

**СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ
ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

Колективна монографія

Тернопіль
2016

УДК 330.35+338

ББК 65.9

С 91

Рецензенти:

Длугопольський О.В. – д.е.н., професор кафедри економічної теорії Тернопільського національного економічного університету;

Стрішинець О.М. – д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

*Рекомендовано до друку вченою радою
Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя
(протокол № 9 від 27.10.2016 року)*

С 91 Сучасні соціально-економічні проблеми теорії та практики розвитку економічних систем: колективна монографія / О. В. Панухник, В. Я. Кудлак, Н. Ю. Мариненко, І. Ю. Крамар та ін.; відп. ред. О. В. Панухник. – Тернопіль: ФОП Осадца Ю.В., 2016. – 204 с.

ISBN 978-617-7516-02-5

У монографії проаналізовано низку важливих проблем, що пов'язані з основними критеріями функціонування сучасних економічних систем в умовах відкритості та взаємопроникнення національних господарств країн світу. Авторами розроблені рекомендації з точки зору сучасної економічної науки та практики щодо подолання найбільш гострих суперечностей розвитку складного механізму, яким є суспільна економічна система. Саме питанням трансформацій економічних систем усіх рівнів в умовах сучасного світового господарства, нових глобальних викликів постіндустріального суспільства присвячена колективна монографія кафедри економіки та фінансів ТНТУ імені Івана Пулюя.

Монографія знайде свого читача серед науковців, професорсько-викладацького складу вищих навчальних закладів, студентів економічних спеціальностей, державних службовців, всіх, хто цікавиться проблемами функціонування та розвитку економічних систем.

УДК 330.35+338

ББК 65.9

ISBN 978-617-7516-02-5

© Авторський колектив, 2016

© ТНТУ ім. І. Пулюя, 2016

© ФОП Осадца Ю.В., 2016

ЗМІСТ

ВСТУП	5
Кудлак В.Я. ІСТОРИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ НА ТЕРЕНАХ УКРАЇНИ.....	13
Мариненко Н.Ю., Крамар І.Ю. РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХХ СТ. – НА ПОЧАТКУ ХХІ СТ.	19
Артеменко Л.Б., Ціх Г.В. ОЦІНКА СТАНУ ТА ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКІСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ.....	32
Маркович І.Б. ПЕРЕДУМОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗУМНОЇ («СМАРТ») - СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНІВ ІЗ ВРАХУВАННЯМ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ.....	52
Тимошик Н.С. ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	59
Панухник О.В. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ НИЗОВИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ УКРАЇНИ.....	68
Федотова Я.Г. ПРОБЛЕМА ІНЕРЦІЙНОСТІ АДМІНІСТРАТИВНОГО ПІДХОДУ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ БАР'ЄРИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ У МУНІЦИПАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ.....	83
Химич І.Г. ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	105

Нагорняк І.С.СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ 117**Дячун О.Д.**ПРОГНОЗУВАННЯ ПРОДАЖУ ТА ЙОГО МЕТОДИ В
СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ..... 129**Хрупович С.Є.**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ. РОЗРОБКА МОДЕЛІ СИСТЕМИ
УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПИВОВАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ 151**Кареліна О.В., Гарматій Н.М.**МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ЗАСОБАМИ
СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ 172**Константюк Н.І.**У ПОШУКАХ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ ФІНАНСУВАННЯ
УНІВЕРСИТЕТІВ 192**КОЛЕКТИВ АВТОРІВ.....203**

ВСТУП

Становлення та розвиток національної економічної системи не можливий без її наукового осмислення та аналізу. Українська економічна наука має багаті традиції та цілий ряд видатних персоналій, які на різних етапах історичного розвитку внесли помітний вклад в її розвиток. Дослідження цієї багатой спадщини дозволяє не тільки пізнати наше минуле, але й дасть можливість зрозуміти логіку розвитку сучасних економічних процесів та сформулювати можливі підходи до виходу України з кризи.

У монографії представлено теоретичні, а також практичні наукові дослідження. Зокрема, здійснено аналіз історичного контексту процесу зародження та розвитку економічної науки на теренах України (*В. Кудлак*). Зародження вітчизняної економічної теорії та її становлення, наголошує автор, відбувалося в період посилення суперечностей навколо проблем подальшого соціально-економічного розвитку країни. Цей процес завершився досягненням консенсусу серед учених щодо нової ринкової парадигми. Проте, періоду накопичення економічних знань був властивий розрив між новими знаннями положень класичної економічної теорії і їх освоєнням (у т.ч. в процесі викладання у навчальних закладах); не менш важливим висновком є також відсутність належних умов для практичного втілення «нового» знання в життя.

Логічним продовженням даного підходу став аналіз розвитку теоретичних основ функціонування економічних систем у другій половині ХХ-початку ХХІ ст. та їх використання в розбудові національної соціально-економічної системи (*Н. Мариненко, І. Крамар*).

У методології дослідження надзвичайно важливим є виявлення спільних і відмінних ознак між різними теоріями та напрямками сучасної економічної науки. З точки зору теоретичних передумов, покладених в основу макроекономічних теорій, у кейнсіанстві та неоконсерватизмі порізному вирішуються питання про повернення до рівноваги цін та заробітної плати в умовах коливань попиту і пропозиції, про зв'язок темпів інфляції та безробіття, нейтральність грошей та ін.

Не дивлячись на всі спроби теоретиків мейнстріму врахувати новітні досягнення альтернативних шкіл і створити теорію, яка б задовольнила більшість західних економістів, нестійкість та широта розбіжностей за останні десятиліття в цілому зросли. Не припиняються суперечки за лідерство в середині неоконсервативної теорії (наприклад, між сучасними монетаристами і представниками нової класичної макроекономіки); все більше аргументів накопичується на боці теорій «економічної не ортодоксії». Внутрішні конфлікти і нестійкість дають підставу багатьом

дослідникам виступати із заявами про початок нової кризи західної економічної теорії.

Проголошення незалежності української держави вимагало якісно нової парадигми, нової спрямованості досліджень проблем соціально-економічного розвитку, що потребувало часу для накопичення необхідної інформації, її осмислення й вироблення перших рекомендацій для політиків та урядовців. Перехід до ринкового господарювання здійснювався методом спроб і помилок, за відсутності вироблених основ теорії перехідного періоду від планової до ринкової економіки і обґрунтування принципового питання про модель ринкового господарства, яка була б найбільш придатна для України. Незважаючи на те, що у 2006 р. Україна визнана державою з ринковою економікою, проблема вибору конкретної моделі економічного розвитку на базі певної парадигми і сьогодні залишається актуальною.

Такі міжнародні фінансові інститути, як МВФ, СБ та ЄБРР (Міжнародний валютний фонд, Світовий банк, Європейський банк реконструкції та розвитку) через інститути іноземних радників-консультантів, через програму «шокової терапії» принесли в економічну політику України парадигму неоконсерватизму як основної економічної теорії. Проте неоконсервативна теорія, основою якої є положення класичної школи була адекватною проблемам розвиненої економіки. Тому її впровадження мало поряд із успіхами й суттєві невдачі.

Серед економістів, у тому числі й прихильників монетаризму, існує одностайна думка стосовно того, що лібералізацію міжнародного руху капіталу в країнах, що розвиваються, потрібно дуже ретельно готувати. Зокрема, в Україні лібералізація проходила до того, як були створені достатні передумови.

Ще одне цікаве дослідження стосується проблеми економічного зростання. В умовах глобальної конкуренції та світових інтеграційних процесів, наголошують *Л. Артеменко* та *Г. Ціх*, реальним віддзеркаленням соціально-економічного розвитку країни є саме якість зростання економіки, якій притаманна ефективність використання наявних ресурсів, застосування нових технологій і підвищення добробуту населення. На початку третього тисячоліття науковці переглянули уявлення про процес економічного розвитку. У провідних дослідницьких джерелах концепція економічного розвитку почала протиставлятися економічному зростанню, одночасно привносячи якісні індикатори в економічну модель і, показуючи значення інноваційного потенціалу, здатного в певних ситуаціях компенсувати відсутність суттєвого «економічного зростання» або навіть економічну деградацію. Взаємозв'язок економічного розвитку і

економічного зростання аналізується та оцінюється з нових позицій: як кількісна та якісна ознаки економічної динаміки.

