формування облікової інформації, збільшення роботи облікових службам на багатьох підприємствах не проводять оцінку довгострокових біологічних активів.

Уперше в практиці бухгалтерського обліку необоротний матеріальний актив обліковується за різними оцінками: за справедливою та первісною вартістю. Оцінка є однією з найскладніших облікових процедур, тому на практиці часто виникають питання, пов'язані з оцінкою основних засобів та довгострокових біологічних активів.

Відповідно до національних стандартів, діють такі підходи до оцінки вартості необоротних матеріальних активів:

- оцінка при первісному визнанні (довгострокові біологічні активи оцінюють відповідно до П(С)БО 7 «Основні засоби»);

- оцінка в процесі використання;

- справедлива вартість.

*Оцінка при первісному визнанні.*

Загальні положення визначення вартості основних засобів і довгострокових біологічних активів при первісному визнанні та оцінці узагальнені в табл. 1.

Оцінка біологічних активів за первісною вартістю відповідає існуючій практиці і не викликає значних труднощів при її визначенні.

*Оцінка в процесі використання.*

Оцінка в процесі використання необоротних матеріальних активів має забезпечувати ефективне застосування механізму переоцінки (дооцінки, уцінки).

Таблиця 1 — **Первісне визнання та оцінка основних засобів і довгострокових біологічних активів згідно з П(С)БО 7 «Основні засоби»**

Критерій	Порядок визнання та оцінка
Придбання за грошові кошти	За первісною вартістю, яка включає: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ціну придбання за вирахуванням знижок, відповідно до договору з постачальником (продавцем), непрямих податків, крім випадків, якщо вони не відшкодовуються підприємству відповідно до чинного законодавства;</li> <li>• реєстраційні збори, державне мито та аналогічні платежі, що здійснюються у зв'язку з придбанням (отриманням) права на об'єкт;</li> <li>• сума ввізного мита;</li> <li>• витрати на транспортування;</li> <li>• витрати зі страхування ризиків доставки;</li> <li>• інші витрати, що безпосередньо пов'язані з придбанням необоротних матеріальних активів і доведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання у запланованих цілях</li> </ul>
Безоплатне отримання	• за справедливою вартістю з урахуванням витрат, безпосередньо пов'язаних з доведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання із запланованою метою
Обмін	На подібний: <ul style="list-style-type: none"> <li>• залишкова вартість переданого об'єкта. Якщо залишкова вартість переданого об'єкта перевищує його справедливую вартість, то первісною вартістю об'єкта є справедлива вартість переданого об'єкта з включенням різниці до витрат звітного періоду.</li> </ul> На неподібний: <ul style="list-style-type: none"> <li>• справедлива вартість переданого активу, збільшена (зменшена) на суму грошових коштів чи їх еквівалентів, що належать до сплати (отримання) за обмінною операцією</li> </ul>
Внесок до статутного капіталу	Погоджена засновниками (учасниками) підприємства справедлива вартість з урахуванням витрат, пов'язаних з доведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання із запланованою метою
Переведення до основних засобів, довгострокових біологічних активів з поточних активів	За справедливою вартістю, зменшеною на очікувані витрати на місці продажу

Розроблено за Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затвердженим наказом Міністерства фінансів України від 27.04. 2000 р. № 92 (зі змінами та доповненнями).

Із прийняттям національних положень обліку, підхід до потреби в проведенні переоцінки необоротних активів був дещо переосмислений і в його основу було покладено новітні принципи управління активами підприємства. Вартість необоротних активів перестала бути чистою формальністю. Особливо це видно із необхідності проводити оцінку довгострокових біологічних активів на дату балансу за справедливою вартістю (П(с)БО 30 «Біологічні активи»).

Загальні положення визначення справедливої вартості довгострокових біологічних активів на дату балансу узагальнені у табл. 2.

Розглянемо найбільш неоднозначний порядок оцінки довгострокових біологічних активів, оцінка за справедливою вартістю.

Відповідно до П(С)БО № 30 «Біологічні активи», довгострокові біологічні активи «відображаються на дату проміжного і річного балансу за справедливою вартістю, зменшеною на очікуванні витрати на місці продажу» [7]. Введення цього положення є найбільш суперечливим щодо оцінки біологічних активів. Насамперед це положення суперечить чинному законодавчому акту, а саме Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», ст. 4 якого визначає, що пріоритетною є оцінка активів підприємства за історичною (фактичною) собівартістю.

**Таблиця 2 – Оцінка довгострокових біологічних активів на дату балансу згідно з П(С)БО 30 «Біологічні активи»**

Критерій	Порядок визнання та оцінка
Довгострокові біологічні активи, у т. ч.	За справедливою вартістю, зменшеною на очікуванні витрат на місці продажу. Виходячи із цін, що склалися на відповідні біологічні активи на активному ринку на звітну дату
За умови відсутності суттєвих негативних змін у технологічному, ринковому, економічному або правовому середовищі, у якому діє підприємство	За справедливою вартістю, визначеною за останньою ринковою ціною операцій з такими активами (інформація останніх укладених підприємством контрактів)
За умови відсутності інформації про ринкові ціни на окремій довгострокові біологічні активи	За справедливою вартістю, визначеною виходячи з ринкових цін на подібні біологічні активи, скоригованих з урахуванням індивідуальних характеристик, особливостей або ступеня завершеності біологічних перетворень активу, для якого визначається справедлива вартість
	За справедливою вартістю, визначеною за додатковими показниками, що характеризують рівень цін на довгострокові біологічні активи
	За вартістю продукції, яка може бути отримана у разі припинення процесів його життєдіяльності
Справедлива вартість визначена за теперішньою вартістю майбутніх чистих надходжень від активу, обчислена відповідно до п. п. 11-14 П(С)БО 28 «Зменшення корисності активів»	
Біологічні активи рослинництва, якщо вони оцінюються на ринку з урахуванням вартості землі	За справедливою вартістю за вирахуванням справедливої вартості землі та капітальних витрат на її поліпшення
Довгострокові біологічні активи, справедливу вартість яких на дату балансу достовірно визначити не можливо	За первісною вартістю з урахуванням сум їх зносу і витрат від зменшення корисності відповідно до П(С)БО 7 «Основні засоби». Активи, оцінені за первісною вартістю, об'єднуються в одну групу та обліковуються окремо від довгострокових біологічних активів, оцінених за справедливою вартістю
Незрілі довгострокові біологічні активи	<ul style="list-style-type: none"> <li>До досягнення продуктивного віку — за сумою витрат, понесених на їх закладку та вирощування.</li> <li>При переведенні до довгострокових біологічних активів — за справедливою вартістю, зменшеною на витрати на місці продажу, якщо її можна достовірно визначити</li> </ul>

Розроблено за Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи», затвердженим наказом Міністерства фінансів України від 18.11. 2005 р. № 790 (зі змінами та доповненнями).

Багато науковців у своїх публікаціях звертали увагу на неузгодженість нормативних актів [1, 4] при оцінці біологічних активів за справедливою вартістю. Різні методологічні засади в оцінці зумовили численні труднощі облікової роботи та не набули поширення на сільськогосподарських підприємствах. Слабкою стороною справедливої оцінки є її умовний характер. Оцінка визначається не за реальною господарською операцією і не підтверджується первинними документами, а визначається за допомогою різних підходів (витратного, дохідного, порівняння продаж чи аналогів продаж).

У посібнику «Облік сільськогосподарської діяльності» [5] таких підходів запропоновано п'ять (аналіз контрактів, аналогів, прийняття цін, експертна оцінка комісії, стороння професійна оцінка). Тим самим підприємство стоїть перед складним вибором щодо обрання методу визначення справедливої вартості, що, на нашу думку, є не досить логічно.

Також підприємство порушує принцип обачності, який вимагає дотримання мінімізації невизначеності показників.

Відповідно до П(С)БО № 30 «Біологічні активи», п. 13 передбачено, що справедлива вартість біологічного активу ґрунтується на цінах активного ринку. За наявності кількох активних ринків біологічних активів їх оцінка ґрунтується на даних того ринку, на якому підприємство передбачає продавати біологічні активи. У разі відсутності активного ринку справедливу вартість визначають за альтернативними методами, передбаченими цим стандартом.

Згідно з міжнародними стандартами фінансової звітності (зокрема МСФЗ 38) «Активний ринок (active market) — ринок, стан якого повністю відповідає зазначеному нижче:

- а) об'єкти, що їх продають і купують у межах ринку, є однорідними;
- б) як правило, можна у будь-який час знайти зацікавлених покупців і продавців;
- в) інформація про ціни загальнодоступна.

Методичними рекомендаціями з бухгалтерського обліку біологічних активів п. 5.1 [2] дозволено підприємству самостійно визначити методику аналізу джерел інформації з метою встановлення справедливої вартості біологічних активів.

Джерелами інформації можуть бути:

1. Самостійний збір інформації про ціни на ринку:

- Інформація про ціни з попередніх контрактів купівлі-продажу активів, укладених підприємством, з урахуванням цінових коливань що пройшли за оцінюваний період (зміни в технологічному, ринковому, економічному, правовому, податковому середовищі).

- Інформація організованих гуртових ринків (табл. 3).

- Отримання інформації з органів державного управління (табл. 4).

Інформація моніторингу цін на вартість м'яса в живій вазі обласними управліннями цін по Рівненській та Хмельницькій облдержадміністраціях формується за цінами, що склалися на переробних підприємствах. Інформація на сайтах відсутня.

Таблиця 3 — **Інформація організованих гуртових ринків про ціни активного ринку вартості дорослих тварин основного стада**

Джерело інформації	Умови отримання інформації
Інформація організованих гуртових ринків	Гуртовий ринок у Хмельницькій та Рівненській областях відсутній
Сайти У тому числі: <a href="http://shuvar.iviv.ua/gurt.html">http://shuvar.iviv.ua/gurt.html</a> ; <a href="http://www.ukragroportal.com">http://www.ukragroportal.com</a> ; <a href="http://www.ukragroconsult.com">http://www.ukragroconsult.com</a> ; <a href="http://www.agrotorg.net/kp.php">http://www.agrotorg.net/kp.php</a>	Відсутній доступ Одинична, приватна, стихійна інформація Платний доступ Відсутній доступ
Прайси, рекламні проспекти виробників	Тимчасова, приватна, одинична, стихійна інформація
Інформаційні бюлетні, періодичні видання	Інформація не розповсюджується серед селянсько-фермерських господарств, сільськогосподарських підприємств

Розробка автора.

Таблиця 4 — Інформація органів державного управління про ціни активного ринку вартості дорослих тварин основного стада

Джерело інформації	Умови отримання інформації
Середньозважені біржові ціни, режим доступу: <a href="http://www.minagro.kiev.ua/page/?3699">http://www.minagro.kiev.ua/page/?3699</a>	Для оцінки дорослих тварин основного стада відсутня інформація
Дані цінового моніторингу Міністерства аграрної політики, Режим доступу: <a href="http://www.minagro.kiev.ua/page/?10314">http://www.minagro.kiev.ua/page/?10314</a>	Дає змогу отримати дані за закупівельними та оптово-відпускними цінами
Інформація управліннь агропромислового розвитку райдержадміністрацій	Систематизована інформація відсутня
Інформація моніторингу цін на сільськогосподарську продукцію, що надається Торговими домами, обласними, районними дорадчими службами, режим доступу <a href="http://www.koras.com.ua/ARK/price3.php">http://www.koras.com.ua/ARK/price3.php</a> <a href="http://www.torg.org.ua/">http://www.torg.org.ua/</a>	Ціни станом на 28.10.2005 р., інформація не поновлюється Інформація відсутня

Розробка автора.

У Рівненській області, станом на 01.01.2011 р., працює одна сільськогосподарська дорадча служба «Наука», яка надає інформаційно-консультативну допомогу з питань розробки технологічних карт вирощування сільськогосподарської продукції, консультації з питань обробки ґрунту, внесення добрив тощо. Моніторингом цін служба не займається. Вартість послуг досить значна.

#### Висновки

Здійснивши аналіз джерел інформації для визначення цін, наведених у Методичних рекомендаціях з обліку біологічних активів та сільськогосподарської продукції за ринковою (справедливою) вартістю, розроблених В. Жуком [3], ми бачимо, що незважаючи на широкий вибір джерел інформації, встановити ціни на дорослих тварин основного стада досить проблематично, а також не завжди приводить до бажаного результату.

Таке нововведення створює труднощі щодо об'єктивності визначення справедливої вартості окремих активів, а саме:

- на ринку спостерігаються коливання цін на живу масу великої рогатої худоби, ціни протягом 2008 р. збільшувались, а у 2009 спостерігається поступове незначне їх зменшення;
- не завжди присутній активний ринок, а якщо й існує такий ринок, то за окремими активами відсутня інформація про ринкові ціни;
- методика визначення достовірної справедливої вартості та її документальне підтвердження на певну дату потребує значних трудових та матеріальних витрат. Особлива інформація розміщена на веб-сайтах, оскільки значна кількість сільськогосподарських підприємств, які були залучені до проведеного анкетування, не має доступу до мережі Інтернет, а також деякі веб-сайти, що періодично оновлюються, мають платний доступ;
- викликають також труднощі під час обробки інформації через низьку (36%) автоматизацію облікового процесу.

*Раскрываются отдельные проблемы оценки необоротных материальных активов. Проведен анализ информационного обеспечения оценки долгосрочных биологических активов.*

**Ключевые слова:** необоротные материальные активы, долгосрочные биологические активы, активный рынок, справедливая стоимость, первичное признание, оценка в процессе использования.

*Basic Methodical and information evaluation of fictitious assets. Discrete problems of unfold.*

**Key words:** irreversible tangible assets, long-lived biological assets, active market, reasonable value, primitive confession, an estimation is in the process of the use.

#### Література

1. Герасимчук І. В. П(С)БО «Біологічні активи»: історичні, соціальні і економічні проблеми адаптації до вітчизняної облікової культури [Текст] / Облік і фінанси АПК. — 2007. — № 11–12.
2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів [Текст] : затверджено наказом Міністерства фінансів України від 14.12.2007 р. № 1413.
3. Методичні рекомендації з обліку біологічних активів та сільськогосподарської продукції за ринковою (справедливою) вартістю [Текст] / За ред. В. М. Жука / Облік та фінанси АПК. — 2008. — № 1. — С. 5–22.
4. Моссаковський В. Облік біологічних активів [Текст] / Бухгалтерський облік і аудит. — 2009. — № 4. — С. 38–49.
5. Облік сільськогосподарської діяльності [Текст] : навч. посібник / За ред. В. М. Жука. — К., 2007. — 368 с.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 7 «Основні засоби» [Текст]: затверджено наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92 // Офіційний вісник України. — 2000. — № 21. [RTF bookmark start: }\_Ref211966423
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» // [Електронний ресурс]: затверджений Наказом Міністерства фінансів України від 18 листопада 2005 р. № 790. [RTF bookmark end: }\_Ref211966423 — Режим доступу: <http://www.uazakon.com/document/fpart34/idx344446.htm>

УДК 65.05

Л. Л. Іваницька,  
кандидат економічних наук, доцент

## РОЗВИТОК СПОЖИВАЧА НА РИНКУ ПІД ВПЛИВОМ РЕКЛАМНОГО ПОВІДОМЛЕННЯ

У статті проаналізовано вплив рекламного повідомлення на розвиток запитів споживача. Послідовно розкриваючи етап просування товару до споживача, автор виокремлює п'ять етапів руху товару до споживача.

**Ключові слова:** ринкова поведінка споживача, маркетингові комунікації, просування товару, система цінностей споживача, форми комунікації.

**Вступ.** Розвиток одержувача рекламного повідомлення є складним багатостороннім внутрішнім процесом, спрямованим на задоволення потреб на основі механізму обміну. Знання про механізми, що керують поведінкою покупця, становлять значну частину знань про маркетинг, а інколи навіть трактується як фундамент маркетингу. Ця проблема також є значним компонентом знань, що стосуються маркетингової комунікації, оскільки є істотним, логічним елементом рекламних дій організації у сфері її комунікації на ринку. Вона є передумовою формування відповідної стратегії комунікації, адекватної вибраним секторам і ринковим нішам, і водночас утворює сферу оцінки та аналізу ефективності рекламної діяльності організації.

**Вихідні передумови.** Проблематиці ринкової поведінки покупця присвячено багато наукової та прикладної літератури [1]. Характеризує її, з одного боку, міждисциплінарність, а з іншого, потребує багато методологічних висновків і підходів. Розглядаючи ці проблеми з утилітарної точки зору відносно головного перебігу роздумів, за основу аналізу в цій статті взято підхід К. Г. Уолтерса (C. G. Walters), який розвиток покупця на ринку розглядає саме в аспекті процесу комунікації організації з ринком [2]. Розміри і характер цієї роботи не дає змоги провести ґрунтовнішу презентацію або критичний аналіз різних концепцій і моделей ринкової поведінки покупця.

**Формування мети статті.** Мета статті — розгледіти процес розвитку споживача й умов його здійснення, а отже, провести аналіз проблем удосконалення механізму маркетингової комунікації і характеристики детермінантів, що визначають роль одержувача повідомлення в цьому процесі.

**Виклад методики і результатів дослідження.** В науковій літературі на цю тему повсюдно наголошується, що поведінка покупця на ринку — це не одноразова дія, а процес, що складається з кількох різних етапів (рисунок). Він має постійний характер, оскільки пов'язаний з безперервним процесом задоволення матеріальних і нематеріальних потреб кожної людини.

Не дивлячись на те, що кількість етапів, що описують процес ринкового розвитку споживача, різняться у авторів, але як основні етапи цього процесу вони виокремлюють такі:

- відчуття потреби;
- пошук інформації;

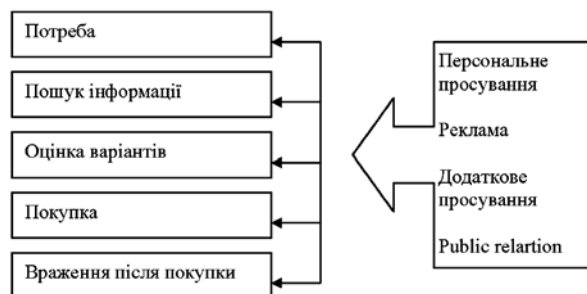


Рисунок — **Просування товару і процес розвитку споживача на ринку**

- оцінка варіантів [3] вибору;
- вибір і покупка;
- враження та оцінки після покупки [4].

Рисунок демонструє вплив просування товару на поведінку споживача на всіх етапах його розвитку і ринкових рішень. Просування товару, разом із соціальним оточенням, економічними умовами покупки і власним досвідом, пов'язаним із придбанням певного товару або послуги й зафіксованої купівельної поведінки, створює значний елемент сфери, що регулюють конкретні ринкові рішення покупця. Воно, як таке, утворює необхідне, природне доповнення другої сфери розвитку — реального прошарку.

Просування товару в усіх формах і функціях, а також за допомогою різних наявних інструментів зумовлює процес поведінки споживача. Як відомо, просування товару реалізує три головні функції: інформаційну, переконуючу і конкурентну, які постійно реалізуються, оскільки процес задоволення потреб є постійним, що стає формою постійної ринкової присутності організації, яка є постійним відправником повідомлення до свідомості його адресатів.

Кожна з цих функцій впливає, інколи різним способом, на окремі етапи прийняття рішення про покупку продукту. Просування товару дає сильний вплив на сприйняття адресатом повідомлення про відсутність або потребу в певному товарі або послугі (етап перший). Ця функція просування товару — формування потреби — є первинною відносно останніх, а її значення — ініціація процесу покупки. Покупка — це наслідок усвідомленої, а інколи й неусвідомленої потреби, сформованій здебільшого саме через рекламну діяльність організації — відправника повідомлення.

Формування потреб не вичерпує цілісності ринкової поведінки споживача. Маркетингова комунікація через інформаційно-переконливі (спонукальні) функції спрямована на створення джерел інформації для надання потенційним клієнтам відповідних даних, про нові способи та засоби задоволення потреб, цим самим вписуючи їх у структуру потреб і про нові можливості їх задоволення (етап другий). Вона є джерелом ринкової інформації, якщо і не єдиним, то, поза сумнівом, значним. Якщо другий етап розвитку — це пошук споживачем інформації про форму й умови задоволення потреб, то система маркетингової комунікації має йому в цьому пошуку значно допомогти. Для цього потрібно провести широку рекламну присутність організації в тих засобах інформації, місцях і формах, які доступні для шукаючого споживача продукту організації, і який є адресатом рекламної діяльності: це різноманітні засоби інформації, торги, виставки, місця продажу, Інтернет, спеціальні акції, організовані в рамках public relations, тощо. Просування товару на цій фазі процесу ринкових рішень споживача має не лише надавати інформацію про продукт, а й впливати на обґрунтованість потреби та формування переваги вибору. Це сфера сприйняття переконливої функції просування товару.

Переваги в значній мірі визначають конкретні кроки і ринкову поведінку сучасних споживачів. Оскільки вони виражають власну, індивідуальну систему цінностей окремого споживача, але водночас, вони є знаком лояльності й звички до торгівельної марки. Отже, очевидно, що існуючі переваги і лояльність можуть бути предметом серйозних маркетингових зусиль багатьох організацій.

На третьому етапі — оцінка варіантів вибору — особливе значення мають переконуюча і конкурентна функції просування товару. Їх завдання — «допомога» у виборі «відповідного, найкращого варіанту» з погляду відправника повідомлення і очікувань споживача. Оперуючи комплексом різноманітних інструментів як раціонального характеру, так і емоційного просування товару стає все більш значним елементом ринкової конкуренції. При все зростаючій подібності продуктів в рамках певного класу товарів і зменшенні цінового діапазону, воно стає важливим елементом ланцюжка пропонованих цінностей і фактором створення реальної конкурентної переваги.

Етап четвертий є результатом трьох попередніх етапів і реальних закупівельних ситуацій. На кожну з цих змінних впливає просування товару як прямо, так і опосередковано. Частина інструментів просування товару може «підводити» потенціального покупця до фази покупки (реклама, PR), формуючи потреби і переваги вибору, інша ж частка виконує ключову роль у момент ухвалення закупівельного рішення. В разі нерішучості покупця таку роль можуть виконувати продавці у вигляді поради і допомоги, але водночас, використовуючи переконливі аргументи, створюють

ситуацію, що зобов'язує купити. Подібну роль у вирішальному процесі відіграють сильні економічні стимули, що знаходяться в інструментах додаткового просування товару (два за ціною одного, значне зниження ціни, пропозиція з поверненням еквіваленту тощо), а також елементи матеріальної і технічної інфраструктури місця продажу, що створюють систему візуальної ідентифікації організації.

Етап п'ятий — формування вражень і оцінок після покупок — є наслідком прийнятих рішень. Він пов'язаний з оцінкою стану задоволення від купленого товару або послуги. Проте, розглядаючи процес розвитку споживача на ринку в аспекті маркетингової комунікації, слід наголосити, що в реальності істотним критерієм оцінки задоволення є відповідність якості купленого продукту з якістю, що демонструється в рекламі, або іншими інструментами просування товару (наприклад, «продукт зберігає і далі всі свої параметри якості, незважаючи на значне зниження ціни»). Ця сфера формування оцінки відіграє вирішальну роль у формуванні враження після покупки: позитивних (в разі відповідності — задоволення від покупки) або негативних (незадоволення від покупки). Формування оцінок зробленої покупки не закінчує процес ринкової поведінки споживачів. Оскільки закупівельні оцінки накопичуються і «зберігаються» в пам'яті покупця, формуючи — залежно від фінансового значення покупки і розміру відмінності — більш-менш постійний компонент його досвіду. Щодо принципів дворівневої моделі комунікації, а також часткових практичних експериментів, вона може бути джерелом формування лояльності покупця відносно організації, пропонованої торгівельної марки або місця покупки, а також подальшої ефективності рекламної діяльності. У формуванні позитивних вражень, а також їх утриманні, використовують форми міжособової комунікації (особисті листи з вдячністю за надану довіру і проведену покупку як в традиційній формі, так і електронній (e-mail), а також масову (фіксована реклама, що виражає подяку і готує існуючих споживачів до новинок, також вручення після певної операції рекламної дрібнички або деякі дії PR, спрямовані на клієнтів фірми, тощо). Значення такого типу діяльності зростає в ситуації появи явища дисонансу після покупки, пов'язаного з переконанням споживача про виконання невдалої і сумнівної покупки. Це викликає потребу посилення дій з боку відправника повідомлення, спрямованих на зниження виниклої мотиваційної напруги споживача і уникнення втрати покупця в майбутньому. Проте воно одночасно створює сферу для рекламної активності конкурентів, які можуть адресувати своє повідомлення незадоволеним споживачам і використовувати це як значний аргумент своєї рекламної кампанії.

**Висновки.** Подана схема розвитку споживача на ринку має модельний характер. Вона є загальною теоретичною характеристикою, що описує механізм ринкової поведінки споживача.

Очевидно, що загальний вимір процесу ухвалення рішення про покупку подає помітне спрощення реальності, оскільки існують ситуації, які потребують від покупця «проходження» через усі фази, але є й такі, в яких покупка відбувається швидко при відчутті потреби, пропускаючи другу і третю фазу, а також в ситуації повторних покупок — також і п'яту. В широкому сенсі виокремлюються чотири основні типи поведінки покупців на ринку і типи покупок, що відповідають їм:

- раціональна поведінка і покупка (усвідомлене й осмислене використання існуючих засобів для досягнення певної мети з якнайкращим використанням наявної інформації);
- рутинна (випадкова) поведінка і покупка (відмова від пошуку нових варіантів і рішень);
- імпульсна поведінка і покупка (що характеризується спонтанною, несподіваною поведінкою в цю хвилину);
- поведінка і покупки, що стимулюються соціальним оточенням (сформовані під впливом поточних норм оточення).

На ці виміри також накладається різноманітність поведінки споживачів, викликана різним рівнем захоплення покупкою.

*В статье анализируется влияние рекламного сообщения на развитие запросов потребителя. Последовательно раскрывая путь продвижения товара на рынок, автор выделяет пять этапов движения товара к потребителю.*

**Ключевые слова:** рыночное поведение потребителя, маркетинговые коммуникации, продвижение товара, система ценностей потребителя, формы коммуникации.



*In the article influence of publicity report is analysed on development of queries of user. Consistently exposing the way of advancement of commodity to the market, an author selects five stages of motion of commodity to the user.*

**Key words:** market conduct of user, marketings communications, advancements of commodity, system of values of user, forms of communication.

#### Література

1. Цікавий огляд досліджень і концепцій в цій області включає робота Zachowanie konsumenta. Konserpcje i badania europejski, M. Lambkin, G. Foxall, F. Van Raaij, B. Heilbrunn (ред.), PWN, Warszawa 2001.
2. Walters C. G., *Consumer Behavior. Theory and Practice*, L.Wiley, New York 1974.
3. Цей етап часто називають «оцінка альтернатив вибору» (alternative evaluation), що не зовсім правильно. Альтернатива означає одну з двох можливостей, між якими необхідно зробити вибір, тоді як в реальності поле вибору може бути значно більшим і охоплювати, особливо в початковій фазі процесу покупки, кілька або навіть десятки варіантів вибору.
4. Див. R. S. Winer, *Marketing management...*, с. 128, J. F. Engel, M. R. Warsaw, T. C. Kinnear, *Promotional Strategy...*, с. 127–130, E. Duliniec, *Postepowanie nabywcow towarow konsumpcyjnych w krajach pro gospodarce rykowej. Analiza marketingowa*, SGPiS, Monografie i Opracowania № 204, Warszawa 1986 р., *Zachowania konsumenta...*, цит. робота, L. Rudnicki, *Zachowanie konsumentow na rynku*, PWE, Warszawa 2000, K. Mazurek-Lopacinska, *Zachowania nabywcow jako podstawa strategu marketingowej*, AE Wroclaw 1997 L Garbarski, *Zrozumiec nabywce* PWE, Warszawa 1994, G.Swiatowy *Zachowania konsumentenckie*, AE, Wroclaw, 1994, S. Gajewski, *Zachowanie sie konsumenta a wspolczesny marketing*, Wydawnictwo Uniwersytetu Lodzkiego, Lodz, 1994.

УДК 336.226.112:346

**Т. В. Блудова,**  
доктор економічних наук, професор  
**С. М. Петько,**  
студент IV курсу

## ПРИБУТОК ФІРМИ ТА ОБСЯГ ПОДАТКІВ, ЩО НАДХОДЯТЬ ДЕРЖАВІ ЗА ДАНОЇ ПОДАТКОВОЇ СТАВКИ

*У статті розглянуто податок на прибуток фірми як один з основних бюджетоутворювальних податків національної податкової системи України.*

**Ключові слова:** податок, прибуток, фірма, Податковий кодекс.

Зміни, що відбуваються у фінансовій і, зокрема, податковій та бюджетній системах України потребують концептуального перегляду основних фінансово-правових категорій і понять, обґрунтування перспектив трансформації сучасних фінансово-правових інститутів [6; 7].

Науковцями широко обговорюються проблеми впровадження та перспективи вдосконалення Податкового кодексу України, розглядаються актуальні питання трансформації податкової системи України, визначаються прогресивні кроки та дискусійні аспекти впровадження Податкового кодексу, вивчаються практичні аспекти використання положень Податкового кодексу в діяльності підприємств [10].

Останнім часом податок на прибуток підприємств, що за своєю природою є потужним фіскальним інструментом для стимулювання інвестицій та економічного розвитку, перебуває у центрі уваги українського уряду та бізнесу.

Податковий кодекс України регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема, визначає вичерпний перелік податків та зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження й обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства [2].

Новий Податковий кодекс України містить розділ «Податок на прибуток підприємств», який складається з 29 статей (ст. 133–161), де визначено перелік платників податків, перелік об'єктів оподаткування, ставки податку, порядок обчислення податку, доходи, витрати, порядок нарахування амортизації, оподаткування операцій особливого виду, особливості оподаткування окремих платників податку, безнадійну та сумнівну заборгованість, оподаткування нерезидентів та спеціальні правила.

Тому **метою статті** є дослідження зниження податків на прибуток фірми з огляду на позитивні зміни у Новому Податковому кодексі України як стимулюючу функцію у розвитку підприємства.

Ст. 134 «Об'єкт оподаткування» визначає, що об'єктом оподаткування є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом зменшення суми доходів звітного періоду, визначених згідно зі ст. 135–137 Кодексу [2], на собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг та суму інших витрат звітного податкового періоду, визначених згідно зі ст. 138–143 цього Кодексу, з урахуванням правил, встановлених ст. 152 цього Кодексу; 134.1.2. дохід (прибуток) нерезидента, що підлягає оподаткуванню згідно зі ст. 160 цього Кодексу, з джерелом походження з України [4].

До сучасних тенденцій системи оподаткування належать: 1) перенесення акценту з фіскальної ролі податків на стимулюючу, 2) зниження прогресивності податків, 3) зменшення податкових пільг, 4) зниження податків із прибутку підприємств [5].

Українські фінансисти обрали шлях світових фіскальних тенденцій, скерований на поступове зменшення ставки податку на прибуток.

Субботович Ю. Л. теоретично обґрунтовує економічну сутність прибутку й особливості його формування та використання за умов переходу до ринку, розглядає

вплив прибутку на фінансове забезпечення економічного й соціального розвитку суспільства за умов економічної трансформації [9].

Бавін Є. В. визначає шляхи удосконалення механізму оподаткування прибутку та підвищення ефективності його регулювального впливу на функціонування промислових підприємств, а також досліджує теоретичні засади оподаткування прибутку підприємств, класифікує чинники, що визначають використання податку на прибуток підприємства у складі системи оподаткування, проводить аналіз механізму оподаткування прибутку підприємств в Україні [1].

Привертає увагу дослідження Д. М. Серебрянського, де науковець визначає економічний зміст поняття «податок на прибуток підприємств» і його потенціал інвестиційного стимулювання [8].

Суттєве зниження ставок податку на прибуток юридичних осіб стало одним з основних позитивних положень Податкового кодексу, де передбачається поетапне зниження ставки податку на прибуток підприємств — з 25% до 16%, а саме — у 2011 р. знизиться з 25% до 23%, у 2012 — до 21%, у 2013 — до 19%, у 2014 р. — до 16% [2]. Така базова ставка податку на прибуток зніме відчутне податкове навантаження, що сприятиме економічному й соціальному розвитку підприємств.

У нашому дослідженні ми розглядатимемо платників податку серед резидентів — суб'єктів господарювання, таких юридичних осіб, які провадять господарську діяльність як на території України, так і за її межами (ст. 133.1.1 «Платники податку») [3].

Нехай ціна на продукцію  $P(q) = a - bq$ , тобто лінійно спадає зі збільшенням обсягу готової продукції на ринку, а витрати  $C(q)$  залежать від обсягу продукції  $q$  у вигляді:  $C(q) = cq^2 + dq + e$ , де  $a, b, c, d, e$ , — деякі додатні числа. Нехай податок є акцизом зі ставкою  $t$ , тобто з кожної проданої одиниці товару держава отримує податок  $t$ , і податкова сума дорівнює  $T = tq$ .

Тоді фірма має прибуток

$$P(q) = pq - c(q) - T = q(a - bq) - cq^2 - dq - e - tq.$$

1. Для того щоб максимізувати прибуток, фірма шукає оптимальний обсяг виробництва. Обчислимо похідну функції прибутку:

$$P'(q) = a - 2bq - 2cq - d - t = a - d - t - 2q(b + c).$$

2. Обчислимо критичну точку  $q^*$  за необхідною умовою локального екстремуму:

$$P'(q) = 0, 2q(b + c) = a - d - t. \text{ Звідси } q^* = \frac{a - d - t}{2(b + c)}.$$

3. За достатньою умовою локального екстремуму:

$$P''(q) = 2(b + c) < 0, \text{ тобто } q^* \text{ є точкою максимуму функції } P(q).$$

Оскільки  $t > 0$ , то така податкова ставка приводить до зниження оптимального випуску продукції.

Для прогнозування дії уряду щодо встановлення податкової ставки  $t$  обчислимо податковий дохід уряду (держави):

$$T = tq = \frac{t(a - d - t)}{2(b + c)} + \frac{-t^2}{2(b + c)} + \frac{t(a - d)}{2(b + c)} = \frac{1}{2(b + c)} [-t^2 + (a - d)t].$$

Отже, крива доходів уряду (держави) є параболою, гілки якої спрямовані вниз (рисунок). За допомогою поданої на рисунку Кривої Лаффера ми описали залежність доходів держави від рівня податків, згідно з якою обсяг податкових надходжень залежить від середньої ставки податку і величини доходу (ВВП).

Визначимо критичні точки функції  $T(t)$  з необхідної умови

$$T' = \frac{1}{2(b + c)} [-2t + (a - d)].$$

$$\text{Звідси } t = \frac{a - d}{2}.$$

Оскільки  $T'' = \frac{-1}{(b + c)} < 0$ , то максимум функції  $T(t)$  при  $t = \frac{a - d}{2}$  дорівнює

$$T = tq = \frac{1}{2(b+c)} \left[ -\frac{(a-d)^2}{4} + \frac{(a-d)^2}{2} \right] = \frac{(a-d)^2}{8(b+c)}.$$

Оптимальний випуск продукції при цьому значенні  $t$  дорівнює

$$q^* = \frac{(a-d)^2}{4(b+c)}$$

і прибуток фірми  $P(q_1) = \frac{(a-d)^2}{16(b+c)} - e$ .

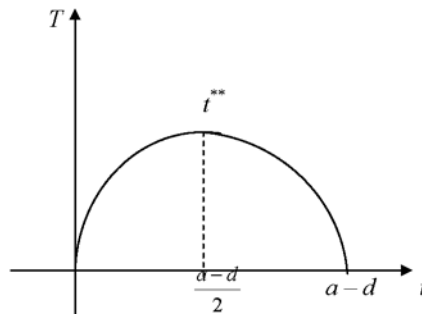


Рисунок — Доходи уряду (держави)

Загалом прибуток фірми при податковій ставці  $t$  становитиме:

$$P(q^*(t)) = \frac{(a-d-t)^2}{4(b+c)} - e.$$

Звідси випливає, що зі збільшенням податкової ставки  $t$  прибуток зменшується, якщо  $0 \leq t \leq a-d$  й існує область значень податкової ставки при  $t \geq t^* = a-d - \sqrt{4e(b+c)}$ , в якій прибуток фірми від'ємний, хоча доходи уряду додатні.

Це відбувається тому, що критерієм вибору обсягу випуску було взято максимум прибутку, але не було обумовлено, що цей максимум має бути додатнім.

Якщо вважати, що при  $t \geq t^*$  випуск продукції дійсно дорівнюватиме нулю, то дохід уряду при  $t \geq t^*$  також дорівнюватиме нулю, що в околі  $t^*$  відбувається різке скорочення ділової активності.

Нехай  $t$  — податкова ставка. Задані: функції доходу  $R(q) = 16q - q^2$  і витрат виробництва  $C(q) = q^2 + 1$ . Тоді функція прибутку

$$P(q) = R(q) - C(q) - T = 16q - q^2 - q^2 - 1 - tq = 16q - 2q^2 - tq - 1.$$

Яким має бути податок  $t$ , щоб сумарний податок  $T$  з усієї продукції був найбільшим? За необхідною умовою максимуму прибутку:  $P'(q) = 16 - 4q - t = 0$ .

Звідси  $q = 4 - \frac{t}{4}$ . Оскільки,  $P''(q) = -4q < 0$ , то  $q$  — точка максимуму функції  $P(q)$ .

Отже, отримали оптимальний обсяг:  $q_{\text{опт}} = q^*$ . Тоді сумарний дохід становитиме:

$$T = q^* \cdot t = t \left( 4 - \frac{t}{4} \right) = 4t - \frac{1}{4} t^2.$$

Знайдемо максимум функції  $T(t)$ .

Із  $T' = 4 - \frac{1}{2}t = 0$ . Знаходимо  $t = 8$ . Тоді  $q = 2$ , отже, максимальний прибуток дорівнює:  $P_{\text{опт}} = P(q_{\text{опт}}) = 16 \cdot 2 - 2 \cdot 2^2 - 8 \cdot 2 - 1 = 7$ , а оптимальний, з точки зору податкового законодавства, податковий збір становитиме  $T_{\text{опт}} = 2 \cdot 8 = 16$ .

Цікаво співставити ці цифри з цифрами за відсутності оподаткування. При  $t = 0$  розв'язок задачі на максимізацію прибутку дав би такі результати:

$$q_{\text{опт}} = 4, P_{\text{опт}} = 31.$$

Отже, зменшення оподаткування стимулює збільшення випуску продукції і зумовлює при цьому збільшення прибутку від її реалізації. Водночас податок на прибуток можна використати як потужний механізм для інвестиційної діяльності та прискорення економічного розвитку підприємства. Тому виробники докладають зусиль, щоб понизити податкову ставку. У свою чергу, прийняття Нового Податкового кодексу України ми розглядаємо як стимулюючу бюджетно-податкову політику країни.

*В статье рассматривается налог на прибыль фирмы как один из основных налогов для формирования бюджета в национальной налоговой системе Украины.*

**Ключевые слова:** прибыль, налог, фирма, Налоговый кодекс.

*This article discusses the tax on profits of the firm as one of the main taxes to the budget in the national tax system of Ukraine.*

**Key words:** profit, tax, a firm, Tax Code.

### Література

1. Бавін Є. В. Механізм оподаткування прибутку і ефективність функціонування промислових підприємств 2005 року: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.04.01 / Є. В. Бавін. — НАН України. Ін-т економіки пром-сті. — Донецьк, 2005. — 18 с.
2. Новий Податковий кодекс України [Електронний варіант]. — Режим доступу : [http://advokat-ua.com.ua/podatkovy\\_kodeks\\_proekt.html](http://advokat-ua.com.ua/podatkovy_kodeks_proekt.html)
3. Науково-практичний коментар до Податкового кодексу України: в 3 т. /кол. авторів [заг. ред. М. Я. Азарова]. — К. : Міністерство фінансів України, Національний університет ДПС України, 2010. — 2389 с.
4. Об'єкт оподаткування [Електронний варіант]. — Режим доступу : <http://advokat-ua.com.ua/721>
5. Небава М. І. Теорія макроекономіки [Електронний варіант]. — Режим доступу : [http://posibnyky.vntu.edu.ua/makro\\_ek/7.htm](http://posibnyky.vntu.edu.ua/makro_ek/7.htm)
6. Пожидаєва М. А. Правове регулювання єдиного податку для суб'єктів малого підприємництва : дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07 / М. А. Пожидаєва. — НАН України; Інститут держави і права ім. В. М. Корецького. — К., 2005. — 20 с.
7. Пришва Н. Ю. Правові проблеми регулювання обов'язкових платежів: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. д-ра юрид. наук: 12.00.07 — теорія управління; адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право наук / Н. Ю. Пришва. — Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — К., 2004. — 40 с.
8. Серебрянський Д. М. Оподаткування прибутку підприємств та його вплив на інвестиційну діяльність в ринкових умовах: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.04.01 / Д. М. Серебрянський. — Нац. акад. держ. податк. служби України. — Ірпінь, 2006. — 20 с.
9. Субботович Ю. Л. Прибуток підприємницьких структур в умовах ринкової трансформації економіки 2002 року : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.04.01 / Ю. Л. Субботович. — Київ. Нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — К., 2002. — 20 с.
10. Швадченко В. О. Податкове стимулювання розвитку малих підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / В. О. Швадченко. — Харків: Харк. держ. екон. ун-т, 2003. — 20 с.

УДК 330.341

**А. І. Доценко,**  
доктор географічних наук, професор

## ДИНАМІКА ТА СТРУКТУРА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

У статті виявлено тенденції зростання обсягів реалізації промислової продукції України протягом 2001–2010 рр., а також зрушення структури реалізації за головними товарними групами.

**Ключові слова:** індекс, товар, регіон, тенденція, структура, інновація.

**Постановка проблеми.** Нестабільність економічного розвитку промислових підприємств України зумовлена не лише виникненням низки проблем виробництва кінцевої продукції, а й проблем, пов'язаних з її реалізацією. Більшість вітчизняних промислових підприємств збанкрутіла через не конкурентоспроможність продукції, яка не мала попиту на внутрішньому та зовнішньому ринках. Звідси зрозуміло, що проблема реалізації вітчизняної промислової продукції в сучасний період стала досить актуальною.

**Аналіз досліджень.** Незважаючи на актуальність, українські вчені не приділяють належної уваги науковій розробці цієї проблеми. Прослідковується відірваність досліджень економіки промислового виробництва від торгівлі промисловими товарами. Такий підхід, що зберігся ще з радянської доби, не може бути виправданим у наш час, в умовах ринкової економіки та економічної інтеграції країн. Економіку промислового виробництва досліджували С. Ф. Покропівний, С. М. Кваша, І. М. Бойчик, Л. І. Гаєвська, В. О. Протопопова та В. М. Шаповал.

Особливості торгівлі промисловими товарами розкрили у своїх працях А. І. Мазаракі, А. В. Розгон, Б. Г. Шелегеда.

**Метою статті** є виявлення тенденцій та особливостей динаміки і структури реалізації промислової продукції.

**Виклад основного матеріалу.** Промисловість України є провідною галуззю національної економіки, питома вага якої у валовому внутрішньому продукті у 2009 р. становила 88%. Від рівня розвитку промисловості залежить розвиток інших видів економічної діяльності, соціальний розвиток, рівень життя населення та безпека країни. Розвиток української промисловості відбувається під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників, які за останні два десятиріччя суттєво змінилися.

У промисловості налічується 47 тис. підприємств, з них 38 тис. малих. На підприємствах працює 19% всього зайнятого в господарстві населення та виробляється майже 50% товарів і послуг. Промислові товари становлять 80% експорту України.

Загальні тенденції розвитку промислового виробництва в Україні за перше десятиріччя XXI ст. відображені на графіку (рис. 1).

Як видно з рис. 1, протягом 2000–2007 рр. спостерігався приріст виробництва промислової продукції в Україні. Про це свідчать щорічні індекси його приростів (окрім останніх років), хоча темпи їх мали хвилеподібні коливання. У 2001 та 2003 рр.

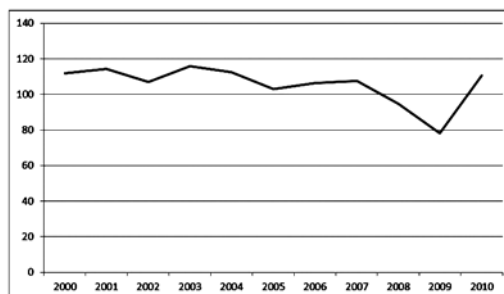


Рис. 1 — Індекси розвитку промислового виробництва в Україні

спостерігалися найбільші індекси збільшення обсягів виробництва промислової продукції (на 14–16% порівняно з попередніми роками). Це зумовлено тим, що на початку XXI ст. у світовій економіці склалися сприятливі економічні процеси, що позитивно вплинули й на економіку України, яка поступово розвивалася. Слід зазначити, що з 2004 р. темпи приросту промисловості стали зменшуватися, особливо у 2005 р., коли вони були мінімальними (3%).

Протягом 2006–2007 рр. спостерігалось незначне підвищення індексів (на 6–8% щорічно). Проте з 2007 р. і дотепер тенденція істотно змінилася — крива індексів розвитку промислового виробництва в Україні стала щорічно знижуватися. Якщо у 2008 р. порівняно з попереднім роком індекс знизився на 5,2%, та у 2009 р. — на 22%. Причина цього негативного економічного явища полягає у впливі світової фінансово-економічної кризи на економіку України, зокрема на промислове виробництво. З 2010 р. Україна поступово виходить з кризи та долає її негативні наслідки. Результатом цього стало зростання індексу розвитку промислового виробництва у 2010 р. порівняно з попереднім роком на 11,2%. Цьому сприяла активізація державної промислової політики.

Аналіз динаміки обсягів реалізованої промислової продукції за останнє десятиріччя показав зовсім інші тенденції (табл. 1).

Таблиця 1 — Динаміка обсягів реалізованої промислової продукції підприємств України

Показники	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Обсяг реалізованої промислової продукції, млрд грн	182,7	208,3	229,6	289,1	400,8	468,6	551,7	717,1	917,0	806,3	1067,1
Індекси обсягів реалізованої промислової продукції, % до попереднього року	–	114,2	107,0	115,8	112,5	103,1	106,2	107,6	94,8	78,1	111,2
Обсяг реалізованої промислової продукції на душу населення, тис. грн	3,7	4,3	4,8	6,1	8,5	9,9	11,8	15,4	19,8	17,5	23,3

Джерело: [2, ч. II, с. 172-173].

За останнє десятиріччя обсяги реалізованої промислової продукції поступово збільшувалися, що пов'язано переважно зі значним підвищенням вартості реалізованої продукції. Динаміку зростання обсягів реалізованої промислової продукції подано на рис. 2.

У 2008 р. обсяг реалізованої промислової продукції збільшився у 5 разів порівняно з 2000 р. Проте це не означає, що такими самими темпами зростало виробництво промислової продукції. На жаль, темпи виробництва промислової продукції були нижчими. Різниця зумовлена насамперед постійним підвищенням цін на реалізова-

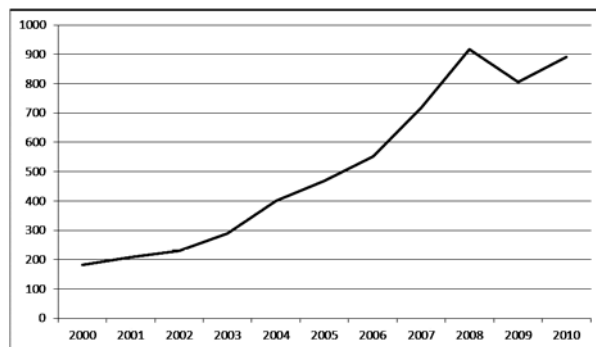


Рис. 2 — Динаміка обсягів реалізованої промислової продукції

ну продукцію, що відбувалося протягом першого десятиліття XXI ст. Світова економічна криза 2008–2009 рр. негативно вплинула на економіку України, зокрема промисловість, що зумовило зменшення на 12% обсягів реалізованої промислової продукції. В цей період попит на більшість видів продукції значно зменшився через зниження купівельної спроможності населення. У 2009–2010 рр. обсяг реалізованої промислової продукції став повільно зростати, що зумовлено поступовим виходом України з економічної кризи, активізацією економічної діяльності та зростанням обсягів ВВП.

Розвиток України у першому десятиріччі XXI ст. був спрямований на зменшення диспропорцій між економічним та соціальним розвитком, що сприяє підвищенню рівня життя населення. Одним із показників, що відображає ці позитивні тенденції, є збільшення обсягу реалізованої промислової продукції в розрахунку на душу населення. Як видно з даних табл. 1, з 2000 до 2008 р. цей показник невпинно зростав з 3,7 до 19,8 тис. грн, збільшившись у 5,4 раза. Через економічну кризу в 2009 р. він зменшився на 12%, а в 2010 р. — знову збільшився порівняно з 2009 р. на 33%. Зростання цього показника відображає позитивні тенденції розвитку української промисловості, що очікуються у перспективі.

Крім часового аспекту аналізу динаміки обсягів реалізованої промислової продукції не менш важливе значення має їх просторовий аспект. Для цього розглянемо зміни обсягів реалізованої промислової продукції у 2005 та 2020 рр. по регіонах України, відображених у табл. 2.

Промисловий потенціал України розміщений дуже нерівномірно, що зумовило значні територіальні відмінності обсягів виробництва та реалізації промислової продукції. Як видно з даних табл. 2, у 2010 р. найбільший обсяг реалізованої промислової продукції припадав на Донецький регіон (26%), в якому зосереджено найбільший індустріальний потенціал України. Причому в 2005 р. питома вага цього регіону в загальному обсязі реалізованої промислової продукції України була ще вищою (28,4%). Протягом 2006–2010 рр. цей обсяг збільшився удвічі, тоді як в середньому в Україні у 2,2 раза. Це зумовлено тим, що Донбас є давньопромисловим регіоном, в якому частина підприємств уже відпрацювала свій ресурс та закрилася, а інша почала трансформуватися та перепрофілюватися.

Таблиця 2 — Динаміка обсягів реалізованої промислової продукції в регіонах України

Регіони	Обсяг реалізованої продукції				Динаміка обсягів промислової продукції у 2010 р., % до 2005 р.	Обсяг продукції на душу населення, тис. грн	Людський потенціал, на 01.01.12 р.		Рівень урбанізації, %	Рейтинг регіонів		
	2005 р.		2010 р.				млн осіб	%		За обсягом промислової продукції	За людським потенціалом	За рівнем урбанізації
	млрд грн	%	млрд грн	%								
Столичний	82,5	17,6	209,4	20,0	253,8	30,4	6,9	15,1	76,6	3	2	3
Північно-Східний	53,5	11,4	126,3	11,8	236,1	23,4	5,4	11,8	72,1	4	5	4
Донецький	133,1	28,4	277,8	26,0	208,7	41,3	6,7	14,7	89,2	2	3	1
Придніпровський	103,3	22,0	233,4	21,9	225,9	45,4	5,1	11,2	81,1	1	6	2
Центральний	11,0	2,3	33,7	3,1	306,3	14,7	2,3	5,0	58,6	5	8	6
Волинський	10,5	2,2	20,4	1,9	194,3	9,3	2,2	4,8	49,7	7	9	8
Подільський	14,8	3,2	35,3	3,1	238,5	8,7	4,0	8,8	49,8	8	7	7
Карпатський	23,8	5,2	49,5	4,6	208,0	8,2	6,1	13,3	49,2	9	4	9
Причорноморський	36,0	7,7	81,2	7,6	225,6	11,6	7,0	15,3	66,4	6	1	5
Україна загалом	468,5	100	1067,1	100	227,8	23,3	45,7	100	68,7	–	–	–



Друге місце за обсягом реалізації промислової продукції у 2010 р. посів Придніпровський регіон (близько 22%). Протягом 2006–2010 рр. обсяг реалізації продукції промислових підприємств цього регіону збільшився в 2,2 раза. Це зумовлено значним попитом на продукцію цього регіону як у межах країни, так і закордоном.

Третє місце посів Столичний регіон який у цей період розвивався високими темпами. У 2010 р. порівняно з 2005 р. обсяг реалізованої промислової продукції збільшився у 2,5 раза. Причинами цього були значні інвестиції, зокрема іноземні, у модернізацію промисловості столиці та її приміської зони, у реструктуризацію промисловості, завдяки яким з'явилися нові високотехнологічні підприємства, активно здійснювався процес приватизації неефективних промислових підприємств.