Новий акцент сучасної концепції економічного зростання базується на підвищенні конкурентоспроможності держави та рості добробуту населення. В економічній динаміці країн, які досягли успішних результатів, чітко простежується вагомість соціальної складової та інтелектуального капіталу. Наприклад, американській моделі характерний високий рівень продуктивності праці та працевзберігаючі методи виробництва і людський капітал; німецькій – соціальна політика та людський капітал; японській – освіта, традиції і культура, людський капітал; китайській – освіта та людський капітал.

Отже економічне зростання автор розглядає як багатофакторний процес, що забезпечує досягнення кількісних і якісних змін у добробуті та національному багатстві країни на основі інноваційно-технологічних трансформацій, активізації інтелектуального потенціалу і формуванні високваліфкованої робочої сили, а також активізації соціальних чинників (ріст тривалості життя, поліпшення освіти, зниження рівня бідності тощо). Ядром і стратегічним фактором такого підходу визнається інвестиційне трактування витрат на якісне використання людського капіталу (*Л. Артеменко, Г. Ціх*).

Проблему формування, трансформації та подальшого розвитку сучасних регіональних соціально-економічних систем, на думку *І. Маркович*, доцільно досліджувати шляхом органічного поєднання процесів глобалізації та локалізації. Збалансування їх потенціалу забезпечує так звана «розумна («сма́рт») спеціалізація». Вона виключає інерційний безпрограмний розвиток регіону.

«Розумна спеціалізація» - нова концепція регіонального розвитку, яка поєднує промислову та інноваційну політику, що сприяє дієвому і ефективному використанню державних та недержавних інвестицій за рахунок їх зосередження на сильних сторонах регіону, що визначають його спеціалізацію. Продовжуючи відомі ідеї П. Кругмана, автор обґрунтовує потребу посилення міжрегіональних взаємодій та кластерного розвитку регіону як особливості його розумної спеціалізації. Це вимагає дослідження нерівномірності економічного розвитку, особливостей «точок зростання», навколо яких регіон зможе ефективно розбудовуватися, а також окреслює ключові критерії та функції процесу переходу регіональної системи від традиційної до «сма́рт»-спеціалізації.

Сутність «сма́рт»-спеціалізації, застерігає автор, не зводиться лише до подолання браку стратегічного розуміння інноваційного розвитку окремих держав ЄС чи регіонів. Дана концепція розглядається також як підхід до виявлення і формування інноваційного потенціалу регіонів, і загалом -

соціально-економічного розвитку країни на основі перспективних спеціалізацій регіонального розвитку.

У монографії узагальнено теоретичні підходи щодо формування фінансового механізму економічних систем, визначено пріоритети державного регулювання та підтримування процесів сталого розвитку (*Н. Тимошик*). В умовах сучасної ринкової економіки розвиток економіки кожного регіону, наголошуватиме автор, залежить не лише від природних багатств, науково-технічного рівня промисловості та виробничих потужностей підприємств і відповідного рівня кваліфікації персоналу. Суттєвою складовою соціально-економічного потенціалу регіону є забезпеченість фінансовими ресурсами.

Оскільки існують глибокі регіональні диспропорції в соціально-економічному та екологічному розвитку регіонів, а фінансові ресурси є базою для реалізації політики збалансованості, то постає потреба в розробці наукових підходів до забезпечення стабільного економічного зростання регіонів і держави в цілому. Особливої уваги потребує фінансовий механізм держави (фінансові методи, фінансові важелі, правове, нормативне та інформативне забезпечення), який забезпечує реалізацію її фінансової політики.

Наголошено, що державне регулювання повинно не підмінювати, а тільки сприяти ринковому саморегулюванню економіки; причому, фінансове регулювання ринкових відносин потребує чіткого узгодження з фінансовим забезпеченням. Тому дотримання встановлених показників сталого розвитку економіки держави вимагає комплексу заходів: запровадження моніторингу індикаторів, фундаментальну діагностику, дискримінантних та факторних економічних моделей діагностики, а також систему своєчасного попередження і негайного реагування.

Автор розкриває нестандартні рішення щодо застосування традиційних фінансових важелів регулювання. Зокрема, пропонується розробка і впровадження нового трансмісійного механізму, що дозволить його використання в комплексі з іншими інструментами фінансового регулювання. У подальших дослідженнях буде розроблено математичну модель, яка відобразатиме динаміку основних макроекономічних показників.

Розпочата в Україні адміністративно-територіальна реформа та децентралізація влади вимагають сучасних підходів до управління територіальними соціально-економічними системами України. Дослідженню методологічних засад управління розвитком територіальних самоврядних спільнот низового рівня присвячена робота *О. Панухник*.

Особливість авторського підходу полягає у дослідженні територіальних утворень не як просторово-територіальних систем, а як муніципальних

утворень, що є корпоративними структурами, суб'єктами економічних, соціальних і політичних відносин. Метою управління їх розвитком стає забезпечення інвестиційної привабливості через використання факторів, які визначають конкурентні переваги території, обумовлюють її конкурентоздатність у порівнянні з іншими населеними пунктами, та досягнення соціальних стандартів життя членів територіальної самоврядної спільноти. Одним із шляхів забезпечення життєздатності первинних суб'єктів місцевого самоврядування, покращення соціально-економічної ситуації та створення передумов для динамізації розвитку територіальних утворень є проведення адміністративно-територіальної реформи, яка покликана вирішити проблему формування правових, економічних і організаційних умов для ефективної реалізації функцій місцевого самоврядування.

Адміністративно-територіальна реформа та децентралізація влади вимагають принципово нових підходів також до управління підприємствами муніципальної економічної системи. *Я. Федотова* аналізує результати дослідження практики та чинників управління підприємствами (функція адміністрування діяльності), які повинні враховуватися при прийнятті управлінських рішень у муніципальній економічній системі (міста Київ, Львів, Тернопіль).

Автором наголошено, що ефективний адміністративний менеджмент (вироблення і реалізація державної політики на рівні державних і місцевих органів) – це новий адміністративно-державний менеджмент, який здійснює вплив на роботу всіх елементів економічної системи, у т.ч. муніципальної економіки та підприємств усіх форм власності. Його слід розглядати як інституційний чинник (бар'єр або стимул) модернізації технологій управління підприємством у муніципальній економічній системі.

Аналізуючи проблеми інерційності адміністративного підходу в муніципальній економічній системі, дослідниця спиралася на відомих авторів теоретичної моделі адміністрування (А. Файоль), раціональної бюрократії («ідеальна бюрократія» М. Вебера, що відповідає цілям динамічних індустріальних суспільств), принципу розмежування влади і бізнесу (В. Вільсон, Ф. Гуднау), а також на зміст понять «інституція», «державні інституції», «адміністративні бар'єри».

Адміністративні бар'єри (акти, дії чи бездіяльність органів влади тощо) – найбільш проблемне місце конкурентоспроможності української економіки (висновок Всесвітнього економічного форуму). Особливі побоювання викликають також інституційні бар'єри модернізації технологій управління підприємствами приладобудування, зокрема: недосконалість державної політики регулювання інноваційної діяльності;

неналежна підтримка і координація з боку органів місцевого самоврядування інноваційної діяльності підприємств; загальний низький технологічний рівень підприємств; неналежна забезпеченість фінансово-кредитними ресурсами тощо. Тому очевидно, що створення більш сприятливих умов для роботи підприємств у муніципальній економічній системі, підвищення їх результативності та конкурентоспроможності потребує спрощення державного регулювання та забезпечення його належної прозорості.