Четверте місце за Північно-Східним регіоном, на який припало близько 12% обсягу реалізованої промислової продукції України. Темпи розвитку цього регіону були досить високими (у 2,3 раза), що зумовлено переважно значним розвитком промисловості м. Харкова.

Заслужують на увагу Центральний та Подільський регіони, на які припадає по 3% обсягів реалізованої української промислової продукції, що зумовлено низьким рівнем їх промислового розвитку. Однак протягом 2006–2010 рр. темпи динаміки обсягів реалізації промислової продукції у них були дуже високі (у Центральному регіоні обсяг збільшився утричі, а у Подільському — удвічі, що зумовлено високим попитом на продовольчі товари).

Як видно з даних табл. 2, останнє місце серед регіонів України за обсягом реалізованої промислової продукції посідає Волинський (Західно-Поліський), питома вага якого в 2010 р. становила 1,9%. Це слаборозвинений у промисловому відношенні регіон, який не має мінеральних ресурсів. Протягом 2006–2010 рр. у ньому спостерігалися найменші темпи зростання обсягів реалізованої промислової продукції (на 94%), зумовлені відсутністю інвестицій для технічної модернізації промислових підприємств та підвищення конкурентоспроможності їх продукції.

Обсяги виробленої та реалізованої промислової продукції залежать від багатьох чинників, серед яких важливе місце займає населення як джерело формування робочої сили та споживання продукції матеріального виробництва. Співставлення обсягів промислової продукції з людським потенціалом у регіональному розрізі показало, що між цими показниками існує складна залежність. Так, Причорноморський регіон за людським потенціалом посідає перше місце, а за обсягом реалізованої промислової продукції — шосте, у Придніпровському регіоні залежність протилежна, за обсягом продукції він посідає перше місце, а за людським потенціалом — шосте.

Промислові підприємства розташовані переважно у міській місцевості, тому існує певна залежність обсягу реалізованої промислової продукції від рівня урбанізації регіону. Як видно з даних табл. 2, така залежність спостерігається лише у деяких регіонах. Так, Донецький регіон посідає перше місце за рівнем урбанізації, але друге — за обсягом реалізації промислової продукції. Столичний — на третьому місці за обсягом реалізованої промислової продукції та рівнем урбанізації, Північно-Східний — відповідно на четвертому місці. Ці залежності відображають тісні взаємозв'язки між економічним та соціально-демографічним розвитком регіонів, що потрібно враховувати при прогнозуванні розвитку регіонів.

Враховуючи таку залежність, в економічному аналізі господарської діяльності промислових підприємств широко використовують такий узагальнювальний показник, як обсяг реалізованої промислової продукції в розрахунку на душу населення. У 2010 р. у середньому в Україні цей показник становив 23,3 тис. грн, порівняно з 2005 р. збільшившись на 32%, що зумовлено розвитком промислового виробництва, збільшенням продажу вітчизняної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках, а також зменшенням чисельності населення нашої країни.

Важливо зазначити суттєві регіональні відмінності цього показника, про що свідчать дані табл. 2. Найбільший обсяг реалізації промислової продукції в розрахунку на душу населення припав на Придніпровський регіон (45 тис. грн), що був майже вдвічі більшим від середньо-українського показника. Друге місце обійняв Донецький (41,3 тис. грн), поступившись попередньому регіонові через особливості спеціалізації промисловості. Третє місце посів Столичний регіон (30,4 тис. грн) завдяки високому промислому розвитку Києва та спеціалізації на високотехнологічному

машинобудуванні. Передостаннє місце за Подільським (8,7 тис. грн) і останнє — за Карпатським регіоном (8,2 тис. грн), що різняться низьким рівнем промислового розвитку.

Значні регіональні відмінності обсягів реалізації промислової продукції зумовлені різними чинниками, зокрема рівнем промислового розвитку регіонів, їх демографічним потенціалом, місцем регіонів у територіальному поділі праці, спеціалізацією промисловості тощо. Ці відмінності потрібно враховувати при прогнозуванні обсягів виробництва та реалізації продукції промислових підприємств України.

Окрім аналізу динаміки другим не менш важливим напрямом дослідження продукції є виявлення структурних змін і тенденцій. Найбільш укрупнені пропорції підприємств України відображено в табл. 3.

Таблиця 3 — Структура реалізації продукції промислових підприємств України за головними групами, %

Показники	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Сировинна продукція	66,7	67,0	66,5	67,4	64,2	66,9
Інвестиційна продукція	13,3	13,7	15,4	15,1	12,0	12,1
Товари широкого вжитку	18,7	17,9	16,8	16,3	22,5	19,8
Товари тривалого вжитку	1,3	1,4	1,3	1,2	1,3	1,2

Джерело: [3].

Як видно з даних табл. 3, дві третини обсягів реалізації продукції промислових підприємств України становила сировинна продукція. Протягом 2006–2010 рр. цей показник коливався у межах 64–67%.

Така структура реалізації продукції є одним із головних показників рівня розвитку і типу економіки країни. Україна належить до недостатньо розвинених країн з переважанням сировинної спеціалізації економіки.

Друге місце займають товари широкого вжитку, питома вага яких протягом 2006–2010 рр. коливалася від 16 до 22%. До таких товарів належать транспортні засоби, електропобутові товари, предмети одягу та взуття, продукти харчування, попит на які досить високий і відносно стабільний.

Третє місце займає так звана інвестиційна продукція, питома вага якої спочатку підвищувалася з 13,3% у 2005 до 15,4% у 2007, а потім знижувалася до 12% у 2010 р. Зниження частки інвестиційної продукції пов'язане з економічною кризою 2008–2009 рр. Низька питома вага інвестиційної продукції (12–15%) свідчить про те, що Україна належить до інвестиційно непривабливих європейських країн, тому процес технічної модернізації економіки України відбувається дуже повільно.

Для більш глибокого аналізу структури реалізованої промислової продукції звернімося до даних табл. 4.

Як видно з табл. 4, в структурі реалізованої промислової продукції України найбільша питома вага припадає на продукцію переробної промисловості (71–76%). Однак протягом 2006–2010 рр. спостерігалася негативна тенденція зниження питоми ваги продукції переробної промисловості та підвищення — добувної (з 8 до 11%), продукція якої реалізується переважно на експорт (залізна та марганцева руда, природна сірка, калійна сіль, ртуть тощо).

Незважаючи на тенденцію зниження, основне місце в структурі реалізації промислової продукції посідає переробна промисловість, а серед її галузей виокремлюється продукція металургійного виробництва та виробництва металевих виробів (21%), далі йде продукція харчової промисловості та тютюнові вироби (16,7%), потім продукція машинобудування (11,4%). На ці три головні групи продукції припадало у 2005 р. 51% всієї реалізованої продукції, а в 2010 р. — 49%. Незначне зниження зумовлене залежністю структури реалізації продукції від її попиту на ринку та зміни цін на реалізовану продукцію.

Серед інших галузей переробної промисловості слід назвати виробництво коксу та продуктів нафтопереробки, питома вага яких у структурі реалізації промислової продукції коливалася у межах 7,2–9,4%, а також хімічну та нафтохімічну промисловість (6,1–6,4%). Важливо зазначити, що в період 2006–2008 рр. питома вага цих

Таблиця 4 — Структура реалізації продукції промислових підприємств України, %

Показники	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Промисловість — всього У тому числі:	100	100	100	100	100	100
I. Добувна	8,3	8,2	7,9	9,3	9,3	11,4
II. Переробна, з них	75,8	73,5	73,9	72,9	71,7	71,3
А) виробництво харчових продуктів і тютюнових виробів	16,3	15,5	15,3	15,2	18,7	16,7
Б) легка промисловість	1,1	1,1	1,0	0,9	0,9	0,7
В) обробка деревини та виробництво виробів з деревини	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7
Г) целюлозно-паперове виробництво, видавничі справа	2,5	2,4	2,4	2,2	2,3	2,1
Д) виробництво коксу, продуктів нафтоперероблення	9,4	8,0	7,3	7,2	7,8	8,1
Е) хімічна та нафтохімічна промисловість	6,4	6,4	6,1	6,1	6,4	6,3
Є) виробництво іншої неметалевої мінеральної продукції	2,9	3,3	3,8	3,8	3,2	2,8
Ж) металургійне виробництво та виробництво металевих виробів	22,1	21,9	22,0	22,0	19,5	21,3
З) машинобудування	12,7	12,5	13,7	13,3	11,1	11,4
III. Виробництво та розподіл електроенергії, газу та води	15,9	18,3	18,2	17,8	19,0	17,4

Джерело: [3].

галузей мала тенденцію до зниження і в 2008 р. була найменшою, що зумовлено економічною кризою та зменшенням попиту на продукцію цих галузей. У процесі виходу України з кризового стану в 2009–2010 рр. попит та реалізація продукції зазначених галузей зростали і питома вага їх у структурі реалізованої промислової продукції стала підвищуватися. Ці позитивні тенденції збережуться і в найближчій перспективі.

З метою поліпшення структури та підвищення конкурентоспроможності промислової продукції підприємствам України потрібно активніше впроваджувати інновації. Верховною Радою України прийнята Стратегія інноваційного розвитку України на перспективу до 2020 р., яка передбачає перехід на інноваційну модель розвитку економіки. Однак реалізація цієї моделі відбувається дуже повільно, про що свідчать дані табл. 5.

Як видно з даних табл. 5, у перше п'ятиріччя XXI ст. інноваційна активність промислових підприємств України знизилася на 30%, а у наступні роки (2006–2009 рр.) помітно підвищилася (на 18,3%). Це зумовлено тим, що товаровиробники, щоб уникнути банкрутства підприємств в умовах економічної кризи, були змушені виділяти інвестиції на технічне переоснащення та модернізацію власних підприємств,

Таблиця 5 — Інноваційна діяльність промислових підприємств України

Показники	2000	2005	2009	2009 р. % до 2000
Кількість інноваційно активних промислових підприємств	1705	1193	1411	82,8
Обсяг витрат на інноваційну діяльність, млрд грн	1,8	5,7	7,9	438,9
Обсяг реалізованої інноваційної продукції, млрд грн	12,1	25,0	8,5	70,2
Освоєння інноваційної продукції, млрд грн.	15,3	3,2	2,7	17,6
Подано заявок на видачу охоронних документів на об'єкти промислової власності, тис. шт.	4,2	7,6	7,9	188,1
Отримано охоронних документів, тис. шт.	3,2	7,3	7,5	234,4

Джерело: [3]

що сприяло підвищенню якості та конкурентоспроможності реалізованої промислової продукції.

Якщо у 2000 р. інноваційною діяльністю займалося 3,6% всіх промислових підприємств України, то у 2009 р. — лише 2,6%. Зниження інноваційної активності підприємств пояснюється відсутністю економічних інтересів керівників підприємств у поглибленні інноваційних процесів та відсутністю державної підтримки.

З даних табл. 5 випливає, що підприємства, які здійснювали інноваційну діяльність, у 2009 р. витратили на інновації у 4 рази більше інвестицій, ніж у 2000 р. За цей самий період кількість поданих заявок та отриманих охоронних документів на об'єкти промислової власності збільшилась удвічі. Проте результативність інноваційної активності підприємств дуже мала, про що свідчить зменшення у 5,7 раза кількості освоєної інноваційної продукції та на 3,6 млрд грн, або на 30% обсягу реалізованої інноваційної промислової продукції. Причини цього негативного явища слід шукати у невідповідності вітчизняної інноваційної продукції світовим стандартам. Отже, проблема інноваційного розвитку промисловості України полягає не лише у розширенні впровадження інновацій у виробництво, а й у випуску такої продукції, яка мала б попит на внутрішньому та зовнішньому ринках і давала прибутки інноваційним підприємствам.

**Висновки.** Динаміка виробництва та реалізації промислової продукції в Україні має різні тенденції, зумовлені впливом різних чинників, що потребують аналізу та оцінки. Реалізація продукції значною мірою залежить від якості та конкурентоспроможності продукції, ціни на неї, дотримання міжнародних та національних стандартів, витрат на виробництво продукції та її собівартості, попиту на цю продукцію на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Як показав аналіз, у структурі реалізованої промислової продукції дві третини становила сировинна продукція, зокрема добувної та переробних галузей. З метою підвищення рівня розвитку та модернізації промисловості України необхідно значно збільшити виробництво та реалізацію інноваційної продукції на основі пріоритетного розвитку точних і високотехнологічних промислових підприємств.

*В статье выявлены тенденции увеличения объемов реализации промышленной продукции Украины в течение 2001–2010 гг., а также сдвиги в структуре реализации в разрезе главных групп.*

**Ключевые слова:** индекс, товар, регион, тенденция, структура, инновация.

*The article reveals trends to increase sales volume of industrial production in Ukraine during 2001 and 2010, As well as changes in the structure implemented in the context of the major groups.*

**Keywords:** index, commodity, region, the trend, structure and innovation.

#### Література

1. Моніторинг макроекономічних та галузевих показників України. К.: Мінекономіки України, 2011. — Вип. 6. — 124 с.
2. Статистичний збірник «Регіони України». — 2011. — К.: Держстат України. — 2011. — Част. I. — 364 с.; Част. II. — 790 с.
3. Статистичний щорічник України. — 2011. — К.: Держстат України. — 2011.

УДК 005.591

Л. І. Бондарева,  
кандидат педагогічних наук

## МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНЬ ЯК ПРІОРИТЕТНА СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

У статті визначено роль менеджменту знань та його функції в ринкових умовах економіки. Обґрунтовано систему управління знаннями в організації. Доведено, що менеджмент знань розглядається як інноваційний напрям менеджменту.

**Ключові слова:** менеджмент знань, економіка, інтелектуальний ресурс, інновації, професійні якості, інноваційне забезпечення економіки.

**Постановка проблеми.** В умовах сучасного господарювання саме знання стають засобом досягнення високих результатів розвитку як усієї країни, так і окремої організації. Використання традиційних факторів виробництва сьогодні можливе при залученні знань як ключового ресурсу розвитку. Найбільш успішні підприємства являють собою інтелектуальні організації, працівники яких розвивають свої базові здібності, що ґрунтуються на знаннях та є конкурентоспроможними.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Актуальні питання, пов'язані з розвитком професійної майстерності сучасних фахівців з економіки, представлені у дослідженнях зарубіжних та вітчизняних вчених (І. А. Зязюн, В. В. Васильєв, В. М. Геєць, Друкер Пітер, П. М. Таланчук, В. І. Анін, О. В. Аксьонова, О. С. Падалко та ін.). У своїх дослідженнях вчені розглядали різні питання цієї проблематики. Проте всі вони погоджуються з думкою, що на сучасному етапі розвитку економіки важливо розглядати поняття «менеджменту знань» як потужного інструменту управління підприємством, здатного забезпечити конкурентоспроможність і тривалий успіх підприємства.

**Метою статті** є обґрунтування поняття «менеджмент знань» та визначення його ролі як інноваційного напрямку в управлінні підприємством.

**Виклад основного матеріалу.** Термін «менеджмент знань» (knowledge management), тобто управління знаннями, сьогодні широко використовується в літературі та практичній діяльності організацій. Згідно з проведеними дослідженнями компанії Bain (Бостон), яка протягом останнього десятиріччя відслідковує досвід упровадження в практику найвідоміших інструментів управління (management Tools), 708 компаній з різних країн світу вважають управління знаннями найбільш придатними для застосування управлінських механізмів [7]. Підґрунтям відокремлення управління знаннями, як одного з нових напрямів стратегічного менеджменту, став розвиток ресурсної теорії, згідно з якою фундаментальними джерелами конкурентних переваг організації є внутрішні ресурси, спеціальні характеристики та компетенції нематеріальних активів (професійні знання, навчання, корпоративна культура, імідж організації, бренд) підприємства.

Важливість нової парадигми управління — менеджменту знань — визначається також і тим, що, за оцінками фахівців, майже 80% ринкової вартості компаній забезпечують нематеріальні активи та корпоративні знання, а 95% біржової вартості високотехнологічних організацій припадає на нематеріальні активи [6].

Відтак управління знаннями — це новітня теорія, що швидко розвивається на межах стику таких концепцій менеджменту, як управління розвитком організації, управління змінами, бренд-менеджмент, стратегічний менеджмент, інформаційні технології, реінжиніринг, інтелектуальний капітал.

Аналіз наукової літератури дає можливість визначити такі основні функції менеджменту знань:

- генерування знань — індивідуальним або організаційним навчанням;
- формалізація знань — розроблення принципів, правил і процедур;
- збереження знань — визначення певного типу носіїв для збереження, що допускають розподіл знань;
- дифузія знань — розподіл знань у межах організації та в обмеженому варіанті поза нею;

- координація та контроль знань — забезпечення того, що організаційне знання є точним і постійним;
- формування знань — виявлення інформаційних джерел. Отримання інформації від них, вивчення, структурування і трансформація інформації в знання та подальше їх відтворення;
  - розроблення загальної стратегії бізнесу;
  - поширення передового досвіду;
  - навчання персоналу;
  - отримання знань про клієнтів;
  - управління інтелектуальними ресурсами, інновації;
  - захист знань, оновлення та розвиток знань, інтеграція накопичених і нових знань.

Людське знання поділяється на формалізоване (літературна мова, конкретні характеристики, інструкції тощо), завдяки чому цей тип знання може легко і без викривлення передаватися одним індивідом іншому, та неформалізоване, що важко піддається вербалізації (особисті знання, результат індивідуального досвіду, що включає в себе особисті переконання, думки та системи цінностей). Саме ці дві форми взаємодії — між формалізованим і неформалізованим знаннями та організацією й індивідом — визначають існування чотирьох основних процесів трансформації знання, сукупність яких і є створенням знання: із формалізованого в формалізоване, із формалізованого в неформалізоване, із неформалізованого в формалізоване та неформалізованого у неформалізоване.

Таким чином, можна розглядати управління знаннями як новий напрям у менеджменті та як напрям в інформатиці для підтримки процесів відтворення, поширення, обробки та використання знань у середині підприємства.

Отже, *управління знаннями* — це процес спрямування зусиль працюючих в організації людей на опанування, накопичення, розвиток знань і створення на їх підставі довгострокових конкурентних переваг [6].

Акцентуючи увагу на складових управління знаннями, можна виокремити технологічну, мотиваційну й організаційну складові системи управління знаннями.

*Технологічна* підсистема містить сукупність технологічних рішень для виявлення, зберігання, передачі, структуризації, обробки, перетворення і поширення знань. *Мотиваційна* підсистема включає мотивацію накопичування та обміну знаннями співробітників, співтовариств організації, контрагентів зовнішнього середовища. *Організаційна* підсистема містить сукупність організаційних прийомів, заходів щодо організації процесу трансформації індивідуальних знань в організації та створення інтелектуальних активів організації.

Управління знаннями організації доцільно ідентифікувати за рівнями:

- окремих індивідумів (особистий);
- здійснення певних функцій у процесі виробництва та реалізації продукції (функціональний);
- співтовариств організації (проблемно-цільовий);
- організації (стратегічний);
- міжорганізаційний (зовнішній аспект).

Варто зазначити, що основою розвитку рівнів управління знань є нові знання, що набуваються в процесі професійного навчання осіб та/або підвищення кваліфікації, навчання підрозділів і навчання організації загалом. При цьому базовим процесом є процес перетворення індивідуально-професійних знань в організаційні знання. Саме процес створення організаційних знань є основою управління знаннями.

Створення *організаційного знання* — функція безпосередньо отриманого досвіду і результат проб та помилок тією ж мірою, настільки це інтелектуальне моделювання та сприйняття нового, а сутність його — це спроможність компанії як єдиного цілого створювати нове значення, поширювати його в організації та втілювати в продуктах, послугах та системах [6].

Останнім часом зацікавленість цією проблемою відбувається не лише з боку відомих теоретиків соціоекономіки — таких, як П. Друкер та Е. Тоффлер, які звернули увагу на роль як ресурсу управління та влади, а й з боку вчених, які вивчають організацію промисловості, технологію і стратегію управління, теорію організації, що також стали висувати теорії управління знаннями. Так, П. Друкер доводить, що в нових економічних умовах знання не є ще одним ресурсом того ж порядку, що й традиційні фактори виробництва — праця, капітал і земля, а взагалі — єдиним, що має значення, ресурсом [4]. Слушною є думка Д. Куїна, який стверджує, що вартість

продуктів і послуг визначається можливістю розвитку базованих на знаннях нематеріальних активів, таких як технологічні «ноу-хау», дизайн продукції, маркетингові дослідження, розуміння клієнта, здатність персоналу до продуктивної праці та інновацій.

Аналіз світового досвіду практичної реалізації *управління знаннями* свідчить, що процес створення знань розглядається як вид нової продукції, послуги чи системи — *ключового моменту інноваційної діяльності* [7].

Таким чином, організаційні знання створюються в ході інтерактивного процесу. Водночас, існують проблеми як наукового, так і практичного характеру щодо побудови системи управління знаннями. Серед основних проблем можна виокремити пасивний підхід до отримання і накопичення знань (не використовуючи для навчання та генерації нових знань), інтуїтивний підхід до впровадження системи управління знаннями без модифікації організаційної структури, організаційної культури підприємства, відсутність чітко визначеної системи мотивації обміну знаннями, вартісну оцінку ефективності управління знаннями.

Прискорений економічний розвиток багатьох країн, як свідчать статистичні дані та теоретичні дослідження, став наслідком впливу науково-технічного процесу як рушійної сили зростання продуктивності праці та ефективності суспільно-економічних відносин. Більшість теорій економічного зростання ідентифікують науково-технічний прогрес з отриманням повного запасу знань, суттєвим накопиченням інформації як основного фактора розвитку виробництва.

За експертними оцінками економістів розвинутих країн, приріст валового внутрішнього продукту за рахунок сучасних знань, нової інформації та нових технологій становить від 50 до 70%. Тому *менеджмент знань* визначається як *рушійна сила соціальних технологій*, що формують напрями створення нових інституцій, які кардинально змінюють структуру виробництва, вносять структурні технологічні зміни в усю народногосподарську систему України.

Формування менеджменту знань означає зміну інституційних основ функціонування господарської системи, оскільки змінюються правила і норми економічної поведінки людей, їхні пріоритети і цінності. Діяльність, пов'язана зі здобуванням і збереженням знань, відокремлюється від матеріального виробництва, залишається підпорядкованою йому. Інститут збереження знань посідає важливе місце у забезпеченні стійкості суспільства.

Знання стають фактором виробництва через своє втілення в засобах виробництва. З'являються спеціалізовані інститути, спрямовані на відтворення і трансферу нових знань. Продукування нових знань стає головною проблемою, яка передбачає низку заходів щодо створення конкурентоспроможних засобів інформатизації та комп'ютерної мережі освіти, науки й культури.

Трансформація системи підготовки кадрів має відбуватися шляхом суттєвого підвищення вимог і контролю за станом освіти та збільшення обсягів держзамовлення на підготовку і підвищення кваліфікації кадрів для інноваційної діяльності; активного використання можливостей схем «електронної освіти» на базі мережі Інтернет [5].

Важливим ресурсом поповнення та збагачення знань, використання їх при формуванні сучасної інституційної інфраструктури є система освіти, для удосконалення та розвитку якої в країні розробляються і впроваджуються відповідні механізми. Головною метою їх впровадження, спрямованою на вдосконалення системи освіти, є створення умов для приведення рівня і якості освітнього потенціалу та кадрового забезпечення країни відповідно до вимог інноваційно-орієнтованої економіки [3].

Досвід практичної діяльності вітчизняних і міжнародних фірм засвідчує, що високотехнологічні підприємства не потребують значних капіталовкладень, однак потребують працівників з вищою освітою, високим рівнем кваліфікації. Тому головним чинником економічного зростання в розвинутих країнах виступає не матеріальна, а інтелектуальна складова — це знання людини, які зумовлюють зростання продуктивності праці й виступають визначальним фактором економічного зростання в сучасних умовах.

Характерна риса сучасної економічної діяльності — наявність складової знань у кожному продукті чи послугі. За таких умов важливо сформувати відповідну національну стратегію, що передбачає проведення структурних реформ з метою адаптації різних галузей і секторів економіки до відтворення знань. Така позиція розкриває нову роль і місце інтелекту людини в інформаційному суспільстві, вплив інформації як головної продуктивної сили і суб'єкта виробництва на розвиток економічних систем [3].

У сучасних умовах формування економіки докорінно змінюється ставлення до головної продуктивної сили суспільства — людини високоінтелектуальної, високопродуктивної праці.

Роль знання в економічному розвитку зростає, випереджаючи значимість засобів виробництва і природних ресурсів. За оцінками Світового банку, фізичний капітал у сучасній економіці формує 16% загального обсягу багатства кожної країни, природний — 20, а людський капітал — 64%. У таких країнах, як Японія та Німеччина частка людського капіталу становить до 80% національного багатства [7]. Нині цінності створюються за рахунок підвищення продуктивності та використання нововведень, тобто застосування знання на практиці. Економічне зростання дедалі більше залежить від здатності отримувати нові знання і втілювати їх у життя.

Поняття інтелектуального капіталу і пов'язане з ним поняття інтелектуальної власності невід'ємні від нової економіки. Це ті компоненти, що найкраще ідентифікують нову економіку. На нинішньому етапі технологічного розвитку наявність саме цих компонентів визначає докорінну відмінність нової економіки від економіки природно-сировинного спрямування.

*Інтелектуальний капітал — це сукупність знань усіх працівників, що можна перетворити на прибуток і оцінити.* Ці знання забезпечують конкурентоспроможність компанії зокрема і держави загалом. Таке широке визначення, на думку російських фахівців, охоплює будь-які технологічні, управлінські та ринкові новинки, що можуть бути інновацією, тобто приносити додатковий прибуток. Одержання різного роду технологічних і організаційних переваг над конкурентами — основна функція інтелектуального капіталу [2].

До інтелектуального капіталу належить продукт розумової, інтелектуальної праці, продукт творчих зусиль. В основу інтелектуального капіталу входить інтелектуальна власність — це результат інтелектуальної творчої діяльності, результат власного творчого пошуку, що має бути певним чином втілений у певну об'єктивну форму (патент, свідоцтво, «ноу-хау», товарний знак, авторський твір тощо) і здатний до відтворення. Саме ці категорії трансформують погляди на працю та трудові відносини на підприємстві нового типу. Унаслідок посилення пріоритету новітніх знань над традиційними змінюється зміст праці, структура зайнятості, зростають можливості джерел надходження доходу.