Наукові дослідження успішності підприємства, як і соціально-економічної системи держави в цілому, найчастіше аналізують економічні чинники та методи управління. Між тим, навіть поверхневий аналіз успішних підприємств України, наголошує *І. Химич* показує, що їх успіх визначається, насамперед, базовими цінностями, нормами і правилами особистісного характеру, спільним розумінням усім колективом ситуації виробничої діяльності, тобто культурою організації. Тому і в теорії, і підприємницькій практиці, зазначає автор, важливо враховувати той факт, що суб'єктом господарювання виступає людина, що людський потенціал в постіндустріальну епоху є єдиним невичерпним ресурсом підприємства. Саме тому, в умовах сучасної вітчизняної ринкової ситуації, яка характеризується фінансово-економічною нестабільністю, необхідною умовою успіху виступає використання підприємством корпоративної культури. Вона визначає певну послідовність управлінських дій, які призводять до змін в усіх структурних елементах, знижуючи рівень колективної невизначеності, забезпечуючи інтеграцію колективу та його відданість загальній справі. Зміст цих дій визначається функціями корпоративної культури підприємства.

Роль корпоративної культури підприємства в механізмі функціонування ринкової економіки, на думку автора, відображається в якісній і безпосередній підтримці внутрішньої та зовнішньої діяльності підприємства на основі інформаційних та комунікаційних процесів; якості рекомендацій з корпоративної культури та досвіду управління на основі оцінки їх результативності в діяльності підприємства.

Мінливість економічного середовища, непередбачуваність державних регуляторів господарської діяльності викликають небажані для підприємства наслідки, діапазон яких коливається від незначних за масштабами збитків і аж до повного банкрутства. Тому особливу актуальність у забезпеченні стабільного функціонування підприємства, на думку *І. Нагорняк*, набуває проблема соціально-економічної безпеки підприємства, вирішення якої залежить від правильного діагностування стану економічної стабільності (стійкості), систематизації загроз, ризиків тощо.

Автором здійснено аналіз дефініцій «ризик», «небезпека» і «загроза», а також можливих умов та ситуацій, в яких потенційний ризик переростає в загрозу стійкому функціонуванню підприємства, а потім і в небезпеку знищення; розкрито способи їх запобігання, усунення та мінімізації наслідків.

Оскільки процес соціально-економічної безпеки нерозривно пов'язаний із внутрішньою організацією управління підприємством як відкритою системою, у роботі розкрита система соціально-економічної безпеки підприємства як комплекс організаційно-управлінських, технологічних, технічних, профілактичних і маркетингових заходів, спрямованих на кількісну та якісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз. Розроблена також модель стратегічного управління соціально-економічною безпекою підприємства.

У системі управління підприємством, стверджує *О. Дячун*, функція планування не завжди спирається на дані прогнозування. Між тим, у числі практичних проблем економічного розвитку підприємства особливе місце займає прогнозування продажу продукції (послуг тощо). У монографії проаналізовано сутність прогнозування продажу, його необхідність, предмет, принципи та види. Наведено практичні рекомендації з використання сучасних методів прогнозування продажу, в тому числі кількісних і причинно-наслідкових; значне місце відведено методу прогнозування продажу на основі цілей та виробничих можливостей фірм.

С. Хрупович, аналізуючи досвід ринкових зрушень доби незалежності України та інших постсоціалістичних країн підкреслює, що важлива роль у системі ринкових перетворень відводиться промислового виробництва, де створюються необхідні для життя суспільства блага. Проте, не завжди підприємства можуть вибрати цілісну ефективну модель, яка поєднувала б усі елементи постачання, виробництва та реалізації продукції.

Праця *С. Хрупович* присвячена проблемі інтеграції функцій логістики та маркетингу в організаційній структурі управління. У ній читач знайде практичні рекомендації з реалізації даного підходу на підприємстві. Обґрунтовано, що вирішення таких завдань, у контексті впровадження адміністративної реформи та розвитку регіонів, дозволить регіональним виробникам ефективно використати власний збутовий потенціал та забезпечити постійний потік коштів до бюджетів різних рівнів.

Еволюція світової економічної системи привела до формування інформаційної економіки, що базується на знаннях; у ній найбільша частка ВВП забезпечується діяльністю із виробництва, обробки, зберігання і розповсюдження інформації та знань причому, до цієї діяльності залучені понад половина зайнятих. Інформаційна економіка в Україні ще в зародковому стані, однак світові тренди економічного розвитку об'єктивні

і невідворотні, тому теоретична і практична розробка питань інформатизації економічних процесів забезпечить нашій державі можливість припинити зниження економічних показників та відкріє шлях до розвитку.

Особливістю сучасної вітчизняної економіки є швидка зміна умов господарювання, що підвищує актуальність застосування економіко-математичних методів для моделювання та прогнозування економічних процесів. Типовими для управління підприємством є також ситуації прийняття рішення в умовах невизначеності. Тому використання комп'ютерної техніки та спеціалізованого економічного програмного забезпечення є надійним засобом прийняття оптимальних управлінських рішень.

У праці *О. Кареліної та Н. Гарматій* розглянуто можливості програм ProjectExpert та AuditExpert компанії Expert Systems для розробки бізнес-планів та оцінки інвестиційних проєктів. Фінансово-економічне моделювання діяльності фірми різного масштабу та галузевої приналежності, зазначають автори, потребує тільки початкових та розрахункових фінансово-економічних параметрів, які згруповані в окремі групи даних. Це дозволяє сучасному економісту й фінансовому менеджеру в зручному для користувача інтерфейсі опрацювати великі масиви економічної інформації за короткий час. Адже від швидкості та якості їх опрацювання залежить адекватність і вчасність прийнятих рішень в умовах швидкої зміни ендегенних та екзогенних чинників.

В умовах розбудови сучасної ринкової економіки активна роль належить науці і освіті. Не випадково в останній період якість вищої освіти розглядається на основі двох моделей: «університет - підприємство (бізнес)», «університет – суспільство». У їх контексті йдуть пошуки вирішення і проблеми фінансування університетів, яке необхідне для забезпечення успішної діяльності університетів.

У конкурентній боротьбі між університетами, як засвідчує досвід, є переможці, котрі використовують різноманітні моделі фінансування в своїй діяльності. У дослідженні *Н. Константюк* проаналізовано підходи зарубіжних та вітчизняних авторів до фінансування університетів з можливістю їх подальшого застосування в діяльності вишів України.

Найпопулярнішими, вважає автор, є фінансування на основі підписання контрактів між вузом та урядом щодо здійснення чітко вказаних видів діяльності чи виконання послуг, за які університет отримує державні кошти, а також фінансування вузів на основі формули, відповідно до якої отримує бюджетні кошти саме за досягнення певних заздалегідь визначених показників.

Кудлак В.Я.

ІСТОРИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ НА ТЕРЕНАХ УКРАЇНИ

Становлення та розвиток національної економічної системи, як і будь-якої системи взаємодії суспільства, не можливий без її наукового осмислення та аналізу. Тобто наявності відповідних галузей наукового пізнання, а їх професійна направленість є, на наш погляд, обов'язковою умовою ефективного функціонування таких систем. Українська економічна наука має багаті традиції та цілий ряд видатних персоналій, дослідження цієї багатой спадщини дозволить не тільки пізнати наше минуле, але й дасть можливість зрозуміти логіку розвитку сучасних економічних процесів.

Оцінюючи розвиток економічної науки у першій половині XIX ст., можна сказати, що цей період знаменувався домінуванням ідей класичної теорії. Проте, саме в цей час, в межах класичної школи розпочинається поділ на англійську та французьку гілки, що безумовно збагатило класичну теорію і сприяло її науковому розвитку, але одночасно посилило суперечності всередині самої школи. Загострення соціальних проблем та економічні кризи, що періодично виникали, дали поштовх до виникнення критичних напрямків в межах класичної школи, а також до формування альтернативних напрямів економічної теорії. До середини XIX ст. посилилась дискусія між представниками різних течій та шкіл, яка підігрівалась виникненням нових соціально-господарських проблем, як теоретичного та і прикладного характеру. Все це сприяло надзвичайно бурхливому та багатовекторному подальшому розвитку економічної науки.

У першій половині XIX ст. політична економія поширилась із Західної Європи, центру свого розвитку, на інші країни, зокрема Російську імперію, до складу якої на той час входила значна частина України. Процес розвитку політичної економії на просторах Російської імперії «не тільки відбив всю суперечливість процесу еволюції і теоретико-методологічної перебудови її на Заході, але й суттєво відрізнявся від нього» [1, с. 21-22]. Ці особливості були пов'язані із своєрідністю соціально-економічного розвитку Російської імперії.

На думку українського дослідника Л.П. Горкіної, зародження і початок формування політекономії «як галузі наукових знань пов'язане в Україні і Росії, передусім, з поширенням вчення А. Сміта» [1, с. 22]. Перше видання

«Багатства народів» А. Сміта російською мовою було здійснене у 1802-1806 рр. Вже у 1803 р. політична економія та статистика були введенні у статут Російської академії наук. Поширенню ідей класичної школи на початку XIX ст. значною мірою сприяли іноземні вчені-економісти, які запрошувалися для викладання економічної теорії в університетах. Серед них особливо виділяються Йозеф Ланг та Людвіг Генріх фон Якоб. Поміж вчених Російської імперії першим дає свій оригінальний виклад принципів класичної школи М. Балудянський, уродженець України, ректор Петербурзького університету. У 1806-1808 рр. в «Статистичному журналі» опубліковано кілька його статей «щодо теоретичних засад меркантилістів, фізіократів і А. Сміта» [2, с. 138]. М. Балудянський - один із перших українських вчених-економістів, популяризатор політичної економії, який зробив багато для формування вітчизняної економічної науки; «його теоретичний курс політичної економії і фінансового права відіграв велику роль у розвитку економічної теорії і вихованні плеяди молодих учених» [2, с. 143].

У підсумку, вчення А. Сміта та його послідовників поклало панівне становище в економічній науці Російської імперії, та України зокрема. Стрімкій популяризації ідей класичної школи також сприяли соціально-економічні чинники. В цей час починає формуватися вітчизняна буржуазія, як нова, потужна верства суспільства, саме вона виступила носієм прогресивних тенденцій суспільного розвитку, «в боротьбі з феодалізмом їй потрібна була така економічна теорія, яка б обґрунтувала переваги капіталістичного ладу» [3, с. 62]. Цю потребу повністю задовольняла класична школа політекономії з її девізом про вільну конкуренцію, індивідуальну підприємницьку свободу та ініціативу, принципом невтручання держави в сферу господарювання. Проте ідеї класиків та лібералізм, який вони проповідували, наштовхувався на вороже сприйняття з боку влади та консервативних пануючих верств суспільства, «вирішальним гальмом на шляху поширення ... класичної політичної економії було кріпацтво, існування якого надто затяглось» [4, с. 45].

У першій половині XIX ст. зміни економічного ладу вимагав не тільки розвиток політекономії, а й складне соціально-економічне становище в країні. Початок занепаду феодальної кріпосницької системи перейшов у тривалу кризу, яка загострювалася з кожним роком. Найбільшого напруження проблема зміни господарських відносин набула в 30-х рр. XIX ст., коли «криза феодальної кріпосницької системи в Росії стала досягати небувалих розмірів» [3, с. 53]. У цей час у Західній Європі «первісне нагромадження капіталу завершилося ... промисловою революцією» [5, с. 164]. Але кріпосництво усіяло гальмувало цей процес

в Російській імперії, не дозволяло творити потрібні передумови для промислового розвитку, які полягали в необхідності створення внутрішнього ринку та ринку вільної робочої сили. Розвиток окремих елементів капіталізму у промисловості та торгівлі нівелювався загальним господарським занепадом і неефективністю поміщицького землеробства, посиленням експлуатації кріпосних селян. Все це вилилось у майже безнадійне відставання економіки від передових країн Заходу і гостро ставило питання про недоцільність збереження феодално-кріпосницької господарської системи.

В цей період економічна думка Російської імперії представляла собою, в основному, інтерпретацію ідей західних економістів-класиків та розмірковування про соціально-економічний стан держави і шляхи її подальшого розвитку. Головною проблемою було питання розкріпачення селян. Економічна теорія виступала швидше як допоміжний інструмент для підтвердження чи заперечення тих або інших реформаторських ідей. Можна стверджувати, що теоретичні розробки класичної школи відігравали роль наукової бази для обґрунтування необхідності соціально-економічних перетворень.

Серед помітних російських суспільних діячів першої половини XIX ст., що займались розробкою економічних проблем, можна виділити П.І. Пестеля, М.І. Тургенева, М.М. Муравйова. Вони дотримувались ліберальних позицій і прагнули до соціально-економічних реформ у суспільстві, для чого планували застосувати досвід європейських країн, як у практичній, так і науковій сферах. Зокрема М.І. Тургенев, «сприйнявши ідеї економічного лібералізму А. Сміта, вважав, що їх можна застосувати в тогочасній Росії» [6, с. 271]. Апогеєм суспільної кризи та напруги стало повстання декабристів. Але не дивлячись на значне поширення і популяризацію лібералізму, вплив консервативно-патріархальних ідей був досить потужним, тому навіть серед прогресивної частини російського суспільства ліберальні ідеї були сприйняті дещо в обмеженій формі.

Не зважаючи на підпорядкування Росії, економічна думка в Україні розвивалася дещо по-іншому. Ідеї західноєвропейської науки знаходили щедрий ґрунт в Україні, яка традиційно була більш схильною до сприйняття європейських цінностей, ніж Росія. Відповідно політична економія в Україні перебувала під більшим впливом Західної Європи, тут швидше сприймалися нові течії та теорії, ніж у Росії. На думку відомого дослідника вітчизняної економічної думки І.-С. Коропецького, «українські економісти того часу перебували під безпосереднім впливом Західної Європи без посередництва Москви» [7, с. 19]. Однак різниця полягала не лише в цьому. Можна погодитись із відомим українським вченим-економістом М. Туган-Барановським, який вважав, що основна відмінність

полягала в захопленні освіченої частини російського суспільства в 20-х рр. XIX ст. ідеями С. де Сісмонді. Це вилилось у критику принципу лібералізму в економіці, підвищену увагу до проблем криз та необхідності соціальних реформ для захисту селянства. В Росії ці ідеї стали основою для започаткування народницького напрямку, який виступав потужною соціально-економічною течією майже до кінця XIX ст.

В Україні, «у середовищі українських професійних економістів ідеї утопічного соціалізму, общинні ідеї та марксизм з його трудовою теорією цінності сприймалися більш критично, ніж у середовищі російських економістів» [1, с. 25]. У переважній більшості вітчизняні економісти були прихильниками капіталістичного шляху розвитку. Саме тому в першій половині XIX ст. ідеї класичної школи політичної економії набули в Україні швидкого поширення. За висловом І.-С. Коропецького, «українські економісти не тільки практично не запозичали з російської науки, але, навпаки, значно спричинились до її розвитку через те, що писали свої праці російською мовою та публікували їх у журналах і видавництвах Москви й Санкт-Петербурга» [7, с. 19].

Центром формування і розвитку професійної економічної науки в Україні в досліджуваний період були університети. У першій половині XIX ст. в тій частині України, що перебувала у складі Російської імперії, діяли два університети – Харківський (засн. 1805 р.) та Київський (засн. 1834 р.).

Фундатор Харківського університету В.Н. Каразін - помітна постать у національній економічній думці. Його праці на економічну тематику, як і більшості суспільних діячів того часу, стосувалися, насамперед, вирішення практичних соціально-економічних проблем. Каразін акцентував увагу на свободі вітчизняного підприємництва і дотримувався думки про необхідність ліквідації общин; у селянському питанні «займав чітко виражену дворянсько-ліберальну позицію» [3, с. 54]. Погляди В.Н. Каразіна відповідали основним тенденціям ліберально-економічної думки в країні на той час. Одним із основних досягнень В.Н. Каразіна стало заснування в 1805 році Харківського університету.