Вартий уваги той факт, що найбільші економічні успіхи притаманні підприємствам, діяльність яких забезпечується науковою та науково-технічною творчістю, правовою гарантією охорони інтелектуальної власності, де створюються найкращі умови для реалізації творчих здібностей працівників, особливо в інноваційно-виробничій діяльності.

Основою динаміки суспільства стає активне використання інтелектуально-інноваційних ресурсів, серед яких пріоритетними є знання і професійна підготовка, здібності, ініціатива, творчість працівників. На початку XXI ст. менеджери корпорацій і фірм вбачають у масовому новаторстві в усіх сферах трудової діяльності, провідні завдання якого — інноваційна насиченість змісту праці, стимулювання прояву творчості. Завдяки використанню такого унікального менеджменту знань, як здібності людини до праці інноваційного змісту, стає можливим збільшення обсягу продукції за умов зниження витрат робочого часу та інтенсивності праці.

Інноваційна праця як найважливіша складова менеджменту знань, на наш погляд, охоплює цикл від розроблення науково-технічної ідеї до її реалізації на комерційній основі. Вона ґрунтується на створенні й засвоєнні нової техніки, технологій, нової продукції, включаючи необхідні теоретичні й пошукові фундаментальні та прикладні дослідження, проведення інформаційних, організаційно-економічних, науково-навчальних, дослідно-експериментальних робіт. Результатом інноваційної праці стає новий продукт, який матеріалізує ідеї авторів нововведень, тобто інноваторів. Серед них, як правило, науковці, інженерно-технічні працівники та підприємці, проте це можуть бути різні за фахом і змістом праці спеціалісти — інженери, конструктори, економісти, маркетологи, дизайнери, екологи тощо, які мають безпосереднє відношення до розроблення та впровадження нових ідей, винаходів, раціоналізаторських пропозицій, «ноу-хау», нових послуг, нової продукції.

Водночас зміст та якісні характеристики праці, які дедалі більшою мірою оновлюються інтеграцією різних видів менеджменту знань, дають об'єктивні підстави, крім традиційних видів трудової діяльності, виокремлювати її творчі, інноваційні види, метою яких є створення нових ідей, образів, методів, уявлень, технологій тощо.

Отже, інноваційна праця — це сукупність інтелектуальних і професійних властивостей специфічного товару «робоча сила», що характеризують її відмінності від



інших характеристик робочої сили залежно від певної сфери знань і трудової діяльності. З цих позицій, *людський капітал* — це вартісна оцінка робочої сили, інтелектуальних зусиль сукупності працівників вищого рівня кваліфікації, які перебувають у процесі розроблення інтелектуально-інноваційного продукту [6].

Одним із радикальних підходів до виміру ефективного розвитку економіки, що ґрунтується на знаннях, можна вважати запропоновану банком програму «Знання для розвитку». Важливо, що запропонована методика до цієї програми оцінює готовність тієї чи іншої країни до переходу на модель розвитку, яка ґрунтується на знаннях (76 показників) і дає можливість здійснювати порівняльну характеристику між країнами. Насамперед це інституційний режим країни, що створює:

- мотиви ефективного використання діючого і нового знання та розвитку підприємства;
- рівень освітнього розвитку населення і наявність у нього здатності до створення, поширення і використання знань;
- наявність інформаційної і комунікаційної інфраструктури, що сприяє поширенню та переробці інформації;
- створення сучасної вітчизняної інноваційної системи (дослідницькі фірми і центри, університети, консультативні організації), що адаптує глобальні знання до власних потреб і створює нові знання та відповідні технології [7].

**Висновок.** Узагальнюючи викладене, можна стверджувати, що основним *ресурсом нової економіки виступають знання як специфічний ресурс*. У зв'язку з прискоренням темпів розвитку технологій доступність знань стає найважливішою умовою для участі країни в глобальній конкуренції. Це свідчить, що успіх країни у досягненні конкурентоспроможності на світовому ринку, використовуючи переваги менеджменту знань, залежить від його спроможності якомога швидше адаптувати свій потенціал у сфері створення, використання та поширення знань до потреб світової економіки. Для реалізації наявного потенціалу щодо формування нової економіки в Україні необхідно забезпечити високий рівень виконавчої дисципліни, розвиток інституційних основ менеджменту знань і форсоване зростання матеріально-технічної бази, зокрема розвиток сучасних засобів інформаційних комунікацій та зв'язку.

Подальшого дослідження та розвитку потребують і такі аспекти проблеми, як управління знаннями в контексті професійної підготовки у вищих економічних навчальних закладах.

*В статье определена роль менеджмента знаний и его функций в рыночных условиях экономики. Обосновано систему управления знаниями на предприятии. Доказано, что менеджмент знаний рассматривается как новое направление в менеджменте.*

**Ключевые слова:** менеджмент знаний, экономика, интеллектуальный потенциал, инновации, профессиональные качества, инновационное обеспечение экономики.

*In article, the role of management of knowledge was determined and its function in market conditions of economy. It has proved the control system of knowledge in organization. Is proved that the management of knowledge is considered, as the new direction in management.*

**Key words:** management of knowledge, professional qualities, economy, intellectual resource of innovation, of innovatory maintenance the economy.

#### Література

1. Аксьонова О. В. Методика викладання економіки: навч. посіб. / О. Аксьонова. — К. : КНЕУ, 1998. — 280 с.
2. Анин В. Экономическое образование и воспитание учащихся // Экономическое самообразование. — 1998. — № 2. — С. 99–103.
3. Васильев В. В. Професійна адаптація молодих робітників в умовах формування ринкової економіки // Психологія і педагогіка. — 2000. — № 1. — С. 97–100.
4. Друкер Питер. Задачи менеджмента в XXI веке: пер. с англ.: учеб. пособие. / Питер Друкер. — М. : Изд. дом «Вильямс», 2002. — 272 с.
5. Таланчук П. М. Не втрач свій шанс потрапити в еліту / П. М. Таланчук. — К. : Ун-т «Україна», 2002. — 24 с.
6. Україна у вимірі економіки знань / За ред. акад. НАН Ураїни В. М. Гейця. — К.: Основа, 2006. — 592 с.
7. Федулова Л. І. Актуальні проблеми менеджменту в Україні / Л. І. Федулова. — К. : Фенікс, 2005. — 320 с.

УДК 330.366:65.01

**Д. М. Городинська,**  
кандидат економічних наук

ВІСНИК УНІВЕРСИТЕТУ «УКРАЇНА» № 15, 2012

## ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*У статті розкрито теоретичний зміст, сутність та значення бізнес-процесів. Описано інноваційні процеси документно-інформаційних комунікацій, аналіз чинників та їх вплив на підприємницькі бізнес-процеси. Наведено характеристику методів удосконалення бізнес-процесів через підвищення кваліфікації фахівців документно-інформаційних комунікацій.*

**Ключові слова:** інноваційні процеси, документно-інформаційні комунікації, бізнес-процеси, фахівці з документно-інформаційних комунікацій, підприємство.

**Актуальні проблеми.** Перехід України до системи світогосподарських зв'язків потребує підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Важливою проблемою при цьому стає покращення якості відтворювальних бізнес-процесів на підприємствах. Для їх вирішення необхідно переглянути концептуальні основи вітчизняного менеджменту якості.

Динамізм змін, що відбувається у зовнішньому середовищі, та вимоги сучасної парадигми управління якістю потребують від підприємств впровадження систем менеджменту якості, які ґрунтуються на системно-інтегрованих процесуальних засадах. Це передбачає перехід від управління якістю продукції та окремих дискретних операцій на підприємстві до управління якістю бізнес-процесів, а також використання превентивних методів менеджменту якості.

Метою управління якістю бізнес-процесів на підприємстві стає як підвищення споживчої цінності продукції для максимального задоволення споживачів, так і підвищення ефективності процесів закупівлі, виробництва, збуту за умови забезпечення зниження вартості кінцевого продукту. Оптимізація якості бізнес-процесів стає головним фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Все це, в свою чергу, досягається за рахунок ефектного створення документно-інформаційних комунікацій. Саме тому спостерігаємо зростання ролі використання та впровадження сучасних методів удосконалення бізнес-процесів підприємства на-самперед через інноваційні процеси документно-інформаційних комунікацій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням визначення сутності бізнес-процесів та методів їх удосконалення присвячена значна кількість наукових праць вітчизняних та зарубіжних авторів (Д. Брімсон, Б. Андерсен, Ф. Уллаха, В. Г. Єліферова, В. В. Репіна, О. Н. Криворучко, В. В. Кондрат'єва, Ю. Ф. Тельнов, М. Хаммера, Д. Чампі, А. Шеєра та ін.) Дослідження документно-інформаційних комунікацій сьогодні є об'єктом багатьох науковців, серед яких: Ю. М. Столяров [3], Г. Ф. Гордукалов, Н. М. Кушнарєнко [2] та ін. Проте належної уваги не приділяється удосконаленню та покращенню бізнес-процесів підприємства через інноваційні процеси документно-інформаційних комунікацій. Оскільки проблеми, які в умовах інформатизації мають вирішувати документно-інформаційні сфери, зумовлені необхідністю поєднати різноманітні носії інформатизації та механізми доступу до них у єдину систему документних ресурсів та послуг, які формують бізнес-процеси на підприємстві.

**Метою статті** є обґрунтування необхідності покращення бізнес-процесів на підприємствах через інноваційні процеси документно-інформаційних комунікацій.

**Основні результати дослідження.** Світовий досвід показує, що динамічний розвиток ринку товарів та послуг, постійні зміни в зовнішньому середовищі виробничих відносин та зростання конкуренції зумовлюють необхідність пошуку нових інструментів і методів управління бізнес-процесами. Саме тому умови функціонування українських підприємств відзначаються приділенням особливої уваги процесно-орієнтованому підходу управління, використання та впровадження сучасних ме-

тодів удосконалення бізнес-процесів підприємства. Зростання конкурентоспроможності, інноваційності, ефективності, орієнтованості на клієнта та прибутковості передбачене оперуванням низкою цілісних взаємопов'язаних і взаємозалежних бізнес-процесів, що долають перешкоди замкнутості функціональних підрозділів [4].

За сучасних умов мінливого бізнес-середовища головним завданням підприємства стає швидке реагування на зміни і відповідне впровадження адекватних заходів в організації і веденні підприємницької діяльності. Аналіз ринку і потреб споживачів, моніторинг змін в їх перевагах і поведінці стали основними, стратегічно важливими процесами підприємства, що визначають усю подальшу його діяльність щодо створення продукту, його виробництва, доведення до споживача й одержання прибутку. Тому інноваційний процес документно-інформаційних комунікацій є одним з вагомих інструментів бізнес-процесів на підприємстві.

Поняття «бізнес-процес» є багатозначним, і на сучасному етапі не існує єдино прийнятого його визначення. Формалізовано можна вважати, що це певний обмежений комплекс діяльності, що характеризується такими поняттями, як «вхід», «процес», «вихід», «управління», «постачальник процесу», «клієнт процесу» (рисунок). Досить поширеними у трактуванні бізнес-процесів є такі характеристики:

- під бізнес-процесом у широкому значенні розуміється структурована послідовність дій з виконання певного виду діяльності на всіх етапах життєвого циклу предмета діяльності — від створення концептуальної ідеї через проектування до реалізації і результату (здача в експлуатацію об'єкта, постачання продукції, надання послуг, закінчення певної фази діяльності), тобто певний системно-замкнений процес;

- бізнес-процесом є сукупність бізнес-операцій, певна кількість внутрішніх видів діяльності, що починаються з одного або більше входів і закінчуються створенням продукції, необхідної клієнту (клієнт — не обов'язково зовнішній відносно підприємства споживач, це може бути підрозділ організації або конкретний працівник). Призначення кожного бізнес-процесу полягає в тому, щоб запропонувати клієнтові продукцію, що задовольняє його за вартістю, довговічністю, сервісом та якістю;

- бізнес-процес — це потік роботи, що переходить від однієї людини до іншої, а для великих процесів — від одного відділу до іншого. Процеси можна описати на різних рівнях, але вони завжди мають початок, визначену кількість кроків і чітко обумовлений кінець. Не існує стандартного переліку процесів, і організації мають розробляти свої власні. Не в останню чергу це відбувається через те, що в такий спосіб у конкретній організації досягається глибше розуміння власної ситуації, коли її описують через процеси.

Отже, бізнес-процеси визначають як сукупність різних видів діяльності, у межах якої «на вході» використовуються один чи більше видів ресурсів, а в результаті цієї діяльності на «виході» створюється продукт, що становить цінність для споживача. Усі визначення об'єднує насамперед акцентування уваги на тому, що бізнес-процеси є безперервними, мають певні входи (постачання ресурсів, виникнення ідеї бізнесу, ідеї нового продукту, послуги тощо) і виходи у вигляді продукту, що задовольняє потреби споживачів. Таким чином бізнес-процес охоплює всю організацію, зверху до низу. Бізнес-процес без розгляду його внутрішньої структури можна подати як об'єкт, що характеризується поняттями, наведеними на рисунку.

Отже, підхід до менеджменту через управління бізнес-процесами постає головним завданням сучасних підприємств. Оскільки саме процесуальний підхід дає

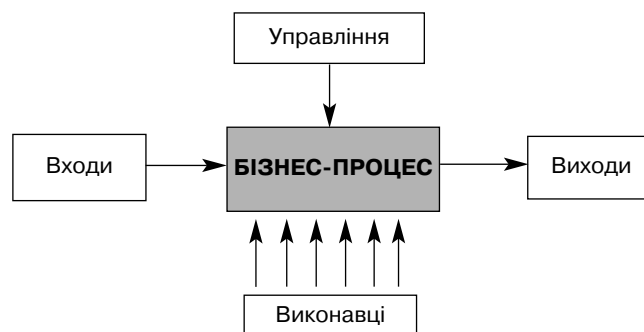


Рисунок — Сутність бізнес-процесів на підприємстві

ефективний, швидкий і позитивний результат у діяльності менеджерів. При цьому головною складовою бізнес-процесів є швидкий, достовірний, своєчасний та повний інформаційний потік. Тому саме документно-інформаційні комунікації є визначальним інструментом у досягненні запланованих цілей. Інтеграція інформаційних моделей бізнес-процесів потрібна, в першу чергу, для більш чіткої формалізації діяльності підприємства, а також для подальшого планування та прогнозування діяльності підприємства загалом і кожного окремого бізнес-процесу.

Ефективна організація та керування бізнес-процесами потребують адекватної реакції на зміни у зовнішньому середовищі. Для цього потрібний:

- постійний аналіз їх діяльності;
- наукові дослідження, спрямовані на розробку концепцій та моделей розвитку;
- підвищення кваліфікації фахівців усіх ланок виробничого та управлінського складу;
- пошук критеріїв оцінки якості та ін.

Найпоширенішим підходом до глобального характеру документно-інформаційних комунікацій є закон документаційного супроводу соціальних комунікацій, сформульований Ю. М. Столяровим [3]. Від доводить, що кожна соціальна комунікація обов'язково опосередковується документом. Отже, всі соціальні інститути, підприємства за своєю сутністю є документами. Оскільки кожний з них зайнятий або виробництвом, або транспортуванням, або одержанням, обробкою та зберіганням документа, наданням його користувачам тощо. Саме від чітко визначеної послідовності дії зазначених документів як процесів залежить ефективна діяльність цих структур. Документні потоки та масиви — це складні явища, і визначити їх сутність безпосередньо, тобто шляхом практичного обстеження, дуже складно. Тому найраціональнішим шляхом вивчення складних явищ — послідовний розподіл їх на елементи, встановлення зв'язків між ними та функцій кожного елемента. Таке структурування явищ можливе завдяки саме застосуванню системного підходу.

Сучасні підприємства вимушені постійно займатися вирішенням питання ефективності своєї діяльності. Це потребує від них розробки нових технологій і врахування сучасних інновацій ведення бізнесу, підвищення якості кінцевих результатів діяльності та впровадження нових, ефективніших методів управління й організації діяльності підприємства [1]. Зважаючи на це, визначальним стає саме документно-інформаційне забезпечення та комунікація, що дає змогу забезпечувати таке:

- знати як працює підприємство загалом;
- як підприємство взаємодіє із зовнішніми постачальниками та споживачами;
- як організовано діяльність на кожному окремо взятому робочому місці.

Виходячи з цього ефективного використання інформації неможливе без підготовлених для роботи з нею фахівців, здатних визначати потреби у використанні інформаційних потоків; своєчасно, оптимально, ефективно її обробляти; застосувати форми, методи і технології управління нею. Тому зазначене потребує ґрунтовної інформаційної підготовки фахівців з документно-інформаційних комунікацій. Крім того, важливе місце в документно-інформаційних комунікаціях займає інформаційний менеджмент як сукупність методів управління інформацією, що підтримуються розвитком інформаційних технологій, інноваційних процесів та володінням засобами і методами інформаційної діяльності у системах документальних комунікацій. У зв'язку з цим людська діяльність обумовлює необхідність постійного вдосконалення кваліфікації, системи навчання і професійної перепідготовки. При цьому результатом такої роботи має бути чітке бачення місії, цілей, функціональних напрямів та функціональних зон, номенклатури всіх процесів і їх сценаріїв, ролей у сценаріях процесів, функціональних обов'язків за кожною роллю, інформаційних та документних потоків у цих сценаріях.

Відсутність або недостатній розвиток будь-якої складової інфраструктури документно-інформаційних комунікацій знижує ефективність бізнес-процесів на підприємстві. Створення на підприємствах оптимальної інфраструктури документно-інформаційних комунікацій передбачає врахування перспектив розвитку можливостей технічних засобів передачі, обробки, пошуку, збереження документованої інформації за рахунок такого:

- розширювати засоби обчислювальної техніки та електрозв'язку для передачі даних і теледоступу до ведення документних ресурсів;
- створювати бази даних та центри автоматизованого інформаційного пошуку;

- постійно піклуватися про високу фахову підготовку фахівців;
- формувати системний моніторинг галузі документно-інформаційних комунікацій.

Для забезпечення своїх ринкових позицій підприємству потрібно робити певні зусилля щодо підвищення рівня технологічності та ефективності бізнес-процесів. Для цього постійно необхідно виявляти додаткові можливості, а саме:

- подальшого зниження рівня витрат і собівартості продукції;
- підвищення якості обслуговування споживачів;
- реорганізації і реструктуризації підприємства з метою підвищення ефективності бізнесу.

Виходячи з того, що сучасний рівень управління характеризується тим, що прийняття рішень як головне завдання управління, реалізується за умов повної або часткової невизначеності, активності, досить часто агресивної, протидії конкуруючих сторін. За цих умов на документно-інформаційні комунікації потрібно покласти такі завдання:

- створення, обробка документації та забезпечення її руху;
- інформаційна підтримка всіх управлінських рішень на підставі досконалої організації їх документального забезпечення.

**Висновки.** На підставі викладеного доцільно зазначити, що документно-інформаційні комунікації щодо підтримки бізнес-процесів підприємств відіграють визначальну роль, оскільки відображають і забезпечують діяльність підприємства, його ефективність. Тому сьогодні вони мусять бути потужним інструментом, що можливо через процеси управління документацією: орієнтувати всі інші підрозділи та окремих виконавців на спільні цілі; мобілізувати ініціативу співробітників, виховуючи в них почуття єдності й відданості своєму підприємству; поліпшувати процеси ділової комунікації та корегувати організаційну поведінку всіх його структур.

Отже, дедалі більше підприємств приділяють велику увагу підвищенню кваліфікації працюючих, зокрема службам документно-інформаційних комунікацій, шляхом проведення відповідних курсів, тренінгів, інформаційно-консультаційних та науково-практичних семінарів. Лише такий підхід дає можливість фахівцям поєднувати комплекс фахових знань, вмінь, навичок та високу професійну мобільність, а отже, створювати можливість для втілення нових, ефективних ідей у діяльність підприємств та його бізнес-процесів.

*В статье раскрыты теоретическое содержание, сущность и значение бизнес-процессов. Описаны инновационные процессы документно-информационных коммуникаций, анализ факторов и их влияние на предпринимательские бизнес-процессы. Приведена характеристика методов совершенствования бизнес-процессов через повышение квалификации специалистов документно-информационных коммуникаций.*

**Ключевые слова:** инновационные процессы, документно-информационные коммуникации, бизнес-процессы, специалисты документно-информационных коммуникаций.

*In the article the theoretical content, the nature and value of business processes. Describes the innovation process document-data communications, analysis of the factors and their impact on the business processes. The characteristic method of improving business processes through skills development document-data communications.*

**Key words:** innovation processes, document-information communications, business-processes, document-information specialists communications.

#### Література

1. Ильин В. В. Моделирование бизнес-процессов: практический опыт разработчика / В. В. Ильин. — М.; СПб., К.: Вильямс, 2006. — 176 с. ил. — (Практика реального бизнеса).
2. Кушнарченко Н. М. Складові змісту спеціальності «Документознавство та інформаційна діяльність»: питання методології // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2004. — № 1. — С. 42–45.
3. Столяров Ю. Н. Классификация документа: решения и проблемы // Книга: исслед. и материалы. — М., 1995. — Сб. 70. — С. 24–40.
4. Оптимізація бізнес-процесу для глобальної конкуренції [Електронний ресурс]. — Режим доступу :<http://www.managment.com.ua/cm/cm036.html>.

УДК 339.19

**О. С. Тараненко,**  
старший викладач, в.о. доцента

## МІСЦЕ І РОЛЬ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ У ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН МІЖ ТОВАРОВИРОБНИКАМИ ТА СПОЖИВАЧАМИ

*У статті розглянуто питання заміщення на внутрішньому ринку пропозиції імпортного сегменту непродовольчих та продовольчих товарів на вітчизняні, а також окреслено шляхи модернізації товарного сектору виробництва.*

**Ключові слова:** внутрішній ринок, товарна пропозиція, споживчі товари, інерційний розвиток, засилля імпорту.

**Аналіз останніх публікацій.** Різні формування внутрішнього ринку розглянуто у працях вітчизняних економістів А. Мазаракі, В. Лагутіна, Т. Осташко, В. Гейця, М. Скрипниченка, О. Пустовойта, Я. Жаліла, А. Савещенка, В. Точиліна, Н. Мірко, Е. Азаряна. Пріоритетним завданням для України, на думку зазначених авторів, є розвиток внутрішнього споживчого ринку як альтернативи орієнтації нашої промисловості на зовнішні ринки. Ми дотримуємося погляду, що конкуренція вітчизняних виробників має бути реальною, особливо в аграрній сфері та харчовій промисловості. Для цього необхідні державні інвестиції та впровадження національної програми підвищення життєвого рівня населення.

**Метою статті** є обґрунтування та аналіз перспектив реального розвитку внутрішнього споживчого ринку та подальші кроки до подолання залежності від зовнішньої торгівлі.

**Виклад основного матеріалу.** Основною підоймою поживлення ділової активності на внутрішньому ринку споживчих товарів є попит споживачів, величину якого характеризує статистичний показник товарообороту. Він включає роздрібний товарооборот підприємств (юридичних осіб), що здійснюють діяльність з роздрібною торгівлю, розрахункові дані щодо обсягів продажу ними товарів на ринках, а також фізичних осіб — підприємств. Причому в Україні навіть протягом кризового 2009 р. він становив 106% порівняно з попереднім роком. Це означає, що динаміку попиту на ринку споживчих товарів визначають нецінові чинники, які змінюють структуру витрат домогосподарств. Переважно серед них вивчають такі: очікування споживачів щодо зміни доходів у майбутньому, їхня заборгованість за покупки, зроблені в попередні періоди, зміни величини податків тощо.

Як показало опитування фахівців торгівлі щодо купівельного попиту на непродовольчі товари в розрізі виробників, більша частина респондентів вважає, що попит населення на імпортні непродовольчі товари залишиться на колишньому рівні (55,5% респондентів) або зросте (27,7% респондентів), а на вітчизняні непродовольчі товари знижуватиметься (52,1% респондентів), або залишиться на колишньому рівні (27,2%). Майже 80% фахівців торгівлі зазначили, що попит на непродовольчі товари спільного виробництва швидше за все залишиться на колишньому рівні, або трохи зросте.

Таким чином, на думку фахівців підприємств торгівлі, імпортні непродовольчі товари, як і раніше, переважатимуть у структурі товарної пропозиції на споживчому ринку у зв'язку зі зростанням купівельного попиту населення на ці товари.

Проведені дослідження показали, що товарна пропозиція непродовольчих товарів на регіональному споживчому ринку формується на 60–70% за рахунок імпортних товарів, причому спостерігається тенденція подальшого, поступового витіснення вітчизняних непродовольчих товарів споживчого ринку регіону. Опитані торгові агенти і покупці відзначають низьку конкурентоспроможність вітчизняних непродовольчих товарів порівняно з імпортними внаслідок їх відносно високих цін при середньому рівні якості, недостатньо привабливого зовнішнього вигляду та упаковки, невідповідності моді та вимогам НТП.

У структурі товарної пропозиції на ринку продовольства регіону поступово збільшується частка продовольчих товарів вітчизняних виробників і знижується частка імпортних товарів. Усе більше споживачів віддають перевагу купівлі вітчизняних продуктів харчування, оцінюючи по достойнству їх якість, екологічну безпеку, відносно низькі ціни до відповідності ціни якості реалізованих товарів.

З одного боку, завдяки збільшенню надходження споживчих товарів з-за кордону посилюється конкуренція на споживчому ринку, що стимулює підвищення якості та розширення асортименту реалізованих товарів, більш повне задоволення купівельного попиту споживачів. Значне збільшення надходжень імпортних товарів на внутрішній споживчий ринок сприяє його насичення і ліквідації дефіциту з багатьох видів товарів. Крім того, збільшення імпорту широкого кола споживчих товарів призводить до того, що на споживчому ринку країни разом з традиційними з'явилися нові для наших споживачів товари. Зокрема модифікації теле-, відеоапаратури, побутові ЕОМ, печі СВЧ, сучасна побутова техніка, автомобілі-дачі, системи тепло-аккумуляційного електроопалення приватних будинків. Як наслідок відбувається формування купівельного попиту на нові для нашого споживчого ринку товари.

З іншого боку, в результаті витіснення зі споживчого ринку вітчизняних товарів українські виробники змушені значно скорочувати обсяги виробництва, внаслідок чого відбувається скорочення числа зайнятих у господарстві, знижується рівень реальних грошових доходів населення, а отже, відбувається обмеження купівельного попиту.