Політична економія викладалася від початку існування університету кафедрою цивільного права юридичного факультету, а згодом – у 1835 р. була відкрита кафедра політичної економії. У зв'язку з відсутністю вітчизняних фахівців, були запрошені німецькі фахівці Йозеф Ланг та Людвіг Гайнріх фон Якоб, які поділяли ідеї видатного англійського вченого-економіста А. Сміта та одними з перших сприяли поширенню його вчення в Україні. Їх запрошення до Харківського університету підтверджує той факт, що українські вищі навчальні заклади знаходилися в загальному руслі розвитку економічної науки. Крім того, завдяки цим

особам майбутні випускники мали можливість безпосереднього наукового контакту з представниками західноєвропейської економічної науки. Після німецьких науковців на кафедру були запрошенні Б. Райт та К. Павлович, які не мали особливих успіхів ні у викладацькій, а ні в науковій сферах, швидше навпаки, рівень викладання економічної теорії в університеті значно знизився.

Якісно новим етапом у розвитку економічної науки в Харківському університеті став прихід у стіни цього навчального закладу Т.Ф. Степанова. Його науково-економічні погляди формувалися під впливом ідей А. Сміта, Д. Рікадо та інших представників класичної школи. Степанов «виступав проти механічного, некритичного перенесення теорії західних економістів на вітчизняний ґрунт», тому спробував модифікувати вчення А. Сміта [3, с. 63]. Проте найбільшою заслугою Степанова як ученого було те, «що він одним із перших розробив курс політичної економії російською мовою» [2, с. 146]. Праця Т. Степанова замінила підручник Г. Шторха, який був виданий німецькою та французькою мовами для викладання політекономії. Однак, слід зауважити, що «Степанов був добрим викладачем, але доволі пересічним ученим» [7, с. 25]. Така характеристика була притаманна майже всім вітчизняним вченим-економістам першої половини XIX ст. та багатьом їхнім наступникам: вони, в основному, лише перенесли на вітчизняний ґрунт ідеї західних учених, доповнюючи їх своїми коментарями, створюючи таким чином основу для розвитку національної економічної науки.

Імператорський університет св. Володимира був заснований у Києві в 1834 р. Викладати політекономію в ньому почали з 1842 р. професори О.І. Ставровський та В.Ф. Домбровський. Саме тоді була заснована кафедра політичної економії та статистики, однак вони не були спеціалістами з цього предмету, тому викладання припинилося в 1845 р. Лише через рік було відновлено викладання політичної економії І.В. Вернадським, з приходом якого в університет кафедра політичної економії та статистики «стає одним із провідних центрів розвитку економічної науки в Російській імперії та Україні, зокрема» [8, с. 747]. І.В. Вернадський був прихильником класичної школи політичної економії, підтримував принцип ринкового лібералізму, відіграв значну роль у розвитку вітчизняної статистики, виступав активним критиком соціалізму. У 1850 р. І.В. Вернадського на посаді замінив випускник університету М.Х. Бунге. Завдячуючи Вернадському, ще будучи студентом Київського університету, Микола Християнович захопився політичною економією, що в подальшому визначило не тільки напрям його діяльності, але й значно вплинуло на науковий світогляд молодого вченого. Саме в стінах Київського університету були закладені підвалини теоретико-економічної

платформи М.Х. Бунге, яка стала фундаментом його наукових та реформаторських ідей.

Підсумовуючи аналіз процесу розвитку на теренах України економічної науки у першій половині XIX ст., слід зазначити, що в цей час відбулося зародження вітчизняної економічної теорії. Її становлення припала відбувалося в період посилення суперечностей навколо проблем подальшого соціально-економічного розвитку країни. В українській економічній теорії в цей час проходило становлення першої класичної ситуації. Цей процес відбувався шляхом «подолання меркантилізму, ... і досягнення консенсусу серед вчених щодо нової ринкової парадигми» [4, с. 45]. В цілому, це період накопичення економічних знань, в якому особливо помітним був розрив між знаннями і викладанням положень класичної економічної теорії, а також були відсутні належні умови для практичного втілення їх в життя [4, с. 46].

Список використаних джерел:

1. Горкіна Л.П. Туган-Барановський в економічній теорії та історії / Л.П. Горкіна. – К., 2001. – 268 с.
2. Корнійчук Л.Я. Історія економічної думки України / Л.Я. Корнійчук. – К.: КНЕУ, 2004. – 432 с.
3. Васильєва Р.Х. Історія економічної думки України / Р.Х. Васильєва, Л.П. Горкіна, Н.А. Петровська. – К.: Либідь, 1993. – 272 с.
4. Леоненко П.М. Методологічні аспекти історії української економічної думки (XIX – XX ст.) / П.М. Леоненко – К.: ІАЕ УААН, 2004. – 434 с.
5. Леоненко П.М. Економічна історія / П.М. Леоненко, П.І. Юхименко. – К.: Знання – Прес, 2004. – 496 с.
6. Історія економічних учень / Корнійчук Л.Я., Татаренко Н.О., Поручник А.М., Ткаченко О.В., Кирилова Г.Ю. – К.: КНЕУ, 2005. – 562 с.
7. Коропецький І.-С. Українські економісти XIX ст. та західна наука / І.-С. Коропецький – К., 1993. – 192 с.
8. Історія економічних учень / За ред. В. Базилевича. – К.: Знання, 2004. – 1300 с.

Мариненко Н.Ю., Крамар І.Ю.

РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХХ СТ. – НА ПОЧАТКУ ХХІ СТ.

Серед сучасних моделей розвитку економічної науки парадигми неоконсерватизму і кейнсіанства були визначальними в економічній теорії ХХ ст. і на початку ХХІ ст., що зумовлює актуальність даного дослідження. Постулати, сформульовані представниками даних напрямів економічної думки, стали теоретичним підґрунтям подолання кризових явищ у провідних державах з розвинутою ринковою економікою, починаючи з другої третини ХХ ст. і до сьогодні. При визначенні шляхів подальшого соціально-економічного розвитку важливого значення набуває всебічне врахування історико-економічної спадщини з її досягненнями та прорахунками.

Метою даного дослідження є здійснення наукового аналізу й узагальнення поглядів представників кейнсіанства і неоконсерватизму на основні проблеми сучасної економічної теорії та практики, розкриття їхнього внеску у розвиток економічної науки і формування економічної політики провідних держав світу й України, а також встановлення місця парадигм кейнсіанства та неоконсерватизму у сучасних моделях розвитку науки й аналіз чинників, що зумовлюють трансформацію економічної думки згідно з економічним розвитком господарських систем.

Здатність будь-якої сучасної теорії формувати основу для розвитку наукової думки ґрунтується на можливості пояснити і прогнозувати закономірності розвитку національної та світової економіки.

Американський методолог науки Т. Кун дав визначення основних понять – парадигма, пізнавальна і нормативна функції парадигми, допарадигмальний період розвитку науки або «нормальна наука», аномалія парадигми, криза, наукова революція. Зокрема, парадигмою він вважав: «Визнані всіма наукові досягнення, які протягом певного часу дають науковому співтовариству модель постановки проблем і їхніх рішень» [1, с. 147–148].

У допарадигмальний період розвитку науки вибирають парадигму із запропонованих дослідницьких програм. Після прийняття науковим співтовариством однієї з програм як парадигми у розвитку науки настає період «нормальної науки», який може бути як коротко-, так і довготерміновим. Т. Кун зазначав, що з часом у парадигмі неминуче виникають «аномалії», тобто накопичуються наукові факти, які не

знаходять пояснення у межах основних теорій, методів і стандартів. Вчені намагаються вирішити їх у межах існуючої парадигми, однак виникає криза науки. «Наукова революція», як правило, розпочинається з відмови певної групи вчених всередині наукового співтовариства від старої парадигми і прийняття за основу сукупності інших теорій, гіпотез і стандартів. Згодом нову парадигму приймають й інші представники науки. Таким чином, звершення наукової революції означає переворот у свідомості членів наукового співтовариства і початок нової наукової традиції. Є ґносеологічні причини, що дозволяють періодично говорити про кризу концепції, школи, наряду в економічній теорії. Перш за все, теорія не описує реальність у всіх подробицях, і тому важливо правильно відібрати об'єкти аналізу. Ступінь невідповідності теорії та реальності може бути різною, і якщо вона велика, то викликає незадоволеність науковою версією, сумніви у її спроможності.

Економіка як об'єкт дослідження весь час змінюється і розвивається. У багатьох випадках «криза» економічної теорії – це проблема невідповідності її передумов і висновків обставинам, що змінилися.