Значні обсяги імпорту споживчих товарів, ставлячи на межу банкрутства товаровиробників України, водночас сприяють розвитку економіки зарубіжних країн: збільшуються обсяги виробництва споживчих товарів у цих країнах, створюються нові робочі місця.

Засилля імпорту показує відсталість окремих галузей української економіки і виробництва товарів тривалого користування насамперед легкої промисловості. Аналізуючи структуру імпорту споживчих товарів у нашій країні, потрібно визначити коло товарів, що потребують прискореного розвитку відповідних виробництв (деякі продовольчі товари, тканини, зокрема лляні та вовняні, хутряні вироби, товари господарського призначення) з метою забезпечення конкурентоспроможності, та коло товарів, які в сучасних умовах доцільніше ввозити з-за кордону (теле-, відеоапаратура, окремі види взуття та одягу, побутові прилади).

На наш погляд, пріоритетним напрямом на сучасному етапі розвитку економіки України є насичення внутрішнього споживчого ринку вітчизняними конкурентоспроможними товарами і поступове витіснення імпортних товарів вітчизняними з доведенням частки імпорту в загальному обсязі товарної пропозиції на ринку до 10–15%. Це необхідно для того, щоб не лише забезпечити економічну безпеку країни, а й сприяти подоланню безробіття, зростанню доходів як споживачів, так і виробників, розвитку інвестицій в економіку України.

Для досягнення цієї мети насамперед необхідно створити конкурентоспроможний вітчизняний споживчий ринок продовольчих товарів. Причому формування і розвиток продовольчого ринку має йти за такими напрямками:

- розвиток вітчизняного виробництва та переробка продуктів харчування;
- розвиток торгівлі продовольчими товарами вітчизняного виробництва.

У першому напрямі найслабкішою ланкою є власне переробка вироблених продуктів харчування. Імпортні продовольчі товари, поступаючи здебільшого якості, виграють у сучасній технології обробки та упаковки, що забезпечує тривалі терміни зберігання товарів при збереженні їх якості. Крім того, сучасні технології обробки продуктів дають змогу істотно знизити втрати при їх виробництві, переробці та зберіганні. Однак багато переробних вітчизняних підприємств не мають фінансових ресурсів для придбання і впровадження сучасних технологій і ліній з переробки та упаковки продуктів харчування, а високі відсотки за кредити погіршують фінансовий стан підприємств. Тому з метою стимулювання технічного оснащення переробних підприємств для створення конкурентоспроможності продукції необхідна допомога держави, насамперед місцевих органів влади. Допомога цим підприємствам може бути здійснена у вигляді пільгових довгострокових кредитів на технічне переоснащення і реконструкцію під мінімальні відсотки у формі пільг за місцевими податками у вигляді повного та часткового звільнення від оподаткування прибутку на період

терміну окупності вкладених коштів. Ці заходи дадуть можливість переробним підприємствам здійснити накопичення і вкладення коштів у подальший розвиток та розширення виробництва високоякісних продуктів харчування. Досвід роботи регіональних товаровиробників підтверджує необхідність упровадження нових технологій для досягнення успіху на ринку. Так, запуск нових технологічних ліній та ліній з упаковки молочних продуктів «Тетрапак» підприємством «Тонус» дав змогу значно збільшити терміни зберігання продукції, поліпшити якість товарів, розширити їх асортимент, що зумовило збільшення частки продовольчого ринку, що займає це підприємство.

Важливу роль у розвитку вітчизняного споживчого ринку відіграє торгівля, що покликана впливати на виробництво на основі вивчення купівельних переваг і попиту. Водночас проведені дослідження показали, що лише 37,5% опитаних торговельних працівників вивчають купівельний попит на споживчі товари. Більша ж частина торговельних працівників (62,5%) взагалі не вивчає купівельний попит населення, пояснюючи це великими витратами, браком часу, відсутністю кваліфікованих фахівців. Внаслідок ситуації, що склалася, торгівля не виконує належним чином одну із своїх основних функцій — виявлення переваг споживачів, вивчення купівельного попиту і формування на цій основі замовлень товаровиробникам. Крім того, торгівля має не лише вивчати, а й здійснювати формування купівельного попиту на нові споживчі товари, що з'являються на ринку.

Істотно вплинути на розвиток продовольчого ринку можуть фірмові магазини, що представляють продукцію вітчизняних товаровиробників. Внаслідок прямих поставок продуктів харчування від безпосередніх товаровиробників ці підприємства торгівлі можуть встановлювати відносно низькі ціни на реалізовані продовольчі товари, забезпечувати досить широкий асортимент товарів при їх високій якості. Крім того, фірмові магазини мають забезпечити реальне вивчення купівельного попиту і формування виробничої програми відповідно до потреб споживачів.

Для стимулювання розвитку мережі фірмових магазинів місцеві органи влади можуть надати цим підприємствам низку пільг. Наприклад, знизити вартість орендної плати або надати муніципальні приміщення цим магазинам без справляння орендної плати на певний термін (від 1 до 2 років). Також місцевими органами влади можливе зниження ставок місцевих податків, зокрема, з податку на прибуток для стимулювання діяльності підприємств роздрібної торгівлі, що реалізують вітчизняні споживчі товари.

Зазначені заходи сприятимуть розвитку ринку вітчизняних споживчих товарів та поступовому витісненню імпортних товарів з внутрішнього ринку країни.

Розрахунки свідчать, що Україна має дуже мало часу для модернізації товарного сектору виробництва, зміни його структури на користь споживчих та інвестиційних товарів. Наприклад, у разі інерційного розвитку вітчизняної економіки девальваційний резерв для збільшення їх виробництва буде вичерпано вже до кінця 2012 р. Для збереження цінових переваг вітчизняних споживчих товарів на внутрішньому ринку на цей період необхідно визнати пріоритет заходів державної політики щодо підтримання зростання споживчих цін на рівні 5–10% на рік. Досягти цієї мети за допомогою лише монетарних інструментів неможливо. Крім зменшення дефіциту державного бюджету органам державної влади доцільно зосередити свої зусилля на усуненні дефіциту окремих видів сільськогосподарської сировини (м'яса, молока, масла тощо), відновленні довіри населення до банківської системи, зменшенні ризиків кредитування вітчизняних виробників споживчої та інвестиційної продукції.

Продовжити час, необхідний для зміни структури товарного виробництва на користь вітчизняних споживчих та інвестиційних товарів, можна шляхом підвищення рівня їх нецінових переваг. Цей напрям державної політики пов'язаний із стимулюванням виробництва високоякісної та безпечної продукції. Крім того, держава, установивши підвищені вимоги до виробництва вітчизняної продукції, не лише створить додаткові стимули для поліпшення її якісних характеристик, а й унеможливить імпорт на внутрішній ринок низькоякісних дешевих товарів, які гальмують зростання ділової активності.

Отже, внутрішній ринок споживчих товарів є багатосумісним соціально-економічним утворенням, побудованим на основі взаємозв'язку, ускладненні та динамізму його структурних компонентів.



**Висновки та пропозиції.** Реалізація в українських умовах рекомендацій прихильників перетворення держави на «нічного сторожа» приватної власності може призвести до руйнації внутрішнього товарного ринку, наукомістських виробництв, деформації структури освіти і науки.

Акцент на розвиток чорної металургії та хімічної промисловості сприятиме зрушенню сегмента внутрішнього споживання та набуде ризику екологічного самознищення, від якого відмовились розвинуті країни.

Необхідно посилити конкурентні переваги високотехнологічних галузей вітчизняної промисловості (авіабудування, космічна галузь, машинобудування, легка і харчова промисловість), що унеможливить залежність нашої держави від міжнародної фінансової допомоги та зовнішньої торгівлі.

Без здійснення концептуальних засад економічної політики України в посткризовий період, передбачених у Програмі економічних реформ на 2010–2014 рр. «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава», ефект від модернізації інфраструктури та базових ринків буде мінімальним.

*В статье рассматриваются вопросы замещения на внутреннем рынке предложения импортного сегмента непродовольственных и продовольственных товаров на отечественные, а также рассмотрен путь модернизации товарного сектора производства.*

**Ключевые слова:** внутренний рынок, товарное предложение, потребительские товары, инерционное развитие, засилье импорта.

*The article deals with the substitution of domestic supply of imported non-food segment, and food products for domestic as well as consider the path of modernization of commodity production sector.*

**Key words:** internal market, product offering, consumer goods, the development of the inertia, the dominance of imports.

#### Література

1. Балабанова І. В. Управління конкурентною раціональністю. — Донецьк: ДНУЕТ, 2008. — 537 с.
2. Коваль Т. О. Статистика ринку товарів і послуг. — Харків: ХНЕУ, 2007. — 68 с.
3. Лагутін В. Ю. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання. — К., 2008.
4. Певзнер Я. А. Рынок неустрашим (по поводу публикации) // Мировая экономика и международные отношения. — М., 1999. — № 2.
5. Точилін В. О., Осташко Т. О., Лапко О. О. та ін. Ринки реального сектора економіки України: структурно-інституціональний аналіз. — К.: ІЕП НАНУ, 2009. — 637 с.
6. Савещенко А. С. Інфраструктура товарного ринку. — К.: ХНЕУ, 2006.
7. Серова І. А. Дослідження прогнозування економічної кон'юнктури. — Харків: ХНЕУ, 2008.

УДК 331.101.3

О. В. Кушнерик,  
аспірант

## ЗАРУБІЖНІ МОДЕЛІ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*У статті розкрито методи мотивації праці в країнах з розвинутою ринковою економікою, виокремлено моделі систем мотивації праці, порівняно та визначено можливість застосування зарубіжного досвіду для вітчизняних підприємств.*

**Ключові слова:** мотивація, модель, система «Скенлон», система «Раккера».

**Актуальність дослідження.** Мотивація трудової діяльності є одним із важливих чинників економічного зростання суспільства у ринкових відносинах. Це рушійний механізм для отримання швидкої, якісної та творчої віддачі від робочої сили в умовах глобальної конкуренції, коли домінантним постає питання ефективного та раціонального використання всіх видів ресурсів, і особливо, людського потенціалу. Донедавна проблемам мотивації не приділяли належної уваги, тепер — це є необхідністю для менеджерів як на рівні підприємства, так і на рівні держави.

Провідний український вчений А. М. Колот неодноразово досліджував питання мотивації праці [3]. На його погляд, мотивація — це сукупність зовнішніх та внутрішніх, усвідомлюваних людиною рушійних сил, що спонукають її до діяльності, визначаючи поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей та цілей організації.

Теоретико-методологічні й економіко-організаційні аспекти формування та використання трудового потенціалу розглянуто в працях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як С. Бандур, Д. Богиня, М. Долішній, М. Дороніна, Дж. Кейнс, М. Кім, В. Костаков, І. Лукінов, Е. Мейо, В. Онікієнко, А. Панкратов, А. Селезнев, Г. Сергеева, А. Сміт, С. Струмилін, Ф. Тейлор, М. Фрідмен, Л. Чижова та ін. Тому вважаємо, що використання зарубіжного досвіду стосовно використання трудового потенціалу — неодмінна умова ефективного функціонування підприємства в сучасних умовах ринкової трансформації економіки України.

Отже, **метою дослідження** є виявлення основних моделей мотивації праці за кордоном та визначення доцільності їх запровадження на території нашої країни.

**Виклад основного матеріалу.** Мотивація праці належить до проблем, вирішенню яких у світовій практиці завжди приділялася велика увага. Вітчизняні теорія і практика мотивації праці, як правило, зводяться до оплати праці, заснованої на фіксованих тарифних ставках і посадових окладах, і є не досить ефективні. Тому при формуванні систем мотивації праці потрібно використовувати вже накопичений світовою практикою досвід. З усього розмаїття моделей систем мотивації праці можна виокремити як найхарактерніші японську, американську, французьку, англійську, німецьку і шведську моделі.

Японська модель характеризується випередженням зростання продуктивності праці відносно зростання рівня життя населення, в тому числі рівня заробітної плати. З метою заохочення підприємницької активності держава не здійснює серйозних заходів щодо контролю за майновим розшаруванням суспільства. Існування такої моделі можливе лише при високому розвитку в усіх членів суспільства національної самосвідомості, пріоритетів інтересів нації над інтересами конкретної людини, готовності населення йти на певні матеріальні жертви заради добробуту країни.

Система стимулювання праці в Японії, порівняно з іншими промислово розвиненими країнами, дуже гнучка. Традиційно вона будується з урахуванням трьох факторів: професійної майстерності, віку і стажу роботи.

Американська модель мотивації праці побудована на всілякому заохоченні підприємницької активності й збагаченні найбільш активної частини населення. Модель базується на соціально-культурних особливостях нації — масовій орієнтації на досягнення особистого успіху кожного, а також високому рівні економічного добробуту.

В основі системи мотивації праці в США знаходиться оплата праці. Найбільшого поширення набули різні модифікації погодинної системи оплати праці з нормованими завданнями, доповнені різноманітними формами преміювання [2].

Нині однією з найпоширеніших у США форм оплати праці як для основних, так і для допоміжних робітників є оплата праці, що поєднує елементи відрядної і погодинної систем. У цьому разі денний заробіток працівника визначається як добуток годинної тарифної ставки на кількість годин роботи. При невиконанні працівником денної норми в натуральному виразі, роботу продовжують до виконання норми. Ця система оплати праці не передбачає виплати премії, тому що, за твердженням американських економістів, ці суми вже закладені у високій тарифній ставці робітника й окладі службовця. Відмінною рисою цієї системи є простота нарахування заробітку та планування витрат на заробітну плату. Однак більшість фірм як у США, так і в інших країнах схиляються до застосування систем, що поєднують оплату праці з преміюванням.

У США широко застосовують колективні системи преміювання. Так, при застосуванні системи «Скенлон» між адміністрацією та працівниками підприємства заздалегідь визначається норматив частки заробітної плати в загальній вартості умовно чистої продукції. У разі прибуткової роботи підприємства і створення економії заробітної плати за рахунок досягнутої економії створюється преміальний фонд, який розподіляється так: 25% спрямовується до резервного фонду для покриття можливої перевитрати фонду заробітної плати. З решти суми 25% спрямовується на преміювання адміністрації підприємства, 75% — на преміювання робітників [5].

Гнучкість системі оплати праці надають періодичні атестації співробітників, на основі яких встановлюється рівень оплати праці працівників на наступний період. Зарплата переглядається, як правило, у перший рік роботи кожні три місяці, після року роботи — раз на півроку чи рік.

На деяких американських підприємствах застосовується нова система оплати праці, при якій підвищення оплати праці залежить не стільки від виробітку, скільки від зростання кваліфікації і кількості освоєних професій. Після завершення навчання за однією спеціальністю робітнику присвоюється певна кількість балів. Він може отримати надбавку до зарплати, набравши відповідну суму балів. При встановленні розміру заробітної плати визначальними факторами виступають число освоєних «одниць кваліфікації», рівень майстерності по кожній з них, кваліфікація за освоєними спеціальностями [5].

Управління персоналом у країнах Західної Європи значною мірою формувалося під впливом американської системи управління. Однак система мотивації персоналу на західноєвропейських підприємствах характеризується низкою прикметних особливостей, які зумовлені реаліями економічної ситуації в цих країнах.

Досвід західноєвропейських країн свідчить, що головною метою системи управління персоналом — це забезпечення кадрами, їх ефективне використання, професійний та соціальний розвиток.

Французька модель мотивації праці характеризується великою різноманітністю економічних інструментів, включаючи стратегічне планування та стимулювання конкуренції, гнучкою системою оподаткування. Відмінна особливість її — введення стратегічного планування в ринковий механізм. Базисом ринкових відносин у французькій моделі є конкуренція, яка безпосередньо впливає на якість продукції, задоволення потреб населення в товарах і послугах, зменшення витрат виробництва [1].

У політиці оплати праці французьких фірм спостерігаються дві тенденції: індексация заробітної плати залежно від вартості життя й індивідуалізація оплати праці. Індекси цін на споживчі товари враховуються в оплаті праці практично на всіх великих підприємствах, що відображається в колективних договорах з профспілками. Принцип індивідуалізації оплати праці у Франції здійснюється шляхом врахування рівня професійної кваліфікації, якості виконуваної роботи, кількості внесених раціоналізаторських пропозицій, рівня мобільності працівника. Застосовують три основні підходи до здійснення принципу індивідуалізації оплати праці:

1. Для кожного робочого місця, оцінюваного на основі колективної угоди, визначаються мінімальна заробітна плата і «вилка» окладів. Оцінка праці кожного працівника здійснюється щодо виконуваної роботи, а не щодо праці працівників, зайнятих на інших робочих місцях. Критеріями трудового внеску працівника є кількість і якість його праці, а також участь у громадському житті підприємства.

2. Зарплату ділять на дві частини: постійну, залежну від займаної посади або робочого місця, і змінну, що відображає ефективність праці працівників. Додатково виплачують премії за високу якість роботи, сумлінне ставлення до праці тощо. Персонал бере активну участь в обговоренні питань оплати праці в рамках спеціальних комісій.

3. На підприємствах здійснюються такі форми індивідуалізації заробітної плати, як участь у прибутках, продаж працівникам акцій підприємства, виплата премій [1].

Перевага французької моделі мотивації праці полягає в тому, що вона надає сильного стимулюючого впливу на ефективність та якість праці, слугує фактором саморегулювання розміру фонду оплати праці. При виникненні тимчасових труднощів фонд оплати праці автоматично скорочується, в результаті чого підприємство безболісно реагує на кон'юнктурні зміни. Модель забезпечує широку поінформованість працівників про економічний стан компанії.

Нині у Великій Британії існує дві модифікації системи оплати праці, що залежать від прибутку: грошова та акціонерна, яка передбачає часткову оплату у вигляді акцій. Крім того, передбачається можливість застосування системи коливання заробітної плати, що цілковито залежить від прибутку фірми.

На підприємствах Великої Британії участь у прибутках вводиться тоді, коли відповідно до індивідуальних або колективних угод на додаток до встановленої зарплати регулярно виплачується відповідна частка від прибутку підприємства. Залежно від бази для обчислення суми, що розподіляється через систему участі у прибутках, розрізняють участь у прибутках, участь у чистому доході, участь в обороті або утвореній вартості, трудова пайова участь, чиста трудова участь [2].

Пайова участь у капіталі передбачає внесення частини особистих заощаджень працівників в обмін на акції або облігації фірми з використанням зазначених коштів на придбання основних фондів і оборотних коштів. Пайова участь у капіталі тягне за собою передачу учасникам корпорації частини прибутку (доходу), у тому числі у вигляді дивідендів або відсотків, виплату допомоги або премій підприємства.

Трудова пайова участь об'єднує зазначені вище форми. Працівник підприємства отримує дохід за трьома напрямками: основна заробітна плата, частка від участі в прибутку на основі праці, частка від прибутку на основі вкладеного ним капіталу.

Німецька модель мотивації праці виходить з того, що в її центрі знаходиться людина з її інтересами як вільна особистість, що усвідомлює свою відповідальність перед суспільством. Свобода в економічному сенсі означає розуміння інтересів суспільства і знаходження свого місця в системі «виробництво — споживання». Проте не кожен громадянин здатен працювати відповідно до вимог ринку. Ринкове господарство Німеччини називається соціальним тому, що держава створює умови для всіх громадян, зупиняє прояви несправедливості й захищає всіх обділених і беззахисних: безробітних, хворих, старих і дітей. Соціальна справедливість і солідарність — неодмінні передумови суспільного консенсусу. Західні дослідники дійшли висновку, що гармонійна комбінація із стимулювання праці й соціальних гарантій є однією з найбільш оптимальних моделей, будь-коли відомих в історії економічних теорій. Ця модель забезпечує в рівній мірі як економічний добробут, так і соціальні гарантії.

Шведська модель мотивації праці вирізняється сильною соціальною політикою, спрямованою на скорочення майнової нерівності за рахунок перерозподілу національного доходу на користь менш забезпечених верств населення. Починаючи з 50-х років, шведські профспілки на переговорах щодо переукладання колективних трудових договорів проводять політику так званої солідарної заробітної плати, що ґрунтується на таких принципах: рівна оплата за рівну працю, скорочення розриву між розмірами мінімальної і максимальної заробітної плати [2, 4].

Політика солідарної заробітної плати спрямована на вирішення низки цільових завдань. Насамперед вона, разом з ринковою конкуренцією, додатково стимулює процес постійного оновлення виробництва на основі останніх досягнень науки і техніки. При цьому дотримується принцип рівної оплати за рівну працю, який у шведській інтерпретації означає, що працівники різних підприємств, що мають однакою кваліфікацію і виконують аналогічну роботу, отримують однакову заробітну плату незалежно від результатів господарської діяльності підприємства. Якщо, наприклад, з 10 підприємств однієї галузі 3 працюють високорентабельно, 5 — на середньому рівні, а 2 — збитково, то на будь-якому з цих підприємств отримують однакову за-

робітну плату за однакову працю, а саме на середньому рівні, зафіксованому в галузевій угоді [2, 4].

Сучасні тенденції формування закордонних систем мотивації праці в узагальненому вигляді наведено в таблиці.

Таблиця — **Особливості формування закордонних систем мотивації праці**

Країна	Основні фактори мотивації праці	Відмінні риси мотивації праці
Японія	Вік Професійна майстерність Результативність праці Стаж	Довічний найм Одноразова допомога при виході на пенсію
США	Заохочення підприємницької активності Якість роботи Висока кваліфікація	Комбінація елементів відрядної й погодинної систем Участь у прибутку Технологічні надбавки Премії за безаварійну роботу, тривалу експлуатацію устаткування й інструменту Дотримання технологічної дисципліни Система подвійних ставок
Франція	Кваліфікація Якість роботи Кількість раціоналізаторських пропозицій Рівень мобілізації	Індивідуалізація оплати праці Бальна оцінка праці працівника за професійною майстерністю, продуктивністю праці, якістю роботи, дотриманням правил техніки безпеки, етикою виробництва Ініціативність Додаткові винагороди (виховання дітей, надання автомобіля, забезпечення по старості)
Велика Британія	Дохід	Участь у прибутках Участі на паях у капіталі Трудова участь на паях Чисто трудова участь
Німеччина	Якість	Стимулювання праці Соціальні гарантії
Швеція	Солідарна заробітна плата	Диференціація системи податків і пільг Сильна соціальна політика

Джерело: [2, 5].

В економічно розвинутих країнах значна увага приділяється осучасненню систем оцінки різних категорій персоналу. Мета оцінки полягає в тому, щоб з'ясувати, чи відповідає працівник вимогам робочого місця, чи не перевантажений він роботою, чи здатний він на роботу з більшими досягненнями на іншому робочому місці. Передусім значно збільшується застосування самооцінки персоналу. За результатами досліджень, здійснених корпорацією «Дженерал електрик», близько 90% керівників і 86% підлеглих самооцінку персоналу вважають обов'язковою складовою системи оцінки загалом [1].

Заслугує на увагу також зарубіжний досвід формування та застосування багатоаспектної системи матеріального заохочення персоналу. Її ключовими елементами є: використання тарифної системи, застосування прогресивних форм оплати праці, поширення оригінальних систем преміювання і стимулювання нововведень, вища оплата розумової праці, суттєва індивідуалізація заробітної платні [1, с. 55].

Скрізь використовується тарифна система в різноманітних її модифікаціях як інструмент диференціації оплати праці залежно від складності, умов і важливості роботи. У країнах з розвинутою ринковою економікою переважно застосовують єдині тарифні сітки для робітників, спеціалістів і службовців. Кожна галузь економіки зазвичай формує власні тарифні сітки, які, у свою чергу, модифікуються на рівні фірм. Наприклад, на італійській фірмі «Оліветті» використовують 20-розрядну тарифну сітку, а в американській автомобільній корпорації «Форд моторс» — 23-розрядну;

у Німеччині на підприємствах хімічної промисловості використовують 13 тарифних розрядів. У японських фірмах традиційно основна ставка визначається з урахуванням віку й стажу роботи, а так звана трудова ставка — залежно від кваліфікації та результативності праці [1, с. 55].

На зарубіжних підприємствах здебільшого впроваджено погодинну оплату праці робітників. Це зумовлено тим, що нині пріоритетного значення набуває не кількість, а якість товарів. Вищий рівень заробітної платні в багатьох зарубіжних країнах, згідно з даними досвіду цих країн, здебільшого є наслідком застосування форм і систем оплати праці з більшим мотивуючим ефектом. Такий прогресивний підхід до організації заробітної платні був би корисним і в нашій державі [1, с. 55].

Характерною особливістю сучасних систем стимулювання на Заході є значне поширення системи заохочення за впровадження різноманітних нововведень. Так, більшість західноєвропейських фірм формують преміальні фонди за створення, освоєння й випуск нової продукції, її частки в загальному обсязі виробництва, за раціоналізаторські пропозиції [5].

У зарубіжних країнах з розвинутою ринковою економікою спостерігається стала тенденція до індивідуалізації заробітної платні на підставі оцінки конкретних заслуг працівника. Механізм індивідуалізації заробітної платні охоплює як диференціацію умов наймання, так і регулярну оцінку заслуг персоналу безпосередньо в процесі трудової діяльності. Наприклад, у США оцінюють особисті заслуги керівників і спеціалістів 80% компаній, а робітників — близько 50%. Розглядаючи матеріальну винагороду як дієву форму стимулювання до праці, зарубіжні вчені значну увагу приділяють пошуку оптимальних розмірів цієї винагороди стосовно базової заробітної платні, мінімальний рівень премій (бонусів) у цеху за виробничі досягнення зазвичай становить до 33,3% від базової зарплатні. Однак вважається, якщо винагорода становить до 25% від базової зарплатні, то вона не дуже дієва [5].

Існує думка, що будь-які схеми матеріального стимулювання треба впроваджувати на засадах самофінансування, хоча на практиці цього досягти вдається не завжди, оскільки як система оцінювання результатів праці, так і підготовча робота з впровадження нових схем матеріального заохочення потребують певних витрат. Зазвичай ці витрати можуть бути збалансовані за рахунок економії від зростання ефективності виробництва та кращого використання трудового потенціалу працівників.

Зарубіжний досвід засвідчує виняткову корисність залучення працівників до управління виробництвом. В американських фірмах, наприклад, застосовують чотири форми залучення персоналу до управління:

1. Участь працівників в управлінні працею та якістю продукції на рівні виробничого цеху чи іншого такого ж підрозділу.
2. Створення робітничих рад або спільних комітетів працівників і менеджерів.
3. Упровадження системи участі персоналу в одержаному прибутку.
4. Участь представників найманої праці в роботі рад директорів корпорацій.