Друга причина пов'язана з природою наукового знання. Внаслідок «фундаментальності» загальна економічна теорія не може описати різноманітну специфіку національних економік і запропонувати рекомендації, як вирішити конкретні проблеми конкретної держави у певний момент часу. Але теорія формує базу для пошуку реальних рішень, для побудови прикладних моделей національної економіки [2, с. 26].

В аналізі змісту і розвитку економічної думки поряд з моделлю наукових парадигм і наукових революцій Т. Куна широко використовують також модель конкуруючих науково-дослідних програм І. Лакатоша. Основним поняттям цієї моделі є «науково-дослідна програма» як певна сукупність теорій, що розвиваються на основі одних методологічних і дослідницьких принципів. До складу програми входять:

1. «Жорстке ядро» – фундаментальні принципи всіх теорій програми, завдяки яким зберігається її цілісність.

2. «Захисний пояс» – допоміжні гіпотези програми, що забезпечують збереження «жорсткого ядра» програми.

Функції та специфіку цих складових І. Лакатош сформулював так: «Захисний пояс» повинен витримати головний удар з боку перевірок, захищаючи таким чином закріплене ядро, він повинен пристосовуватися, перероблятися чи навіть повністю замінюватися, якщо цього вимагають інтереси оборони. Якщо все це дає прогресивне зрушення проблем, дослідна програма вважається успішною. Вона неуспішна, якщо це приводить до регресивного зрушення проблем» [3, с. 80–81].

3. Методологічні принципи, що визначають перспективи застосування даної програми («позитивна» чи «негативна евристика»). На думку І. Лакатоша, позитивна евристика становить собою сукупність правил, що дають можливість модифікувати програму з метою її збереження або покращення. Негативна евристика означає наявність деяких обмежувачів у формі певних методологічних правил, які дають можливість уникнути хибних шляхів пізнання.

На відміну від моделі Т. Куна, у моделі І. Лакатоша передбачається, що періоди «нормальної науки», як панування однієї дослідної програми (парадигми), вкрай рідкісні у історії науки. Типовим явищем є існування періодів з багатьма дослідними програмами, що конкурують між собою. Також у моделі І. Лакатоша наявне принципове припущення можливості співіснування кількох конкуруючих між собою науково-дослідних програм. У моделі І. Лакатоша прогрес науки розглядається як поява конкуруючих науково-дослідних програм, а не як прогрес внаслідок заміни однієї теоретичної парадигми іншою. Так з'явився плюралізм у економічній науці. Модель І. Лакатоша сприяла суттєвій зміні спрямованості теоретико-методологічних досліджень у галузі економічної науки.

Аналіз господарських систем свідчить про те, що треба йти не від теоретичних постулатів до спроб пояснити практичні результати, не від апріорних «причин» до наслідків, а, навпаки, від реальних показників до пошуків їхнього системного теоретичного пояснення. Інакше теорія пояснюватиме гіпотетичні схеми, а успіхи або крах реальних господарських систем, їхня трансформація у рамках економічної теорії пояснення не отримують.

Таким чином, побудова теоретичної моделі, що описує певну структуру і зв'язки між її складовими, може бути реалізована лише для історично і географічно обмеженої господарської системи.

У наукових колах регулярно виникає дискусія щодо кризи західної та світової економічної науки. У 1870-х рр. почалася криза класичної школи А. Сміта, Д. Рікардо, пов'язана з нездатністю класичних теорій вартості й ціноутворення адаптуватися до нового етапу в розвитку капіталізму (висунення на перший план проблеми економічної ефективності, оптимального поєднання витрат і результатів, облік разом із виробництвом кардинального впливу на ціннісні пропорції з боку споживачів і т. д.). З кризи 1870–1890-х років західну економічну думку вивела маржиналістська революція, яка заклала основи сучасної мікроекономіки, проте у сфері макроекономіки мала багато положень, які викликали різку критику. Однак маржиналісти поклали початок періоду панування неокласики, що займала лідируючі позиції до початку Великої депресії

1929–1933 рр. Криза неокласичного напрямку стала очевидною тоді, коли прихильники цього напрямку не змогли дати переконливі відповіді на запитання, поставлені реаліями економічного життя у цей період.

З цієї кризи західну економічну теорію вивела кейнсіанська революція. Саме Дж. М. Кейнс виявив у середині капіталізму механізм, що породжує депресивний стан, коли зі зростанням національного доходу незмінно зменшується та його частка, що йде на сукупне споживання і, навпаки, підвищується частка сукупного заощадження. Оскільки ж, згідно з Дж. М. Кейнсом, між заощадженням та інвестуванням існує розрив у просторі та часі, значна частина заощаджень не перетворюється на інвестиції й залишається невикористаною, тому сукупні витрати нації, як правило, виявляються меншими від сукупних доходів. Наслідками є дефіцит ефективного попиту на ринку, недовантаження потужностей, масове безробіття, тривале і стійке товарне перевиробництво.

Наявність вказаного механізму не означає неминучості депресивного стану. Останній може бути попереджений активними державними заходами з підтримання ефективного попиту засобами бюджетної, кредитної та податкової політики. Рекомендації для подібної політики за ініціативою Дж. М. Кейнса розроблялися у рамках принципово нового розділу економічної теорії, що отримав назву «макроекономіка».

Класиці Дж. М. Кейнс протиставив свою теорію, яка більше відповідала умовам затяжної депресії 1930-х рр., масового безробіття, відсутності економічного підйому. Державна економічна політика стимулювання сукупного попиту, зокрема, за допомогою дефіцитного фінансування, стала поширеним способом боротьби з економічним спадом. Ці рекомендації були застосовані і після Другої світової війни. Класична теза про здатність ринкової системи до саморегулювання була відкинута.

У 1950–1960-х рр. у провідних країнах Заходу спостерігався підйом економіки. Порівняно з довоєнним рівнем темпи зростання ВВП збільшилися у 2–3 рази, у стільки ж разів знизилася безробіття, інфляція не перевищувала 5–6 %. Згідно з даними офіційної статистики США, до 1972 р. у країні регулярно підвищувалася реальна заробітна плата, тобто результатами економічного зростання користувалася більшість населення. За підсумками семи років з десяти показник приросту ВВП перевищував 5 %. Ще вищі темпи зростання були у Японії, Франції, ФРН та ін.

В історії економічних учень цей період відзначався утвердженням позицій кейнсіанської теорії не лише у США та Великобританії, але й у Японії, Нідерландах, країнах Скандинавії, Австралії, Канаді. Ідеї кейнсіанства (і, перш за все, ідея регульованого ринку як основи економіки) знайшли підтримку й у соціалістичних країнах Центральної

Європи. О. Шик, І. Коста і Р. Селуцький у Чехословаччині, В. Брус у Польщі, група реформаторів-ринковиків в Угорщині виступали за поєднання марксизму з положеннями і висновками кейнсіанської доктрини.

У 1950-1960-х рр. кейнсіанство перетворилося на неокейнсіанство. Модифікація кейнсіанської теорії відбувалася у трьох напрямках:

— Р. Харрод (Великобританія), Е. Домар (США) та ін. запропонували неокейнсіанську теорію економічної динаміки, або теорію зростання;

— сформувалася неокейнсіанська теорія циклу (у працях Е. Хансена, П. Самуельсона, Р. Харрода та ін.);

— Дж. Хікс, Е. Хансен та П. Самуельсон розробили узагальнюючу доктрину «неокласичного синтезу», що об'єднала кейнсіанську макро- і неокласичну мікротеорію.

Лише у двох країнах Заходу – ФРН і Франції – кейнсіанство у 1950–1960-х рр. не стало основною економічною теорією. У ФРН керівну роль у теорії й економічній політиці відігравав неолібералізм, зокрема вчення про соціальне ринкове господарство. Л. Ерхард, А. Мюллер-Армак і їхні однодумці вбачали функцію держави у неупередженому стеженні за дотриманням правил ринкової конкуренції усіма суб'єктами економічної діяльності. У той час, як кейнсіанці акцентували на державному регулюванні, неоліберали – на ринку, хоча обидві течії підтримували принципи конкуренції та приватної власності як основи ефективної економіки.