Своєрідною є система участі працівників в управлінні виробництвом, сформована в Німеччині, яка передбачає: спільну участь у наглядових радах фірм представників капіталу й найманої праці; наявність системи «працівник–директор»; виробничі ради на підприємствах, які складаються щонайменше з п'яти постійних найманих працівників з правом голосу (віком понад 18 років, стажем роботи — не менше ніж шість місяців). При цьому роботодавці зобов'язані надавати найманим працівникам і раді підприємства відповідну інформацію, приймати від них запити та пропозиції, вивчати і враховувати думку ради підприємства з питань соціально-економічного розвитку останнього. Характерною особливістю сучасного виробництва за кордоном слід вважати перехід до різноманітних колективних (групових) форм організації праці, зокрема спільне виконання окремих завдань (здійснення контролю за якістю, обслуговування виробництва, навчання) [5].

Усе це переконує в тому, що зарубіжний досвід мотивації трудового потенціалу заслуговує на увагу та широке практичне застосування. Потрібно зважити на те, що в Україні склалися свої традиції, власний досвід матеріального стимулювання трудового потенціалу, тому найбільш прийнятним є поєднання вітчизняного та зарубіжного досвіду в цій сфері.

**Висновки.** Виходячи з викладеного матеріалу, слід зазначити, що сприяти впровадженню зарубіжних моделей мотивації праці на підприємстві необхідно через

проведення внутрішньої діагностики ефективності діяльності персоналу та розроблення мотиваційного механізму управління персоналом на підприємстві.

Перспективами досліджень у цьому напрямі є потреба в подальшому розробленні проблематики пошуку та впровадження в практику підприємницької діяльності сучасних мотиваційних механізмів розширеного відтворення трудового потенціалу.

Удосконалення механізму мотивації управлінського персоналу має відбуватися на основі застосування заходів спрямованого стимулювання з урахуванням мотивації конкретної групи управлінського персоналу підприємства. При цьому важливим є застосування індивідуального підходу до мотивації з диференціацією персоналу не лише за категоріями, а й за етапом трудової кар'єри, з урахуванням специфіки та розміру підприємства.

Сприяття впровадженню мотиваційного механізму діяльності управлінських працівників на підприємстві потрібно через проведення внутрішньої діагностики ефективності діяльності персоналу та розроблення мотиваційного механізму управління персоналом на підприємстві. Оскільки перевага тієї чи іншої групи мотивів впливає на характер, напрям та інтенсивність діяльності щодо їх задоволення, то провідні потреби мають отримувати з боку підприємства відповідне їм стимулююче підкріплення. У такому разі зростатиме зацікавленість управлінця в якісному виконанні роботи, зросте його мотивація та ефективність праці.

*В статье раскрываются методы мотивации труда в странах с развитой рыночной экономикой, выделяются модели систем мотивации труда, сравниваются и определяются возможности применения зарубежного опыта для отечественных предприятий.*

**Ключевые слова:** мотивация, модель, система «Скенлон», система «Раккера».

*In the article the methods of motivation of labour open up in countries with the developed market economy, the models of the systems of motivation of labour are distinguished, possibilities of application of foreign experience are compared and determined for domestic enterprises.*

**Keywords:** motivation, model, system «Skenlon», system «Rakker».

#### Література

1. Демко Е. В. Зарубіжний досвід вдосконалення процесів формування та використання трудового потенціалу // Вісник Львівського інституту банківської справи УБС НБУ. — 2010. — С. 55–58.
2. Козаченко А. В. Зарубежный опыт мотивации труда / А. В. Козаченко // Менеджмент. [Электронный ресурс]. — Режим доступа к ресурсу: <http://www.management.com.ua/hrm/2011hrm216.html>.
3. Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: навч. посіб. / А. М. Колот. — К.: КНЕУ, 2008. — С. 224.
4. Мотивація. Вікіпедія. Вільна енциклопедія. [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Мотивація>.
5. Офіційний сайт VI Науково-практичної конференції «Наука в інформаційному просторі» [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: [http://www.confcontact.com/20100916/ek\\_lubomu.htm](http://www.confcontact.com/20100916/ek_lubomu.htm).

УДК 657.1.012

**В. Г. Корчагіна,**  
кандидат економічних наук

## ЗНАЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ

*Розглянуто основні аспекти управлінського обліку як складової інформаційного забезпечення процесу управління. Обґрунтовано узгодженість функцій управлінського обліку з основними функціями менеджменту. Досліджено місце облікової роботи в управлінні інформаційними потоками. Визначено роль управлінського обліку в процесі формування інформації для цілей менеджменту та прийняття управлінських рішень.*

**Ключові слова:** система управлінського обліку, інформаційне забезпечення, інформаційна система, управлінське рішення, функції менеджменту.

**Вступ.** В умовах ринкових відносин функціонування господарюючих суб'єктів потребує застосування науково обґрунтованих підходів до формування та удосконалення організаційної структури, використання міжнародного досвіду у вирішенні проблем управління. Нормальне функціонування системи управління передбачає правильну організацію її інформаційного забезпечення. Інформатизація управлінських та виробничих процесів, якість інформаційних ресурсів і ступінь їх використання належать до основних ознак адаптації підприємств до умов ринкової конкуренції. Ефективна робота сучасного підприємства потребує налагодженої системи управлінського обліку та звітності на всіх рівнях управління. В умовах посилення конкуренції питання про необхідність створення системи управлінського обліку для багатьох керівників уже вирішене. Водночас постає інше питання — як управлінський облік забезпечує формування ефективної інформаційної системи для реалізації всіх функцій управління. Саме тому потрібна сучасна система інформаційного забезпечення менеджменту, яка інтегрує новітні методи обліку, аналізу, планування і контролю та забезпечує прийняття ефективних управлінських рішень.

**Стан вивчення проблеми.** Незважаючи на те, що інтерес до запровадження управлінського обліку в Україні постійно зростає, не завжди спостерігається єдність щодо його значення, ролі, а також місця в системі менеджменту. Одне з дискусійних питань у цій тематиці досліджень — сутність та призначення управлінського обліку. Значний внесок у дослідження проблем організації управлінського обліку на підприємстві зробили вітчизняні вчені та практики (І. А. Білоусова, Ф. Ф. Бутинець, С. Ф. Голов, О. В. Лишиленко, Л. В. Нападовська, М. С. Пушкар, В. В. Сопко, М. Г. Чумаченко). Проте практика свідчить про наявність невирішених проблем теоретичного та практичного характеру, пов'язаних з визначенням ролі управлінського обліку в інформаційній системі менеджменту.

**Постановка завдання.** Зміцнення ринкових позицій підприємства передбачає грамотне застосування певних елементів управління. Зрозуміло, що в таких умовах традиційних методів бухгалтерського обліку недостатньо, адже він має ретроспективне спрямування і практично не забезпечує формування необхідних даних для прогнозування господарської діяльності. Важливо визначити місце і роль управлінського обліку у формуванні обліково-аналітичної інформації процесу оперативного, поточного та стратегічного управління. Саме тому метою статті є дослідження існуючих проблем управлінського обліку як інформаційної бази менеджменту і пошук шляхів їх вирішення.

**Результати досліджень.** Управління підприємством розглядається як процес координації та регулювання його діяльності для досягнення поставлених цілей. Для забезпечення всіх функцій управління на відповідних рівнях потрібна цільова інформація. Загалом управлінський процес починається з інформації, тобто розробки системи планів, на основі якої оцінюється діяльність (облік та контроль основних показників діяльності), виявляються резерви за рахунок аналізу, приймаються рішення та оцінюється їх ефективність.



Інформаційне забезпечення процесу управління підприємством — це складний механізм узгодження інформаційних ресурсів і способів їх організації, за допомогою яких керівництво отримує необхідні дані, що використовуються для прийняття відповідних рішень щодо подальшої діяльності підприємства [1, 36].

Водночас, ухвалюючи рішення, переносяться акценти з обставин, що склалися на цей момент та призвели до такої ситуації, на можливі ймовірні наслідки таких рішень. Тому виникає потреба в перенесенні уваги з опису вже здійснених процесів та аналізу причин, що їх зумовили, на прогнозування майбутніх і очікуваних господарських ситуацій. Це може бути реалізоване за допомогою управлінського обліку, дані якого мають тактичний і стратегічний інтерес для внутрішнього користування. Відповідно до законодавчої бази (управлінський) облік — система обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством [3, 4].

Управління підприємством передбачає процес координації та регулювання його діяльності для досягнення стратегічної мети. В процесі прийняття рішень менеджери на різних рівнях управління потребують цільової інформації, яка має бути корисною для виконання їх функцій. Управління починається з інформації (розробки планів), на основі якої оцінюють діяльність (облік і контроль основних показників діяльності), виявляють резерви та невикористані можливості (аналіз інформації), приймають рішення та оцінюють ефективність прийнятих рішень [6, 79].

Сучасний управлінський облік, використовуючи зовнішню та внутрішню інформацію, забезпечує потреби різних функцій бізнесу. Він аналізує діяльність з урахуванням як поточних, так і довгострокових цілей, розробляє методи отримання, збирання потрібної інформації.

Система управлінського обліку являє собою сукупність методів і процедур, які забезпечують підготовку та надання інформації щодо використання ресурсів і протікання господарських процесів для планування, контролю та прийняття рішень на різних рівнях управління підприємством з метою впливу на них. В основу управлінського обліку покладено інформаційну систему, яка використовує вхідну інформацію та відповідні процеси для отримання результатів, що відповідають точно цілям управління [2, 37]. Ця система забезпечує управлінський апарат підприємства інформацією в процесі підготовки, прийняття та реалізації рішень, охоплюючи всі функції управління (рисунк).

Управлінський облік тісно пов'язаний з іншими функціями управління підприємством, насамперед із плануванням. Планування — початковий пункт управлінського циклу — при визначенні цілей і завдань фінансово-господарської діяльності спирається на аналіз економічної інформації результатів діяльності підприємства за минулий, поточний та майбутній періоди. Система обліку покликана забезпечити збирання, зберігання, узагальнення необхідної для економічного аналізу інформації.

До організації управлінського обліку на підприємстві висуваються такі основні вимоги:

- спрямованість на досягнення мети діяльності підприємства;
- розробка альтернативних варіантів прийняття управлінських рішень, участь у виборі оптимального варіанту і розрахунках нормативних параметрів його виконання;

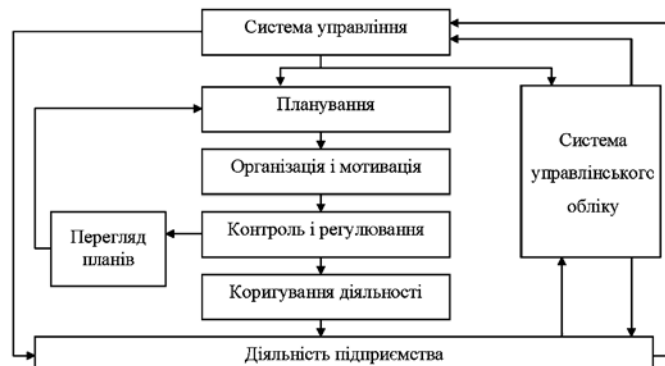


Рисунок — Місце управлінського обліку в системі управління

– орієнтація на виявлення відхилень від розрахованих параметрів виконання обраного варіанту прийняття рішень;

– аналіз виявлених відхилень і розробка коригуючих дій.

Управлінський облік не пасивно відображає господарські процеси, які відбуваються на підприємстві, а активно впливає на них, контролює законність, доцільність та ефективність використання виробничих потужностей.

У зв'язку з цим для забезпечення функціонування облікової системи як достовірного інформаційного ресурсу особливої уваги потребує якість інформації, оскільки суб'єктові, що приймає рішення, потрібна не будь-яка інформація, а лише ґрунтовна, своєчасна і неупереджена.

Однією з функцій управлінського обліку є вивчення інформації та її проектування з метою встановлення чіткості руху як у документальній, так і в бездокументній формах між структурними підрозділами всередині підприємства. Крім того, управлінський облік:

– систематизує інформаційні потоки, що надходять на підприємство ззовні й забезпечує їх отримання різними структурними підрозділами;

– забезпечує аналіз потоків різнопланової інформації за її важливістю і доцільністю для підприємства;

– прораховує економічну вигоду і втрати від володіння певним обсягом інформації;

– відповідає за формування архіву (бази інформаційних даних) на підприємстві.

Отже, виокремлення лише інформаційно-забезпечувальної функції доцільно як основної функції управлінського обліку. Функціональність управлінського обліку передбачає виокремлення інших функцій, що проявляються в процесі забезпечення механізму управління, а саме інформаційно-прогнозна функція, інформаційно-контрольна, інформаційно-регулююча, інформаційно-аналітична тощо. Ефективність реалізації функцій управлінського обліку, і, як наслідок, функцій управління значною мірою залежить від дотримання вимог, що висуваються менеджерами до інформації, яка використовується для прийняття управлінських рішень.

Певна річ, своєчасне забезпечення фінансових менеджерів відповідною якісною інформацією залежить від розподілу функцій між виконавцями щодо її формування. З цією метою для кожного керівника розробляються посадові інструкції, в яких визначаються функції, що він виконує. На підставі посадових інструкцій визначається той обсяг інформації, який необхідний для здійснення конкретних видів діяльності (виробничої, фінансової тощо) і прийняття управлінських рішень.

Організація системи управлінського обліку залежить від специфіки діяльності кожного підприємства, тому керівники мають розробляти власні гнучкі системи інформаційного забезпечення ефективного управління.

Одна з проблем, що є на сьогодні предметом численних наукових дискусій, це визначення багатаспектної сутності управлінського обліку та принципів його організації. Пояснюється така ситуація низкою причин:

– не існує (справедливо буде зазначити, не може бути) єдиних стандартів для створення системи управлінського обліку, тому рекомендації, зокрема зарубіжних вчених, автоматично не можна перенести на вітчизняні підприємства через суттєві відмінності в структуризації бізнесу та методології обліку;

– в управлінському обліку акцент має бути на слові «управлінський», тому нерально створювати систему управлінського обліку на основі використання лише методів традиційного бухгалтерського обліку без урахування основного призначення обліку формувати інформацію для різних користувачів, а відповідно, для різних цілей;

– слабка розробленість методології управлінського обліку не дає змоги визначити його місце в системі управління підприємством. Адже управлінський цикл містить логічну послідовність виконання функцій планування, обліку, контролю, аналізу та прийняття управлінських рішень, тому логічно передбачити, що система управлінського обліку має сприяти ефективному здійсненню всіх функцій управління на різних його рівнях (а не лише функції обліку).

Окреслені проблеми трактування управлінського обліку підтверджують актуальність та необхідність подальших досліджень у визнанні методології його складових. Проте варто стверджувати, що в умовах ринкових відносин закладена пряма залежність між ефективністю управління та якістю інформації і рівнем її використання.

В системі інформаційного забезпечення управління облік потрібно трансформувати в облікову модель, здатну відобразити реальні господарські процеси і забезпечувати аналітично-прогнозні функції, що потребує не лише зміни методології та організації, а й поглиблення управлінської спрямованості обліку.

Сучасна система управлінського обліку є одним із ключових факторів для виживання підприємств у сучасному конкурентному середовищі. При цьому втрати від прийняття неправильних рішень унаслідок використання інформації низької якості здебільшого призводять до втрати конкурентних позицій і кризового стану підприємства. Тому від адекватності системи управлінського обліку залежить ефективність діяльності підприємства. Облік носить системно залежний характер, це свідчить про те, що існує нерозривний зв'язок складових обліку з механізмом управління підприємством. У зв'язку з цим має проходити постійна модифікація обліку в складі системи менеджменту, оскільки управлінський облік — гнучка інформаційна система, вона безперервно вдосконалюється та змінюється відповідно до вимог часу.

**Висновки і пропозиції.** Поняття «управлінський облік» далеке від кінцевого осмислення й логічного завершення у вигляді сформованої системи знань у теорії та практиці. Водночас, важливим є усвідомлення того, що управлінський облік сприяє забезпеченню управлінського персоналу інформацією про різні аспекти діяльності підприємства та безпосередньо впливає на якість управлінських рішень, ефективність системи управління.

*Рассмотрены основные аспекты управленческого учета как составляющей информационного обеспечения процесса управления. Обоснована согласованность функций управленческого учета с основными функциями менеджмента. Исследовано место учетной работы в управлении информационными потоками. Определена роль управленческого учета в процессе формирования информации для целей менеджмента и принятия управленческих решений.*

**Ключевые слова:** система управленческого учета, информационное обеспечение, информационная система, управленческое решение, функции менеджмента.

*Main aspects of management accounting as information part of the management process are considered. Consistency functions of management accounting of the basic functions of management are grounded. The place of accounting in the management of information flows is investigated. The role of management accounting in the process of information forming for the purposes of management and management decisions making are defined.*

**Keywords:** system of management, accounting system, informational support, information system, management decision, functions of management.

#### Література

1. Білоусова І. Проблеми вдосконалення управлінського обліку / І. Білоусова // Бухгалтерський облік і аудит. — 2007. — № 4. — С. 35–40.
2. Голов С. Ф. Управлінський облік: підручник / С. Ф. Голов. — К.: Лібра, 2003. — 704 с.
3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», від 16 липня 1999 року № 996-XIV зі змінами та доповненнями.
4. Лишиленко О. В. Бухгалтерський управлінський облік: Навч. посіб. / О. В. Лишиленко. — К.: ЦНЛ, 2006. — 254 с.
5. Мосаковський В. Який облік потрібен Україні / В. Мосаковський // Бухгалтерський облік і аудит. — 2009. — № 12. — С. 16–27.
6. Нападівська Л. Управлінський облік: значення та застосування у практичній діяльності вітчизняних підприємств в умовах ринкових відносин / Л. Нападівська // Бухгалтерський облік і аудит. — 2009. — № 8–9. — С. 78–93.

УДК 339.138

С. Л. Гузій,  
аспірантка

## ФОРМУВАННЯ ПОНЯТТЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

У статті описано дослідження формування Інтернет-маркетингу. Розкрито сутність Інтернет-маркетингу. Розглянуто більшість поглядів вчених з цього питання.

**Ключові слова:** Інтернет-маркетинг, маркетингові дослідження.

**Вступ.** Інтернет повністю змінив стиль ведення бізнесу і значно скоротив затрати фірм. Бізнесменам доводиться займатися новим спрямуванням, таким як Інтернет-маркетинг, тобто розробляти нові плани, стратегії, організувати та здійснювати контроль проведених комерційних операцій з метою постійного виявлення області сумісних і координованих інтересів компанії і клієнтів, адекватного розвитку відносин з клієнтами на базі Інтернет-технологій та завоювання Інтернет-ринка.

**Вихідні передумови.** Досить стрімкий розвиток технологій зумовив проблему, пов'язану з докладним описом сутності формування Інтернет-маркетингу. Більшість авторів наприкінці ХХ початку ХХІ ст. у своїх роботах поняття «Інтернет-маркетинг» зводили до Інтернет-реклами або ж давали досить стисле визначення: як банерну рекламу, або ухилялися від цього поняття і визначення його предметної області в своїх роботах [2; 3; 7; 8; 10; 12–14; 17–19].

**Метою цієї статті** є систематизація, аналіз та узагальнення існуючих визначень Інтернет-маркетингу, запропонованих як зарубіжними, так і вітчизняними авторами.

В. Холмогоров у своїй праці «Інтернет-маркетинг: Короткий курс» сформулював таке визначення: «Інтернет-маркетинг — це комплекс спеціальних методів, які дають змогу господарям web-ресурсів просунути свій сайт в Інтернеті, і розкрутити таким чином торгову марку свого підприємства, та за допомогою цього здобути додатковий дохід» [16]. Таке трактування не дає чіткого визначення поняття, оскільки слово «розкрутити», яке можна зрозуміти по-різному, слугує перешкодою для сприйняття сутності визначення. Проте можна сказати, що це визначення акцентоване на Інтернет-рекламі, конкурентній розвідці й технології маркетингових досліджень.

Стосовно цього суттєвим кроком вперед є підхід, описаний В. В. Діком, М. Г. Лужецьким, А. Е. Родіоновим у праці «Електронна комерція»: «Інтернет-маркетинг — це необхідний комплекс заходів з дослідження такого специфічного ринку, яким є мережевий ринок Інтернету, з ефективного просування і продажу товарів (послуг) за допомогою новітніх технологій Інтернет-маркетингу» [5].

У цьому визначенні автори розкривають основне завдання маркетингу, таке як ефективне просування та продаж товарів (послуг), і важливість маркетингових досліджень в Інтернеті.

Є. А. Петрик у своєму трактуванні Інтернет-маркетингу також розглядав маркетингові дослідження як одну із сфер діяльності Інтернет-маркетингу, і розглядав Інтернет як новаторства в економічній діяльності, які вносили нові бізнес-процеси і бізнес-моделі: «Інтернет-маркетинг можна умовно поділити на два напрями. Перший напрям пов'язаний із застосуванням інструментарію Інтернет для розширення системи маркетингу традиційного підприємства: організація інформаційної взаємодії між співробітниками компанії, замовниками, партнерами; проведення маркетингових досліджень; просування і продаж товарів через Інтернет, а в разі їх цифрової природи — доставка до покупця; організація сервісного обслуговування тощо. Друге спрямування пов'язане з появою нових видів бізнесу, основою яких став Інтернет і для яких він відіграє основну роль, наприклад, Інтернет-магазини, торгові електронні площі, віртуальні інформаційні агентства, компанії, надаючи послуги для учасників Інтернет-реклами» [11].

Таке визначення, як і всі попередні, не розкриває специфіку Інтернет-маркетингу в економічній сфері, і не пояснює, які саме бізнес-моделі створюються — чи то

аутсорсинг і телероботи, чи то нові ринки, які мають нетипові характеристики і не схожі на традиційні ринки. Наступне, що насторожує в цьому визначенні, це згадані Інтернет-магазини, які є частиною електронних торгівельних площ і їх виникнення не позначено виникненням нових бізнес-процесів. У другій частині цього визначення йдеться про спрямування, пов'язане з появою нових бізнес-моделей, однак не описано, у чому полягає їх зв'язок, немає пояснення нових функцій і інструментів, які мають використовуватися Інтернет-маркетингом.

Проаналізувавши різні підходи до визначення Інтернет-маркетингу, зазначимо, що точного і конкретного формулювання визначення немає, автори розходяться в своїх трактуваннях і свої визначення зводять до Інтернет-реклами. Також більшість авторів намагаються обходити питання стосовно формування Інтернет-маркетингу і визначення його предметної області. Можливо, причиною цього явища є те, що практика значно опереджає теорію, і точно сказати, що являє собою Інтернет-маркетинг, ніхто не може. На жаль, це явище в наш час дуже типове.

У цій ситуації деякі напрями Інтернет-маркетингу залишаються не дослідженими. І. В. Успенський у своїй книзі маркетингові дослідження ставить на перше місце в структурі Інтернет-маркетингу (рисунок).

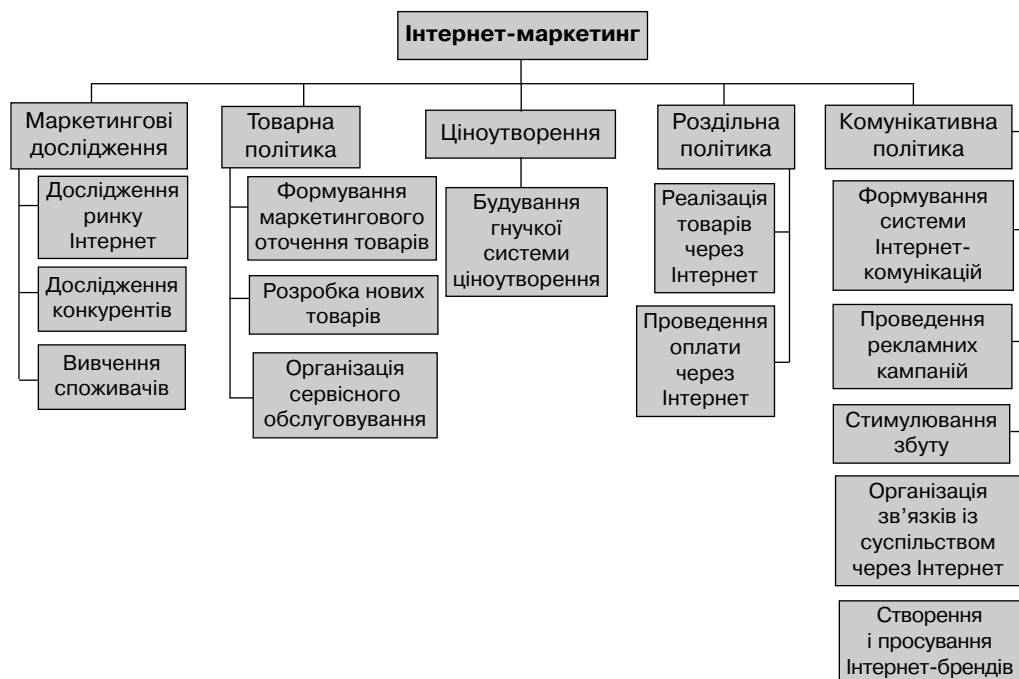


Рисунок — Структура Інтернет-маркетингу

Акцентуємо увагу на маркетингових дослідженнях і спробуємо визначити їх сутність.

Маркетингові дослідження — це систематична підготовка і проведення різних досліджень, аналіз отриманих даних і представлення результатів та висновків у вигляді, що відповідає конкретному маркетинговому завданню, яке стоїть перед компанією [9, с. 123]. Це трактування здобуло популярність і визнане багатьма авторами.

Докладне розкриття сутності маркетингових досліджень дає Є. П. Голубков у виданні «Маркетингові дослідження: теорія, методологія і практика»: «Маркетингові дослідження — це функція, яка через інформацію зв'язує маркетологів з ринками, споживачами, конкурентами, з усіма елементами зовнішнього середовища маркетингу. Маркетингові дослідження пов'язані з прийняттям рішень за всіма аспектам маркетингової діяльності. Вони знижують рівень невизначеності й стосуються всіх елементів комплексу маркетингу та його зовнішнього середовища за тими його компонентами, які впливають на маркетинг визначеного продукту на конкретному ринку [4, с. 89].

Це визначення візьмемо за базове при визначенні предметної області, завдань і функцій маркетингових досліджень в Інтернеті, оскільки воно більш конкретно розкриває сутність маркетингових досліджень. Для порівняння: у монографії «Інтернет-маркетинг» І. В. Успенський дає таке визначення: «Маркетингові дослідження — це процес пошуку, збирання, обробки даних і підготовки інформації для прийняття оперативних і стратегічних рішень у комерційній діяльності компаній» [15, с. 73]. Наведене визначення дуже нагадує визначення, яке дав Ф. Котлер, але воно по суті має багато недоліків. Перший недолік полягає в трактуванні: всі рішення, які вирішуються в компанії, пов'язані з маркетингом і, навпаки, інформація, отримана внаслідок маркетингового дослідження, може бути використана далеко не в усіх рішеннях комерційної діяльності. Другим недоліком цього трактування є формулювання «оперативних і стратегічних рішень у комерційній діяльності компаній», у якому під оперативними рішеннями слід розуміти тактичні рішення. В цьому разі непотрібно вказувати, які саме рішення, адже інших варіантів у цьому контексті не існує.

В. А. Алексунін, В. В. Родігіна в монографії «Електронна комерція і маркетинг в Інтернеті» дають таке трактування: «Маркетингові дослідження — це функція, яка зв'язує організацію із споживачами» [1, с. 76]. По суті це формулювання дуже схоже на визначення Є. П. Голубкова, але в його визначенні йдеться про зв'язок: «маркетологів з ринками, споживачами, конкурентами, з усіма елементами зовнішнього середовища». В цьому формулюванні зачіпаються конкуренти, які досить важливі на етапі становлення даного напрямку, і науковий опис яких на сьогодні є досить актуальним.

Водночас у монографії Алексуніна і Родігіної під маркетинговими дослідженнями в Інтернеті йдеться про проведення Інтернет-опитувань, Інтернет-конференцій і фокус-груп [1, с. 78–89]. Зазначимо, що ці інструменти маркетингового дослідження сьогодні є найбільш вивченими і саме їх описує Холмогоров в «Інтернет-маркетингу» [16, с. 164–168], та багато інших авторів.

З цим трактуванням неможливо погодитися, оскільки наведені інструменти не забезпечують бажаний результат. Наприклад, на сайті встановили форму Інтернет-опитування, на яке відреагувала досить незначна кількість споживачів. Більшість цільових споживачів цінує свій час і не бажає брати участь в опитуваннях і фокус-групах.

З іншого боку, є такі споживачі, як молодь, які відповідають на опитування, але лише на ті, з яких можна отримати вигоду. Проте слід пам'ятати, що таке опитування може не дати позитивний результат, адже споживач має на меті заробити, і може давати неправдиві відповіді, тож компанії можуть понести збитки. Водночас неможливо виключити Інтернет-опитування, оскільки це складова комплексних маркетингових досліджень.

Маркетингові дослідження в Інтернеті насамперед мають зачіпати автоматизований аналіз, а саме:

- попит на товари та послуги, а також пропонування відповідних товарів і послуг (здійснюваних на основі аналізу статистики пошукових запитів і відвідувань сайтів, пропонуючи певну продукцію);
- динаміка і причини зміни ринкових позицій конкурентів, їх недоліків і переваг;
- динаміка і причини зміни ринкових позицій компанії, які проводять маркетингові дослідження, її конкурентних переваг і слабких сторін;
- інші фактори зовнішнього середовища на основі інформаційно-аналітичних, експертних систем і систем конвент-аналізу.

Як показало раніше зроблене дослідження, маркетингові дослідження в Інтернеті перебувають на першому етапі свого становлення і наукового пояснення. Проте менш за все в літературі йдеться про конкурентну розвідку в Інтернеті, більше того, з цього питання є лише монографія В. В. Духиніна і О. В. Духиніної «Конкурентна розвідка в Інтернеті». В поданому авторами визначенні, яке не пояснює сутності цього напрямку, йдеться про те, що: «конкурентна розвідка — це спеціалізована дисципліна, в межах якої здійснюється збирання інформації в бізнесі законними й етичними засобами» [6].

З цього формулювання неможливо зрозуміти, що мається на увазі, коли йдеться про «збирання інформації в бізнесі», чи то про збирання інформації в бізнес-середовищі, чи збирання інформації в середині компанії. В першому випадку важко уявити, що підприємство добровільно надасть інформацію про себе іншому

підприємству, стосовно іншого випадку, то його не можна назвати конкурентною розвідкою.

У згаданій монографії зміст присвячений ручному [6, с. 29–85, 192–227] й автоматизованому пошуку та аналізу текстової інформації, яка є у вільному доступі, в Інтернеті й друкованих ЗМІ [6, с. 86–190]. Автори не проводять розрахунків показників ринкової кон'юнктури, не описують нові методи, за якими можна зробити такі розрахунки. На мою думку, існує лише одне пояснення цього явища — це відсутність технологій, які б займалися цим, оскільки електронна комерція і Інтернет-маркетинг з'явилися не так давно.

З поданих визначень можна сформулювати таке: конкурентна розвідка в Інтернеті — це безперервний автоматизований процес із збирання, оброблення та аналізу інформації про причини змін динаміки ринкових позицій конкурентів, а також з'ясування слабких і сильних сторін конкурентів і є однією із складових маркетингових досліджень в Інтернеті.

Розглянемо, що являє собою предметна область маркетингових досліджень в Інтернеті, а саме: визначимо його об'єкт і суб'єкт. Об'єктом є експертно-досліджувана та інформаційно-аналітична діяльність фірми з використання мережевих інформаційних ресурсів: аналіз конкурентної позиції фірми на цьому ринку; аналіз попиту і пропозицій на ринку з урахуванням зовнішніх факторів. Суб'єктом цих досліджень виступає конкретна компанія, яка вивчає ринок цілеспрямовано (конкурентів, споживачів, інших факторів зовнішнього середовища) з використанням інформаційних ресурсів, аналізу та обробки інформації для досягнення поставлених цілей.

Управління маркетинговими дослідженнями — це певний процес, що відображає процедури та операції, які виконують певні співробітники маркетингових служб у певній послідовності, що містять:

- збирання та обробку інформації стосовно використання Інтернет-технологій конкурентами, вивчення поведінки ринку (статистика пошукових систем, запитів стосовно певного товару чи послуги, вивчення сайтів конкурентів і змін у ньому);
- проведення експертизи динамічних і стохастичних процесів у певному сегменті ринку;
- моделювання поведінки споживачів на електронному ринку, моделювання стратегії підприємств, розроблення методів щодо подолання ризиків, розроблення нових стратегій щодо проникнення на нові ринки і розвитку на існуючих тощо.

Серед найчастіше використовуваних напрямів маркетингових досліджень залишаються інструменти конкурентної розвідки, який недостатньо вивчений і описаний. З проведених досліджень щодо цього питання впливає, що конкурентна розвідка в Інтернеті має здійснюватися так:

- проведення аналізу найчастіше відвідуваного сайту;
- вивчення та аналіз змін ринкових позицій у конкурентів, які використовують Інтернет-системи;
- збирання інформації про товари і послуги конкурентів, їх якість;
- вивчення цінової та асортиментної політики конкурентів (іноді за допомогою реєстрації на сайтах конкурентів);
- аналіз рекламної політики конкурентів в Інтернеті;
- збирання та аналіз іншої інформації про конкурентів на основі використання інформаційно-аналітичних, експертних систем і систем конвент-аналізу вільно опублікованої в Інтернеті інформації;
- SWOT-аналіз, отриманий у результаті конкурентної розвідки інформації.

Передумовами цих досліджень є відмінності середовища, що стосуються основних переваг звичайних маркетингових досліджень від маркетингових досліджень в Інтернеті (таблиця).

З наведеної таблиці можна зробити висновок, що більшість відмінностей маркетингових досліджень від маркетингових досліджень в Інтернеті обумовлені лише тим, що в звичайному маркетингу головну роль відіграє людина, а не технічні процеси. В Інтернет-маркетингу дії споживачів можна дослідити за допомогою автоматичних явищ, таких як: замовлення, форма оплати, переходи, реєстрації, показ рекламних звернень тощо.

В умовах швидких і глибинних змін зовнішнього середовища Інтернет-маркетинг дає можливість детальніше досліджувати всі процеси вивчення ринку з мінімальною витратою часу.

Таблиця — Переваги маркетингових досліджень в Інтернеті від маркетингових досліджень

Проблема здійснення маркетингових досліджень	Маркетингові дослідження	Маркетингові дослідження в Інтернеті
Складність об'єкта вивчення	Наявність порогових ефектів, часових лагів	Усі дії вивчених об'єктів формалізовані у вигляді технічних явищ і легко піддаються ґрунтовному аналізу та обліку; відсутні деякі технічні проблеми, що спричиняють часові лаги в реакції на маркетингові дії
Складність маркетингових змінних	Складно виміряти реакцію споживачів на деякі маркетингові стимули	З'являється можливість автоматично відслідковувати виміри маркетингових змінних з будь-якою деталізацією результатів
Нестійкість маркетингових взаємодій, обумовлених зміною смаків, навичок, оцінок	Призводить до швидкого старіння результатів маркетингових досліджень і проведеного на їх базі математичного моделювання	З'являється можливість постійного ведення маркетингових досліджень у режимі реального часу (маркетингового моніторингу) — ці дослідження не можуть застаріти, тому що вони постійно оновлюються
Висока вартість здійснення маркетингових досліджень	Необхідність застосування ручної праці, яку неможливо автоматизувати	Автоматизуються збирання та обробка маркетингової інформації в режимі реального часу, що значно знижує витрати на здійснення маркетингових досліджень
Людський чинник	Відносна несумісність персоналу, який займається маркетингом, і застосуванням кількісних методів у дослідженнях	Збирання та обробка інформації здійснюється автоматично — це усуває людський чинник

*В статье описываются исследования формирования Интернет-маркетинга. Раскрыта сущность Интернет-маркетинга. Рассмотрено большинство взглядов ученых по данному вопросу.*

**Ключевые слова:** Интернет-маркетинг, маркетинговые исследования.

*Researches of forming of Internet-marketing are described in the article. Internetmarketing essence is exposed. Most looks of scientists are considered on this question.*

**Key words:** Internet-marketing, marketings researches.

#### Література

1. Алексунин В. А., Родигина В. В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете. — М.: Издательский дом «Дашков и К», 2005. — 216 с.
2. Балабанов И. Т. Электронная коммерция. — СПб.: Питер, 2001. — 336 с.
3. Волокитин А. В., Манюшкин А. П., Солдатенков А. В. и др. Электронная коммерция: учеб. пособие для служащих государственных организаций и коммерческих фирм / Под общ. ред. Л. Д. Реймана. — М.: НТЦ «ФИОРД-ИНФО», 2002. — 272 с.
4. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. — М.: Изд-во «Финпресс», 2003. — 496 с.
5. Дик В. В., Лужецкий М. Г., Родионов А. Э. Электронная коммерция. — М.: Московская финансово-промышленная академия, 2005. — 376 с.
6. Дудихин В. В., Дудихина О. В. Конкурентная разведка в Интернет. — М.: ИТ Пресс, 2004. — 229 с.
7. Илайес Э. Электронная коммерция. Практическое руководство / пер. с англ. — СПб.: ДиаСофт ЮП, 2002. — 608 с.



8. *Козье Д.* Электронная коммерция. — М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. — 288 с.
9. *Котлер Ф.* Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / пер. с англ.; под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с.
10. *Мэт Хэйг.* Основы электронного бизнеса / пер. с англ. С. Косихина. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. — 208 с.
11. *Петрик Е. А.* Интернет-маркетинг. — М.: Московская финансово-промышленная академия, 2004. — 299 с.
12. *Саммер А., Дункан Гр.* E-COMMERCE. Электронная коммерция. — М.: Маркетинг: Пятая волна, 1999.
13. *Смирнов С. Н.* Электронный бизнес. — М.: ДМК Пресс — Компания АйТи, 2003. — 240 с.
14. *Соколова А. Н., Геращенко Н. И.* Электронная коммерция: мировой и российский опыт. — М.: Открытые системы, 2000. — 224 с.
15. *Успенский И. В.* Интернет-маркетинг. — СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003. — 294 с.
16. *Холмогоров В.* Интернет-маркетинг: Краткий курс. — СПб.: Питер, 2002. — 272 с.
17. *Царев В. В., Кантарович А. А.* Электронная коммерция. — СПб: Питер, 2002. — 320 с.
18. *Эймор Д.* Электронный бизнес. Эволюция и/или революция. — М.: Вильямс, 2001. — 320 с.
19. Электронная коммерция: учеб. пособие / Под ред. С. В. Пирогова. — М.: Издательский дом «Социальные отношения» — изд-во «Перспектива», 2003. — 428 с.
20. *Юрасов А. В.* Основы электронной коммерции: учебник. — М.: Горячая линия-Телеком, 2008. — 480 с.

УДК 338.1

**С. А. Дrajниця,**  
кандидат економічних наук

## ВИЗНАЧЕННЯ РАНГУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРІЯ ТА МЕТОДИКА (на прикладі торговельних підприємств м. Хмельницький)

*У статті узагальнено роль та місце конкурентоспроможності підприємства в процесі забезпечення його ефективної діяльності, а також розкрито зміст та проведено оцінку рівня конкурентоспроможності великоформатних торговельних підприємств м. Хмельницький за ранговим методом.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентні переваги, вага конкурентних переваг, ранжування.

Економічні перетворення в системі ведення бізнесу супроводжуються зміною економічного середовища господарюючих суб'єктів, формуються нові методи використання ресурсного потенціалу відносно кон'юнктури товарної пропозиції і попиту. При цьому система змін формує конкурентне середовище як сферу відображення адаптаційного механізму економіко-організаційного забезпечення конкурентоспроможності діяльності підприємств. Отже, в ринкових відносинах виникнення конкурентного середовища функціонування підприємств — це природне і об'єктивно існуюче явище, що можна розглядати як закон товарного виробництва.

**Аналіз попередніх публікацій і досліджень.** Методичним підходам аналізу та оцінки конкурентоспроможності присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема С. Л. Асаулюка [1], Л. В. Балабанової [2], О. О. Адлера [3], Р. А. Фатхудинова [4], Т. П. Яхно [5] та ін.

Дослідження існуючих методик оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства дає змогу визначити їх переваги та недоліки, спрогнозувати сильні сторони та можливі виклики тощо. Якраз на це і спрямовані дослідження зазначених вчених. Проте аналіз основних наукових праць у галузі оцінки конкурентоспроможності та сучасного ринкового середовища дають підстави вважати, що наведений перелік методів оцінки рівня конкурентоспроможності не є вичерпним. Це і визначає актуальність та необхідність цього дослідження

**Постановка завдання дослідження.** Враховуючи, що сьогодні вітчизняні підприємства функціонують у нестабільному конкурентному середовищі, актуальним є дослідження економіко-організаційного забезпечення конкурентоспроможності підприємства (відповідність ознакам забезпечення потреб ринку). Доцільно обґрунтувати механізм інтенсивності конкуренції на ринку в розрізі дослідження якості задоволення потреб споживачів всієї системи суспільного відтворення.

В сучасних умовах ведення бізнесу однією з основних особливостей ринкових відносин є економічна здатність побачити у глобальному масштабі потреби споживача, задовольнити їх у короткий термін і встановити тісний взаємозв'язок.

Зазначимо, що оцінка конкурентоспроможності торговельного підприємства проводиться з використанням системи методів, що дає можливість адекватно проаналізувати використання та формування ресурсного потенціалу господарюючого суб'єкта, охарактеризувати його ринкові позиції, об'єктивно оцінити його сильні й слабкі сторони функціонування.

**Мета та завдання дослідження.** Метою дослідження є визначення позицій основних гравців на споживчому ринку м. Хмельницький залежно від їх конкурентних переваг. Досягненню визначеної мети слугуватимуть:

- визначення технології та механізму рейтингової оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств за методом рангів;
- визначення системи критеріїв оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств торгівлі;

– встановлення переліку та ваги їх конкурентних переваг;  
– визначення конкурентної позиції досліджуваних торговельних підприємств на ринку м. Хмельницький за методом рангів.

**Виклад основного матеріалу.** З-поміж різних методів оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства економічно об'єктивного результату можна досягнути за допомогою індикаторних або матричних методів. Одним із ефективних методів оцінки рівня конкурентоспроможності є метод рангів, що передбачає шляхом ранжування досягнутих значень визначення ринкової позиції кожного підприємства-конкурента за низкою досліджуваних характеристик.

Метод рангів дає змогу ілюструвати важливість впливу обраних ознак оцінки конкурентного середовища підприємства торгівлі відносно усередненого (об'єктивного) можливого результату зміни функціонального взаємозв'язку конкурентних відносин підприємств дослідження.

Для оцінки рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств нами обрано кілька великоформатних підприємств торгівлі м. Хмельницький (ТзОВ «Принцип», ЗАТ «фірма "Бакалія", ТзОВ «Фоззі-Т», ПП «Фокстрот-Трейд»), які вирізняються наростаючою стабільністю економічних результатів та динамічністю відтворення конкурентних можливостей стратегічного розвитку. Підприємства забезпечують оптові та роздрібні потреби учасників ринку Хмельницької області, співпрацюють у використанні інноваційних моделей розвитку, одночасно стратегічно планують зростання прибутковості й утворюють потужну функціональну конкурентну групу.

Оцінку економічних результатів господарсько-фінансової діяльності цих підприємств торгівлі проведено відносно їх ресурсного забезпечення (результату використання матеріальних, фінансових, трудових ресурсів) та їх взаємозв'язку в обраному періоді.

Зазначимо, відтворення ресурсних можливостей торговельного підприємства є ефективним при цільовому формуванні економіко-організаційної системи конкурентних рішень як інструменту взаємозв'язку (взаємодії) функціонування механізму забезпечення конкурентоспроможності загалом.

Через призму системності (взаємозв'язку) конкурентних переваг найважливішими параметрами оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства є:

- цінова та маркетингова політика (0,30);
- широта та глибина оновлення асортименту (0,19);
- швидкість оборотності товарних ресурсів (0,15).

До менш важливих конкурентних факторів забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства належать:

- конкурентоспроможність реалізованих товарів (0,13);
- обсяг та структура товарообороту (0,12);
- надання передпродажних і післяпродажних послуг (0,11).

Охарактеризувавши економічні показники господарсько-фінансової діяльності досліджуваних підприємств в 2010 р., складено «матрицю конкурентних переваг» (таблиця).

Таблиця 1 — Конкурентні переваги підприємств торгівлі Хмельницької області

№ з/п	Торговельне підприємство	Конкурентні переваги, $k_{ij}$						Ранг підприємства, $r_j$
		Цінова та маркетингова політика	Швидкість оборотності товарних ресурсів	Обсяг та структура товарообороту	Широта та глибина оновлення асортименту	Надання передпродажних і післяпродажних послуг	Конкурентоспроможність реалізованих товарів	
1	ПП «Фокстрот-Трейд»	3	3	3	1	2	1	2,25
2	ТзОВ «Принцип»	1	1	1	3	1	2	1,51
3	ЗАТ «фірма "Бакалія"»	2	2	2	2	4	3	2,35
4	ТзОВ «Фоззі-Т»	4	4	4	4	3	4	3,89
Вага конкурентних переваг, $p_i$		0,30	0,15	0,12	0,19	0,11	0,13	1,00

Зазначимо, що різниця між вагою першої конкурентної переваги і останньої не перевищує 0,15, що свідчить про сучасність цільової орієнтації торговельного підприємства для забезпечення власної конкурентоспроможності — ефективної цінової та маркетингової політики.

Використавши формулу (1), проведемо розрахунок рангу кожного торговельного підприємства відносно ваги та величини оцінки конкурентної переваги

$$r_j = \sum_i k_{ij} \cdot \delta_i, \quad (1)$$

$$r_{\text{ПП «Фокстрот-Трейд»}} = 3 \cdot 0,3 + 3 \cdot 0,15 + 3 \cdot 0,12 + 1 \cdot 0,19 + 2 \cdot 0,11 + 1 \cdot 0,13 = 2,25;$$

$$r_{\text{ТзОВ «Принцип»}} = 1 \cdot 0,3 + 1 \cdot 0,15 + 1 \cdot 0,12 + 3 \cdot 0,19 + 1 \cdot 0,11 + 2 \cdot 0,13 = 1,51;$$

$$r_{\text{ЗАТ «Фірма «Бакалія»}} = 2 \cdot 0,3 + 2 \cdot 0,15 + 2 \cdot 0,12 + 2 \cdot 0,19 + 4 \cdot 0,11 + 3 \cdot 0,13 = 2,35;$$

$$r_{\text{ТзОВ «Фоззі-Т»}} = 4 \cdot 0,3 + 4 \cdot 0,15 + 4 \cdot 0,12 + 4 \cdot 0,19 + 3 \cdot 0,11 + 4 \cdot 0,13 = 3,89.$$

Для розрахунку широти конкурентного кола ( $D_r$ ) підприємств торгівлі використаємо формулу (2) як різницю рангів найбільшого і найменшого значень

$$D_r = r_{\text{ТзОВ «Фоззі-Т»}} - r_{\text{ТзОВ «Принцип»}} \quad (2)$$

$$D_r = 3,89 - 1,51 = 2,38.$$

Враховуючи, що карту конкурентного середовища поділено на чотири позиційних поля (зона лідера, зона нападу, зона втрачених можливостей, зона аутсайдера), отриманий результат поділимо на зазначене число ( $2,38 / 4 = 0,595$ ).

Отже, відстань між кожним конкурентним полем у формуванні карти конкурентного середовища дорівнює 0,595 одиниць і з наступним його додаванням (нульова позиція — ранг підприємства-лідера) здійснено побудову нового позиційного поля конкурентних відносин (рисунок). Зазначимо, що величина найменшого рангу, отриманим підприємством під час дослідження, відображає лідируючі позиції у конкурентному середовищі.

Місцезнаходження торговельного підприємства в одному з позиційних полів можна вважати результатом функціональної дії економіко-організаційного інструменту забезпечення конкурентоспроможності та стратегічним орієнтиром розвитку (покращення конкурентної позиції і перехід у наступне позиційне поле).

Інтеграційність формування цінової та маркетингової політики торговельного підприємства є узагальнювальним показником ефективності використання ресурсного потенціалу, що забезпечує позицію підприємства (ТзОВ «Принцип») у зоні лідера (досягнення стратегічної мети).

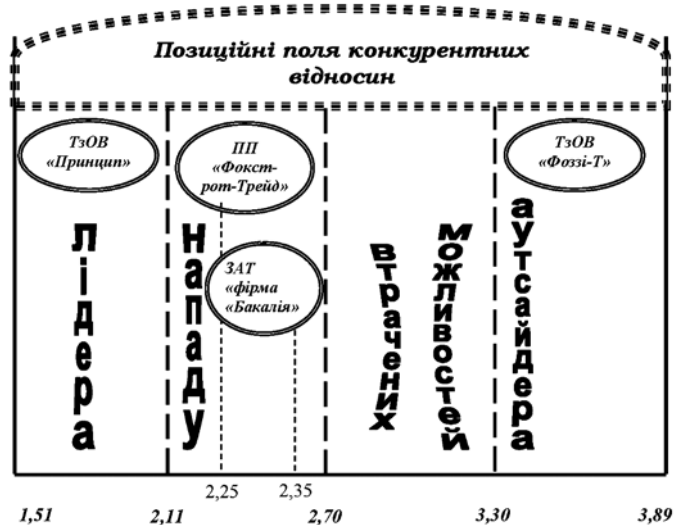


Рисунок — Карта конкурентного середовища торговельних підприємств

Швидкість обороту товарних ресурсів передбачає врахування раціонального декларування цінової стратегії і можливостей зміцнення конкурентних позицій у зоні нападу та готовність торговельного підприємства до зміни стратегічної позиції (ТзОВ «Принцип», ЗАТ «Фірма "Бакалія"»).

**Висновок.** Отже, ознакою економіко-організаційного забезпечення позиції лідера для торговельного підприємства є наявність та ефективність використання конкурентних переваг:

- цінова та маркетингова політика;
- швидкість оборотності товарних ресурсів.

ТзОВ «Фоззі-Т» займає позицію аутсайдера, підтвердженням якої є низька організаційність забезпечення конкурентних переваг та нездатність підприємства до їх економічного відтворення.

Зона втрачених можливостей (часткове досягнення поставлених цілей) характеризує підприємство торгівлі як учасника конкурентних відносин, що готове але нездатне займати лідируючу позицію (учасником зазначеної зони прагне стати ТзОВ «Фоззі-Т»).

**Перспектива подальших досліджень у цій галузі.** Ми чітко розуміємо, що сучасний ринок, його конкурентне середовище не є статичним. Воно постійно зазнає істотних змін і трансформацій. Трансформуються також і самі суб'єкти господарювання (учасники конкурентної боротьби) змінюючи свої підходи до ведення бізнесу. Тому, попри низку істотних переваг, ранговий метод не може дати ґрунтовної, всебічної та максимально достовірної інформації щодо самих конкурентних переваг того чи іншого підприємства та їх природи. Тож подальші дослідження у цій галузі є перспективними та необхідними.

*В статье обобщены роль и место конкурентоспособности предприятия в процессе обеспечения его эффективной деятельности, а также раскрыто содержание и проведена оценка уровня конкурентоспособности крупноформатных торговых предприятий г. Хмельницкий за ранговым методом.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурентные преимущества, вес конкурентных преимуществ, ранжировка.

*In the article generalized role and place of competitiveness of enterprise in the process of providing of his effective activity, and also maintenance is exposed and the estimation of level of competitiveness of krupnoformatnikh of point-of-sale enterprises of city is conducted Khmel'nicky after a grade method.*

**Keywords:** competitiveness, competitive edges, weight of competitive edges, ranzhirovka.

#### Література

1. Асаулюк С. Л. Економічні важелі впливу держави на розвиток конкуренції / С. Л. Асаулюк // Вісник ХНУ. — 2010. — № 2. — С. 124–129.
2. Балабанова Л. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. — К.: ВД «Професіонал», 2006.
3. Адлер О. О. Аналіз конкурентоспроможності продукції за допомогою матричного методу оцінки (на прикладі ВАТ «Укртелеком») / О. О. Адлер, І. В. Охріменко // Вісник ХНУ. — 2011. — № 3. — Т. 2. — С. 7–10.
4. Фатхудинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхудинов. — М.: ИНФРА-М, 2000.
5. Яхно Т. П. Формування конкурентоспроможного ринку міжнародних туристичних послуг в Україні / Т. П. Яхно, В. А. Кавка // Вісник ХНУ. — 2011. — № 3. — Т. 2. — С. 156–159.