Цього ж принципу дотримувалися і прихильники інституційно-соціального напрямку у Франції. Ф. Перру, Ж. Маршалль, А. Маршалль, А. Лекайон й інші представники французького дирижизму ініціювали застосування у Франції індикативного планування, виступили з ідеєю прямого державного контролю над соціальними відносинами, зокрема врегулювання суперечностей між «соціальними групами».

У країнах, де домінувало кейнсіанство, також не всі вчені підтримували його основні положення. Альтернативою став процес «неокласичного відродження», сформувалася доктрина монетаризму на чолі з М. Фрідменом, що суттєво критикувала позиції кейнсіанців.

Незважаючи на це, у 1950–1960-х рр. в економічній думці Заходу спостерігалася певна теоретична єдність поглядів на базі так званого «неокласичного синтезу». Причиною його появи було те, що кейнсіанська теорія декларувала принцип втручання держави в економіку, але як вплив на один з ланцюгів економічного ринкового механізму, передбачаючи у подальшому саморегулювання. Неокласики ж, заперечуючи цей принцип, запропонували регулюючу силу держави зосередити на певних аспектах економічної діяльності, тобто допускали її часткове втручання в

економіку. Різниця полягала в тому, які об'єкти та межі втручання визначала та чи інша школа.

Неокласичний синтез, як течія в економічній теорії, зумовлений тією обставиною, що всі сучасні теорії спрямовані на дослідження економічних проблем одного порядку в країнах, які досягли певного ступеня розвитку, економіка яких однотипна і у яких склались умови для регулюючого впливу держави. Розвиток економіки визначає коло проблем, які має вирішити економічна теорія, а способи їхнього вирішення формулюються економічною думкою, виходячи з економічних можливостей суспільства.

П. Самуельсон відзначає, що переважна більшість економістів були згодні з висновками «неокласичного синтезу». В економічній теорії створились умови певної теоретичної рівноваги: сильний центр – кейнсіанство і його модифікація – доктрина «неокласичного синтезу»; зліва – інституціоналісти і дирижисти, справа – неокласики і неоліберали [4, с. 55].

Основною причиною домінування кейнсіанства в економічній думці Заходу була сприятлива кон'юнктура, тобто можливість у 1950–1960-х рр. еволюції кейнсіанства для гнучкого реагування на вимоги господарського та соціально-політичного життя. Проте початкові передумови кейнсіанства, що відповідали умовам попереднього історичного періоду, прийшли у суперечність із новими. Цей час, на нашу думку, можна вважати допарадигмальним періодом неоконсерватизму.

Становленню неоконсервативному сприяли декілька причин. У результаті швидкого економічного зростання у 1950–60-і роки у розвинених країнах склалися сприятливі передумови для відродження саморегульованого механізму ринкової конкуренції. У цей же час виявилася суперечність між вимогами цього механізму і межами державного втручання в економіку. В Західній Європі це втручання проявилось через наявність сильного державного сектора, зокрема у галузях важкої промисловості, енергетики, інфраструктури; розроблення і реалізацію різних індикативних планів і програм; регулювання трудових відносин (за участю держави, союзу підприємців і профспілок); регулювання ключових цін (особливо в енергетиці, на транспорті й у сільському господарстві) та зовнішньої торгівлі, рухи капіталу і валютного курсу; високий рівень оподаткування з метою підтримання системи соціального забезпечення, сфери соціальних послуг, фінансування програм економічної підтримки та розвитку тощо.

У США державний сектор був незначним, проте рівень оподаткування і соціальних витрат був високий, застосовувалося регулювання цін і фінансування багатьох програм, спостерігалася тенденція втручання держави у трудові відносини.

Уже з початку 1970-х рр. високі та відносно стійкі доходи більшості населення й зростання заощаджень скоротили потребу в соціальних програмах. Створені за потужної державної підтримки інфраструктура і реструктурована промисловість далі могли функціонувати самостійно на конкурентній основі. Відпала економічна необхідність у високих податках, жорсткому регулюванні цін і зовнішньої торгівлі, обширних програмах державної підтримки інвестицій. Активне втручання держави стало перешкодою ефективному функціонуванню системи ринкового саморегулювання. Жорстко регульований державою ринок не зміг гнучко реагувати на енергетичні та інші структурні кризи 1970-х років і опинився у стані стагфляції.

На початку 70-х рр. ХХ ст. одночасно спостерігалися сировинна, енергетична, структурна, валютна кризи та циклічне падіння виробництва. У 1973 р. склалися передумови для спаду економіки розвинених країн Заходу. Арабо-ізраїльська війна і нафтовий потенціал арабських країн, спрямований проти США та інших західних союзників Ізраїлю, викликали підвищення цін на нафту та енергоносії. Світова енергетична криза кінця 1973 р., спровокована політичними подіями і наступними економічними санкціями, характеризувалася підвищенням світових цін на нафту майже у 4 рази (з 3 до 11,65 долара за барель). Нафтова криза спричинила циклічну кризу капіталістичного господарства 1973–1975 рр. Її ознакою стала структурна криза господарства – падіння у нових галузях – електронній, аерокосмічній, а також банкрутство великих комерційних банків, залізничних компаній, балансування на межі банкрутства корпорацій в авіаційній, авіатранспортній та інших галузях. Крім того, «нафтова криза» швидко переросла у кризу енергетичну, оскільки після зростання нафтових цін почалося зростання цін на вугілля, газ, електроенергію. За енергетичною сировиною на світовому ринку подорожчала сировина взагалі, а ще раніше і продовольство, так що енергетична криза через механізм витрат викликала ланцюгову реакцію, породивши відповідно всесвітню сировинну і продовольчу кризи.

Особливостями циклічної кризи 1973–1975 рр. було поєднання скорочення виробництва та безробіття і неконтрольованої інфляції. В 1969 р. рівень безробіття у США перевищив 6 %, а під час кризи 1973–1975 рр. кількість повністю безробітних перевищила 9 % робочої сили. Зростання безробіття не призвело до зниження рівня заробітної плати. Уряд вдався до «заморожування» цін і заробітної плати на 3 місяці в 1971 р., у подальшому – до контролю за цінами. Однак замість прогнозованих 2,5 % рівень інфляції сягнув 8,2 % навесні 1973 р., у 1977 р. становив 6,5 %, у 1979 р. вже 13 %, а на початок 1980 р. досяг відмітки 18 %. Стагфляція виявилася несподіваною для більшості західних

економістів, адже колишні циклічні спади давали принципово іншу картину: перевиробництво споживчих та інвестиційних товарів викликало різке зниження зайнятості; водночас скрізь падали і ціни, полегшуючи тим самим перехід до нової фази з активнішою інвестиційною діяльністю. Але цього не спостерігали під час десятилітньої кризи 70–80-х рр. Таким чином, стагфляція поставила під сумнів багато теорій, зокрема кейнсіанське тлумачення кривої Філіпса. Під час економічної перевірки придатності цієї кривої для різних країн було встановлено, що у більшості високорозвинених держав у 1960-і рр. підвищене безробіття і висока інфляція були альтернативними ознаками. Однак у період стагфляції, починаючи з 1970 р., при різних співвідношеннях висока інфляція незмінно поєднувалася з підвищеним рівнем безробіття.

Грошово-кредитне регулювання згідно з принципами кейнсіанської теорії породжували інфляційні процеси у поєднанні зі зростанням витрат держбюджету. У середині 70-х рр. дефіцит федерального бюджету США становив понад 66 млрд. доларів, спостерігався також дефіцит зовнішньоторговельного балансу. У 1979 р. Федеральна резервна система США з метою обмеження грошової маси підвищила облікові ставки. Цей захід мав виключно короткотерміновий ефект, тому що жорстка грошово-кредитна політика спричинила черговий спад, передусім у автомобілебудуванні та житловому будівництві, а дефіцит бюджету склав майже 60 млрд. доларів. У 70-х рр. стали очевидними також труднощі, пов'язані зі збільшенням чисельності державного управлінського апарату та його бюрократизацією. Падіння загальних економічних показників безумовно позначилося на рівні особистих доходів населення, темпи зростання роздрібних цін зросли в різних країнах з розвинутою ринковою економікою у 2–3 рази.