М. П. Макаруч,  
здобувач кафедри фінансів

## ІНСАЙД ЯК ПИТАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

*Досліджено актуальні аспекти забезпечення економічної безпеки підприємств при зловживаннях з боку інсайду.*

**Ключові слова:** економічна безпека, захист від загроз, погрози інформаційної безпеки, інсайд, інсайдерська інформація, збиток.

**Вступ.** Останнім часом питання забезпечення економічної безпеки підприємств набули особливої значущості, розглядаються в сучасній науковій літературі з позиції захисту від загроз, стану використання всіх ресурсів та гармонізації інтересів власників підприємств.

Сучасні умови функціонування промислових підприємств є доволі складними та небезпечними через наявність численних загроз. Джерела загроз дислокуються як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі підприємств. Головною причиною виникнення загроз є незабезпечення економічних інтересів учасників ринкових і поза ринкових відносин. Роль людського чинника в таких відносинах є провідною, а його вплив на функціонування підприємств може бути як позитивним, так і негативним. За таких умов однією з головних цілей діяльності підприємств має бути забезпечення їх соціально-економічної безпеки. Не останнє місце займає боротьба з різного роду погрозами з боку самих працівників, або як прийнято зараз називають — інсайду. Підприємства повинні приділяти підвищену увагу забезпеченню своєї безпеки, орієнтуючись насамперед на власні можливості. Однак заходи, яких вони вживають щодо забезпечення своєї безпеки, ще не мають системного характеру, а спрямовуються лише на захист від окремих загроз, що в підсумку не забезпечує необхідного рівня економічної безпеки.

Теоретичним питанням економічної безпеки підприємства та проблемам її забезпечення присвятили свої дослідження українські та російські науковці: О. В. Ареф'єва, Ю. В. Бабанова, Л. С. Будович, С. О. Грунін, В. В. Домарев, А. В. Кашин, Г. В. Козаченко, О. М. Ляшенко, С. М. Міщенко, Є. А. Олейников, О. А. Полушкін, О. І. Судакова, В. Л. Тамбовцев та ін. Питання розробки системи та формування механізмів економічної безпеки на рівні підприємства досліджували В. М. Геєць, М. О. Кизим, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк та ін.

Проведений аналіз дає змогу говорити про те, що проблема методики формування системи економічної безпеки підприємства перебуває на стадії розроблення і потребує комплексного вирішення з урахуванням сучасних умов ведення бізнесу та використання новітніх інформаційних технологій.

Таким чином, ми поставили за мету на підставі емпіричних досліджень визначити, яким чином інсайд та інсайдерська інформація негативно впливають на управління промисловими підприємствами, а також встановити специфічні джерела її використання і маніпулювання нею в умовах трансформації економіки і адекватні цим умовам механізми її обмеження, що є науковою новизною і дасть можливість поліпшити практику корпоративного управління.

Поняття інсайдер дещо нове в економічній сфері України (*insider* від англ. *inside* — усередині) — член якої-небудь групи людей, що має доступ до інформації, недоступній широкій публіці. Але проблеми, які породжує це явище, не нові. Чи можна захиститися від інсайдера? Як уникнути витоків інформації? Чи не перебільшений масштаб проблеми? Які способи захисту дійсно ефективні?

Інсайд — мабуть, найбільш збиткове явище в корпоративному середовищі. Як у прямому, так і переносному значенні. І хоча на частку зовнішніх погроз доводиться близько 70% від їх загальної кількості, збиток, завданий внаслідок атак ззовні в грошовому вираженні часом поступається збитку, заподіяному компанії її ж співробітниками. Переважно це стосується розкрадання корпоративної інформації [6].

Правові визначення поняття термінів «інсайдер» та «інсайдерська інформація» подані в законі «Про цінні папери і фондовий ринок» №3480-IV від 23.02.2006. Так, **інсайдери** — це особи, які володіють інсайдерською інформацією у зв'язку з тим, що вони є:

- власниками голосувальних акцій емітента або часток (паїв) у статутному капіталі емітента;
- посадовими особами емітента;
- особами, які мають доступ до інсайдерської інформації у зв'язку з виконанням трудових (службових) обов'язків або договірних зобов'язань незалежно від відносин з емітентом, зокрема:
  - юридичними особами, які перебувають з емітентом у договірних відносинах чи опосередковано або у відносинах контролю;
  - фізичними особами, які перебувають з емітентом або юридичними і фізичними особами, пов'язаними з емітентом договірними відносинами чи відносинами контролю, у трудових чи договірних відносинах;
  - державними службовцями.

Відповідно до ст. 44 закону №3480-IV, **інсайдерська інформація** є будь-якою необнародуваною інформацією про емітент, його цінні папери або договори, оприлюднення якої може значно вплинути на вартість цінних паперів. Інформація про оцінку вартості цінних паперів і/або фінансово-господарське становище емітента, якщо вона отримана виключно на основі обнародованої інформації або інформації з інших публічних джерел, не заборонених законодавством, не є інсайдерською інформацією. Державна комісія з цінних паперів і фондового ринку визначає, яка саме інформація є інсайдерською.

Аби уникнути таких очевидних фактів поширення інформації, законодавство у ст. 45 вказаного закону встановлює певні норми, спрямовані на заборону використання інсайдерської інформації. Інсайдеру забороняється:

- вчиняти з використанням інсайдерської інформації для власної користі або на користь інших осіб правочини, спрямовані на придбання або відчуження цінних паперів, яких стосується інсайдерська інформація, до моменту обнародування такої інформації;
- передавати інсайдерську інформацію або надавати доступ до неї іншим особам, крім розкриття інформації в рамках виконання професійних, трудових або службових обов'язків та в інших випадках, передбачених законодавством;
- давати будь-якій особі рекомендації стосовно придбання або відчуження цінних паперів, щодо яких він володіє інсайдерською інформацією, до моменту оприлюднення такої інформації.

Професійні учасники ринку цінних паперів повинні повідомити ДКЦПФР про операції з цінними паперами у разі, коли є підозра про те, що під час здійснення таких операцій використовується або може бути використана інсайдерська інформація. Перелічені дії поширюються також на осіб, які не є інсайдерами, але володіють інсайдерською інформацією та знають (або повинні знати), що ця інформація надійшла від інсайдера. Відповідальність за протиправне використання інсайдерської інформації встановлюється законом.

Порядок розкриття інсайдерської інформації встановлюється нормативно-правовими актами Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку. Але ДКЦПФР лише через два з половиною роки, а саме Рішенням від 22.07.2008 р. № 792 затвердила порядок розкриття інсайдерської інформації (зареєстровано у Мін'юсті України 17.09.2008 за № 867/15558), але чинності це рішення набуло лише 1 жовтня 2008 р. Цікаво, що попередній Закон УРСР від 18.06.1991 № 1201-XII «Про цінні папери і фондову біржу» взагалі не містив поняття «інсайдери» та «інсайдерська інформація», певною мірою цю роль виконувала особлива інформація про емітента.

Але стосовно нашого законодавства цього недостатньо, щоб викоренити таке негативне явище або заборонити використання інсайдерської інформації. Для цього Україні належить пройти дуже довгий і нелегкий шлях. Буде недостатньо прийняти норми про заборону на законодавчому рівні й налагодити систему контролю за їх виконанням. Важливо, щоб ринку стало вигідніше виключити інсайд зі свого життя, ніж користуватися ним.

Навіть якщо сьогодні прийняти норми, що обмежуватимуть використання інсайда в українському бізнесі, можна прослідкувати їх долю на прикладі понять «комерційна таємниця» і «банківська таємниця», які чітко прописані й закріплені в чинному законодавстві. Але першим порушником тут виступає держава. Коли вона переслідує мету зібрати податки, вказаних понять уже не існує.

Точно така ж доля спіткає й інсайд. Коли це вигідно, то про нього мовчать, але коли до справи долучаються правоохоронні й фіскальні органи, то є всі ознаки просочування інформації. Та й узагалі вирішити знасकोку проблему інсайдерів непросто.

Посадовий проступок, вчинений у кредитно-фінансовій сфері, особливо у фінансових структурах і комерційних банках, прямо зачіпає не тільки й не стільки акціонерів і учасників господарських товариств, скільки численних клієнтів: підприємства, установи, організації, пересічних громадян.

Про практику вилучення інсайдерами активів та грошових потоків акціонерних товариств йдеться й у звіті Консультативної групи з питань акціонерного капіталу Інституту міжнародних фінансів [4], де зазначається, що вилучення інсайдерами активів та грошових потоків може набувати форм розкрадання, вилучення прибутків, у тому числі шляхом продажу корпоративного майна за нижчими, ніж середньо-ринкові ціни, а також працевлаштування друзів і родичів, членів їх родин на посади старших менеджерів. Перешкодити цим процесам можливо лише за допомогою впровадження належного корпоративного управління, у першу чергу, щодо розкриття інформації про компанію.

В Україні для становлення повноцінного корпоративного сектору перешкоджає великий спектр проблем:

1. Нестабільність законодавства та політичного середовища;
2. Недосконалість податкової системи та планування діяльності корпоративних структур;
3. Невдала побудова організаційних структур управління та невміння налагодити результативні взаємовідносини між власниками, керівниками і працівниками підприємств;
4. Неефективна система економічного стимулювання та корпоративного контролю;
5. Нездатність оперативного реагування на проблеми та вирішення корпоративних конфліктів.

В Україні потрібно формувати функціонування системи корпоративного управління, за переліком та змістовним наповненням принципів корпоративного управління, основні серед яких — системність; інформаційна прозорість; забезпечення балансу інтересів усіх суб'єктів корпоративного управління та запобігання виникненню корпоративних конфліктів тощо.

Одним із основних принципів існування корпоративного сектору, який покликаний забезпечити його прозорість і рівні можливості для всіх інвесторів, є заборона використання інсайдерської інформації.

Породжені використанням інсайдерської інформації нерівні можливості для інвесторів негативно впливають на економіку і суспільство: довіра інвесторів до ринку падає, об'єми інвестицій зменшуються, від чого емітенти одержують менше акціонерного капіталу, а ринок страждає від низької капіталізації та нестабільності. Через ці негативні наслідки використання інсайдерської інформації на ринку цінних паперів розглядається як правопорушення у багатьох розвинутих країнах, а отже, аналогічні норми повинні бути і в Україні.

Способи одержання «корисної» інформації залежать від її типу й інфраструктури, у якій вона циркулює, тому складно проводити класифікацію методів її отримання. Однак існує два принципово різних методи, які, так чи інакше, займаються її збором та обробкою.

Конкурентна розвідка — збір та обробка інформації в умовах «легального» бізнесу. Дані виходять винятково в результаті аналізу повідомлень із різних ЗМІ та інших подібних джерел, що перебувають у рамках закону.

Промислове шпигунство — незаконне одержання та (або) використання закритої інформації в умовах ведення несумлінної конкуренції.

Обидва методи присутні у всіх сферах і рівнях бізнесу, але в різному прояві. З найпоширеніших практик промислового шпигунства можна навести кілька прикладів:



- шантаж особи або кола осіб, що мають доступ до певної інформації;
- підкуп того ж кола осіб;
- крадіжка носіїв інформації;
- інсайдинг.

*Інсайдинг* — цивільна активність, пов'язана з витоком інформації і, як наслідок, з порушенням закону.

Останній пункт приховує цілий клас злочинів, які можуть бути здійснені як навмисно (з використанням спеціально впроваджених і підготовлених агентів), так і не-навмисно (злочин, зроблений співробітниками цільової організації через свою некомпетентність, тощо). Кому як не співробітнику підприємства знати про прорахунки і недоліки роботи власної служби безпеки й інших профільних відділів. Не секрет, що переважна більшість корисливих зловживань здійснюється персоналом, котрий має легальний доступ до документів з грифом «ДСК», а також до інформаційних систем підприємства. А контроль за поведінкою персоналу в повному обсязі неможливий. Досягнувши забезпечення технічного захисту підприємства, служба безпеки не в змозі ефективно контролювати ті чи інші вчинки людини, а тим більше стовідсотково передбачити її помисли й сподівання.

Щодо внутрішнього чинника розголошення інсайдерської інформації, слід зазначити, що додатковою проблемою є тимчасові службовці, які працюють за контрактом. Більшість із них має доступ до внутрішньої мережі компанії. Як відомо, діяльність аудиторів пов'язана з тим, що вони часто відвідують корпоративну мережу, тим самим стаючи акумулятором інформаційних технологій та об'єктом пильної уваги з боку осіб, охочих отримати таку інформацію.

Якщо проаналізувати ситуацію, що склалася на промислових підприємствах сьогодні, то можна побачити, що кожного дня в середньому 30% користувачів корпоративної мережі є тимчасовими співробітниками. Проте вони можуть отримати лише частину інформації, тож найбільшу небезпеку становлять усе-таки штатні працівники, оскільки саме вони найкраще знають, що є критичною інформацією для компанії і як знайти до неї доступ. Саме тому в організації повинна бути комплексна і всебічна політика IT-безпеки, яка регламентує права і обов'язки тимчасових службовців (контрактників), а також встановлює правила обробки конфіденційної (особистої, секретної, фінансової та ін.) інформації та захист від посягань з боку інсайдерів.

З 2006 р. кількість інцидентів з інсайдерами збільшилася (і збитки в результаті цих інцидентів). Тому потрібно не тільки звертати увагу на цю проблему, а й шукати шляхи виходу з даного числа загроз економічній безпеці підприємства.

В результаті проведених досліджень інцидентів на підприємствах, що призвели до негативних наслідків, стало видно, що кількість інцидентів з інсайдерами сильно зросла (порівняно з минулими роками), що нерідко інсайдери навіть нанесять більше шкоди, ніж хакери. Тобто потрібно більше звертати увагу на безпеку всередині підприємства, окрім безпеки ззовні, щоб виявляти і протидіяти внутрішнім атакам, мінімізуючи втрати від діяльності інсайдерів.

Аналітики вважають, що просочення інформації стається з кількох причин:

- дії інсайдерів, готових продати відомості — 36%;
- балакучість персоналу — 10%;
- підкуп співробітників — 28%;
- проникнення в бази даних — 21%;
- технічні методи збору інформації — 5%.

Таким чином, просочення комерційної інформації в 70% випадків відбувається з вини персоналу.

Наведений вище перелік не є вичерпним, але може використовуватися як основа для подальших досліджень визначеної проблематики. У рамках кожного джерела порушення можна ідентифікувати показники, які свідчать про її наявність, або точки контролю (моніторингу), за якими акціонери, потенційні інвестори мають встановлювати обмеження щодо використання можливостей інсайду, вимагати оприлюднення додаткової інформації з цих питань на загальних зборах акціонерів, у щорічних звітах голови правління. Ці питання також мають бути об'єктами посиленого моніторингу і нагляду з боку спостережної ради та її комітетів.

На світових фондових ринках проблема використання інсайдерської інформації більш ніж актуальна. Останніми роками збільшилася кількість резонансних справ,

у яких власники великих компаній або учасники фондових ринків звинувачувалися у використанні інформації інсайдерів з метою отримання надприбутків.

Зловживання інсайдерською інформацією змушує міжнародних фінансових регуляторів у край жорстко підходити до розкриття компаніями інформації про свою діяльність і до використання не публічної інформації. У 2003 р. Європейська комісія затвердила директиву 2003/6/ЄС «Про інсайдерські операції і маніпулювання на ринку», посиливши вимоги до поширення не публічної інформації.

Що стосується приватно-правових засобів захисту порушених прав, то треба зазначити, що федеральне законодавство США дозволяє особам, яким заподіяно шкоду інсайдерською торгівлею, вимагати її відшкодування у повному обсязі.

В Україні майже вся торгівля побудована на інсайдерській інформації. Домовленості, корупція, хабарі й кумівство — ось характерні риси інсайду в Україні. Якщо у гравця на фондовому ринку є знайома людина в компанії, акціями якої він торгує, то у нього відкривається доступ до інформації, яку можна обернути собі в користь, або зробити дорогоцінним товаром. І якщо інші учасники торгівлі такого доступу до інформації не мають, то природно, що за гравцем, володіючим конкретною інформацією, ніколи не встигнуть. Особливо коли йдеться про поглинання вітчизняних компаній іноземцями. Як правило, скуповування акцій починається задовго до того, як з'являється офіційна інформація про майбутнє поглинання. Менеджери, наближені до переговорних процесів, повідомляють зацікавлені сторони про результати переговорів. А ті, своєю чергою, ухвалюють рішення або про купівлю акцій, якщо операція буде завершена, або про продаж, коли сторони не змогли порозумітися. Зазвичай прихід іноземного інвестора неодмінно приводить до збільшення ринкової вартості акцій у кілька разів.

Грають інсайвери і на зниження. Так, у 2009 р. відбулося різке зниження акцій Нижньодніпровського трубопрокатного заводу. Після того як стало відомо про проведення додемісії, котирування обвалилися з 5–7 до 0,5–1,5 грн.

Але коли паперів позбувалися практично всі учасники ринку, один з банків скуповував їх за заниженою ціною. Трохи пізніше акціонери передумали проводити додемісію, визнавши її такою, що не відбулася, і вартість паперів повернулася на первісний рівень.

Як показує світова практика, кращий спосіб боротися з інсайдерами — максимально посилити технічний контроль за операціями. Для більшої безпеки, в їх здійсненні з боку установи повинні брати участь відразу декілька чоловік, які послідовно виконуватимуть функції внутрішнього контролю. Дозволяючи одному службовцю мати повний контроль за важливою сферою діяльності підприємства без перехресної перевірки іншими службовцями, організація тим самим створює сприятливі умови для службових підробок.

Належним чином боротися з інсайдерами за сучасного законодавства дуже складно. За розголошення конфіденційної інформації не можна притягнути до кримінальної відповідальності. Заходи адміністративного характеру (догана), як правило, належного ефекту не дають.

Низький рівень виконання законів перетворює корпоративне управління з формального в неформальний інститут. У розвинених країнах високий рівень корпоративного управління негативно корельований з концентрацією власності — якщо держава не захищає права зовнішніх інвесторів, дрібні інвестори воліють не купувати акції. У нас, навпаки, гарне корпоративне управління й висока концентрація власності пов'язані позитивно — для того, щоб зводити інститути корпоративного управління, інсайвери повинні бути зацікавлені в добробуті компанії. Забезпечення добровільного впровадження неформальних інститутів є непростим завданням [5]. Необхідно створити стимули для менеджерів і контролюючих власників, а це часом неможливо без консолідації в їхніх руках досить великого пакету акцій. Як показують дослідження, концентрація акцій у розпорядженні адміністрації або великого зовнішнього власника позитивно впливає на корпоративне управління. З іншого боку, виявляється, що як тільки менеджмент або великий зовнішній власник консолідує занадто великий пакет акцій, подальше збільшення їхньої частки знижує рівень корпоративного управління.

Українська модель корпоративного управління характеризується змішаною популярною структурою акціонерного капіталу; менеджменту та інсайдерам притаман-

ний значний контроль за діяльністю АТ за незначного юридично закріпленого володіння пакетами акціонерного капіталу; номінальна і слабка роль органів управління АТ; переважання юридичних осіб у структурі акціонерів АТ, що володіють значним пакетом акціонерного капіталу; мінімальний рівень номінальної вартості емітованих акцій за умови великого обсягу емісії; значна кількість збиткових АТ; мала частка АТ, що пройшли лістинг на фондовій біржі; мала частка АТ, які сплачують дивіденди.

Підсумовуючи сьгоднішні реалії, бачимо, що, на жаль, ні в ДКЦПФР, ні в самих учасників ринку поки що немає чіткого уявлення щодо проблем використання інсайдерської інформації. Закон запропонував лише критерії, за яких таку інформацію можна визначити. Водночас остаточне визначення інсайду запропоновано встановлювати комісії окремим нормативним документом.

І не зрозуміло, як визначити збільшення вартості цінного паперу внаслідок використання інсайду. Адже більшість угод укладаються не в ПФТС або на біржах, а «по телефону». Відтак про реальну вартість паперів дізнатися практично неможливо.

Боротьба з інсайдом буде ефективною тільки в тому випадку, якщо на законодавчому рівні вдасться перевести всю телефонну торгівлю на організований ринок. Але поки що парламентарії не поспішають змінювати правила гри.

Існує світова практика боротьби з подібними негативними явищами, яка неодмінно повинна поширюватися й повсюдно впроваджуватися у вітчизняні бізнес-структури.

Запропонований підхід до вирішення проблеми інсайдерської інформації має адаптуватися до умов кожного АТ, виходячи з повноважень відповідних органів управління, наявних ресурсів контролю та ситуаційних потреб зацікавлених осіб.

*Исследованы актуальные аспекты обеспечения экономической безопасности предприятий при злоупотреблениях со стороны инсайда.*

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, защита от угроз, угрозы информационной безопасности, инсайд, инсайдерская информация, убыток.

*It is investigated actual aspects of ensuring economic safety of the enterprises at abuses of the insider*

**Key words:** economic safety, protection against threats, threats of information security, insider, insider information, loss.

#### Література

1. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» від 23 лютого 2006 року № 3480-IV (ОВУ від 12.04.2006 — 2006 р., № 13, с. 61, ст. 857);
2. Закон України «Про основні засади державного контролю (нагляду) за господарською діяльністю в Україні» № 877-V від 5 квітня 2007 р.
3. *Каптуренко О. М.* Економіко-правові складові процесу попередження корпоративних конфліктів // Теоретичні та прикладні питання економіки: Збірник наукових праць Київського національного університету ім. Т. Шевченка. — Вип. 8.: К.: Вікар, 2005.
4. Політика з корпоративного управління та прозорості на новостворюваних ринках // Звіт Консультативної групи Інституту міжнародних фінансів з питань акціонерного капіталу. — 02. 2008 р.
5. *Черпак А. Є.* Корпоративний контроль в системі управління акціонерним товариством // Вісник Тернопільської академії народного господарства. — 2006. — № 3. — С. 162–171.
6. *Саєнко В. В.* Правове регулювання використання інсайдерської інформації. // Монографія // — К., 2006.
7. *Безбожний В. Л.* // Митна політика та актуальні проблеми економічної безпеки України на сучасному етапі: матеріали наук.-практ. конф. курсантів, студентів та молодих науковців, 30 берез. 2007. — Дніпропетровськ: Академія митної служби України, 2007. — С. 67–68.

### Відомості про авторів

*Беднарчук Юлія Петрівна* — магістр, старший викладач кафедри «Економіка підприємств» Рівненського інституту Університету «Україна»

*Блудова Тетяна Володимирівна* — доктор економічних наук, професор кафедри вищої математики Київського національного економічного університету імені Василя Гетьмана

*Бондарєва Любов Іванівна* — кандидат педагогічних наук, доцент кафедри інновацій та інформаційної діяльності в освіті Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

*Гнатюк Алла Аркадіївна* — доцент кафедри «Фінанси, облік та аудит» Рівненського інституту Університету «Україна»

*Городинська Дарина Миколаївна* — кандидат економічних наук, старший викладач кафедри інновацій та інформаційної діяльності в освіті Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

*Григорчук Тарас Васильович* — кандидат педагогічних наук, доцент кафедри маркетингу Університету «Україна»

*Гузій Світлана Леонідівна* — аспірантка Університету «Україна»

*Доценко Анатолій Іванович* — доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри загальноекономічних дисциплін Інституту економіки і менеджменту Університету «Україна»

*Дражниця Сергій Анатолійович* — кандидат економічних наук, завідувач кафедри фінансів і кредиту Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна»

*Журба Ігор Євгенович* — кандидат географічних наук, доцент кафедри фінансів і кредиту Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна»

*Іваницька Людмила Леонтіївна* — кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Університету «Україна»

*Корчагіна Віта Григорівна* — кандидат економічних наук, завідувач кафедри обліку і аудиту Новокаховського гуманітарного інституту Університету «Україна»

*Кушнерик Олена Володимирівна* — аспірант кафедри фінансів Інституту економіки і менеджменту Університету «Україна», начальник відділу Державної податкової інспекції у Подільському районі м. Києва

*Лавриненко Лариса Миколаївна* — кандидат економічних наук, старший науковий співробітник відділу соціально-економічних проблем праці Інституту економіки та прогнозування НАН України

*Ладюк Ольга Дмитрівна* — кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри управління освітою Рівненського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

*Макарчук Маріанна Петрівна* — здобувач кафедри фінансів Інституту економіки та менеджменту Університету «Україна», начальник відділу організації наукової діяльності науково-дослідної частини Університету «Україна»

*Олівська Мирослава Григорівна* — кандидат економічних наук, доцент кафедри «Економіка підприємств» Рівненського інституту Університету «Україна»

*Петько Станіслав Михайлович* — студент факультету «Міжнародна економіка і менеджмент» Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

*Пономаренко Ігор Віталійович* — кандидат економічних наук, доцент кафедри загальноекономічних дисциплін Інституту економіки та менеджменту Університету «Україна»

*Стрельченко Наталія Миколаївна* — кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Університету «Україна»

*Тараненко Олександр Сергійович* — старший викладач кафедри загальноекономічних дисциплін Інститут економіки та менеджменту Університету «Україна»

*Чернявська Тетяна Анатоліївна* — кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів і кредиту Новокаховського гуманітарного інституту Університету «Україна»

*Якобчук Світлана Миколаївна* — магістр, викладач кафедри «Економіка підприємств» Рівненського інституту Університету «Україна»

Теоретичне та науково-методичне видання

**ВІСНИК**  
**УНІВЕРСИТЕТУ «УКРАЇНА»**  
**Серія «Економіка, менеджмент, маркетинг»**

**№ 15, 2012**

Свідоцтво про державну реєстрацію  
Кі № 470 від 01.03.2000 року

Засновник:  
Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»

**Головний редактор**

Редактор  
Комп'ютерна верстка

**П. М. Таланчук**

Т. М. Глушко  
О. В. Мележик

Оригінал-макет виготовлено у видавничо-друкарському комплексі  
Університету «Україна»  
03115, м. Київ, вул. Львівська, 23, тел. (044) 424-40-69, (044) 424-56-26  
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 405 від 06.04.01

Відріковано з оригінал-макета у видавничо-друкарському комплексі  
Університету «Україна»

Підписано до друку 7.11.2012. Формат 70x108/16.  
Папір офсетний. Умовн. друк. арк. 7,88.  
Обл. вид. арк. 9,76. Наклад 150 прим.