Отже, у 70–80-их роках відбулися дві циклічні кризи: у 1973–1975 рр. спостерігали найбільше падіння виробництва і доходу за весь післявоєнний період; у 1980–1982 рр. – найтриваліший спад у післявоєнній історії.

У таких умовах у розвинених країнах світу (США, Великобританії, Франції, Японії тощо) відбувся перехід до нової системи управління економікою, яка отримала назву «неоконсерватизм». Місце нових лідерів західної економічної теорії поступово зайняли представники неоконсервативного напрямку. У його рамках виникли і стали провідними школи, яких не було раніше: американський монетаризм (М. Фрідмен, Д. Бруннер, Д. Мейзельман, А. Шварц та ін.), теорія економіки пропозиції (А. Лаффер, М. Фелдстайн), теорія раціональних очікувань (Р. Лукас, Т. Сарджент, Н. Уоллес, Ф. Кюдланд, Е. Прескотт). Утвердження неоконсерватизму відбулося також за рахунок краху соціалізму, що стався на рубежі 80-х і 90-х років. Зі зникненням світової системи соціалізму, де

основними були адміністративно-командні методи господарювання, сфера капіталізму розширилася за рахунок більше двох десятків країн і почала охоплювати практично весь світ.

Для неоконсерватизму розпочався період «нормальної науки». Положення неоконсервативних теорій відповідали реальним речовим та інституційним основам господарства, що склалися до кінця 1960-х. Тому монетаризм став провідною економічною теорією мейнстриму з кінця 1970-х – початку 1980-х років. Представники неоконсерватизму адаптували теорію з урахуванням змін у соціально-економічному розвитку та розвиткові економічної науки.

Позитивний внесок монетаризму в економічну теорію, насамперед, у теорію грошей, полягає у ретельному дослідженні механізму зворотного впливу грошового світу на товарний світ, монетарних інструментів і монетарної (грошової, валютної) політики на розвиток економіки. Монетарні концепції покладені в основу грошово-кредитної політики ряду країн як найважливішого важеля державного регулювання.

Значення теорії економіки пропозиції полягає в доведенні існування тісного зв'язку економічної теорії і політики, в розгляді проблеми оподаткування, розробці питань інфляційних очікувань, податкового стимулювання, виробничого нагромадження, розмежування функцій грошової та бюджетної політики.

Результати проведення ряду досліджень щодо розвитку американської економіки підтвердили теоретичну і практичну значимість теорії раціональних очікувань. Її представники запропонували засоби оцінювання макроекономічних функцій, що дають можливість описати поведінку неурядового сектора економіки і забезпечують адекватні результати за рахунок змін у режимі економічної політики. Доведено, що при оцінюванні та розрахунках результатів нової економічної політики держави (реформи податкової системи, зміни режиму зовнішньої торгівлі, здійснення грошово-кредитної політики, нової системи обмінних курсів тощо) необхідно обов'язково враховувати й ефект зміни раціональних очікувань.

У концепціях неоконсерватизму сформульовано стратегічні напрями державного регулювання: розширення функцій грошово-кредитного регулювання, керування неінфляційним зростанням грошової маси; визнання пріоритетності пропозиції, а приватного підприємництва – провідною рушійною силою економічного розвитку; дерегулювання певних сфер господарства, лібералізація антимонопольного законодавства, а також приватизації окремих секторів і сфер економіки; лібералізація податкової системи та перебудова бюджетного механізму, відмова від бюджетного впливу на виробничі процеси, зменшення бюджетних витрат;

скорочення соціальної інфраструктури та соціальних програм, зниження рівня соціальних виплат.

Неоконсерватори виступили проти кейнсіанської макроекономічної політики стабілізації економічного циклу, що припускає управління ефективним попитом за допомогою податково-бюджетної і грошово-кредитної політики з метою досягнення повної зайнятості та повного використання виробничих потужностей. Державне регулювання попиту порушує, на їхню думку, дію ринкових сил, а у довготерміновому періоді веде до посилення інфляційних тенденцій.

Слід виділити три взаємопов'язані базові припущення кейнсіанської теорії, які лідер монетаристів М. Фрідмен які вважав помилковими: 1) попит на гроші в умовах неповної зайнятості є надзвичайно нестійким; 2) рівновага при неповній зайнятості є довготривалою, а не короткотермівною, оскільки неповна зайнятість, згідно з Дж. М. Кейнсом, пояснюється не окремими вадами ринкового механізму, а фундаментальною вадою системи; 3) негнучкість цін і зарплат як реакція на хронічну неповну зайнятість веде до того, що короткотермінові коливання попиту викликають коливання виробництва і зайнятості. Всі ці припущення означають, що Дж. М. Кейнс у своїй теорії не довів, а припускав, що ринок – це нестійкий і негнучкий механізм.

Монетаристи заперечували кейнсіанський висновок про те, що без систематичного державного втручання ринок не здатний забезпечити ні повну зайнятість, ні стійке зростання, ні ефективний розподіл доходів.

Парадигма неоконсерватизму з початку 70-х рр. ХХ ст. стала не лише домінуючою теоретичною концепцією в економічній теорії, але й основою внутрішньої та зовнішньої політики. У 1976 р. кейнсіанство поступилося місцем монетаризму при розробленні системи міжнародних розрахунків: Ямайські угоди орієнтувалися на вільне плавання валют, спонтанне встановлення валютних курсів, що відповідало установам неокласичної теорії.

Після кризи 1974-1975 рр. уряд США відмовився від кейнсіанської концепції регулювання економіки. Під час правління президента Р. Рейгана в основу його економічної політики, яка отримала назву «рейганоміка», було покладено положення концепцій монетаризму та економіки пропозиції. Економічна стратегія «рейганоміки» була спрямована на розширення вільного підприємництва. Неоконсерватори здійснили конкретні заходи щодо перерозподілу функцій держави: було відмінено третину нормативів, положень та правових актів, які жорстко регламентували комерційну діяльність фірм.

У 1970-х рр. у Великобританії політика виходу економіки з кризи за допомогою впровадження неоконсервативної моделі державного регулювання, реалізована урядом консерваторів на чолі з М. Тетчер,

отримала назву «тетчеризм». Проголошені денационалізація і приватизація, дерегулювання, дебіюрократизація означали підтримку підприємницької ініціативи. Реформи торкнулися усіх сфер господарського життя країни. Уряд здійснював політику скорочення витрат і оподаткування, відмови в субсидіях підприємствам, що збанкрутували. Було вжито рішучих заходів щодо перебудови системи оподаткування з метою сприяння підприємницькій діяльності; створено програму заохочення конкуренції, яка сприяла створенню великої кількості малих і середніх підприємств. Це оздоровило економіку, збільшило прибутковість та обсяг інвестицій, а, отже, – зменшило безробіття. Основою проведення реформ у сфері грошового обігу, фінансів та банківської справи був монетаризм, відповідно до якого пропонувалося жорстке обмеження грошової маси в обігу. Досягти цього передбачалося послабленням податкового контролю за функціонуванням ринку, підвищенням ролі кредитно-грошових інститутів, радикальною зміною структури бюджетного механізму, що проявлялося у відході від прогресивного оподаткування приватних осіб та підприємств. Одним із найважливіших напрямів діяльності уряду М. Тетчер була боротьба з інфляцією. Суворо контролювалися темпи росту грошової маси в обігу, були скорочені позики, що надавалися державою приватному сектору, відмінено контроль над цінами та заробітною платою, підвищені ставки відсотка.

Аналогічні проблеми постали після проголошення незалежності української держави, що вимагало якісно нової парадигми, нової орієнтації у дослідженнях проблем соціально-економічного розвитку, однак потребувало часу для накопичення необхідної інформації, її осмислення та формулювання перших рекомендацій для політиків та урядовців. Перехід до ринкового господарювання здійснювався методом проб та помилок, за відсутності вироблених основ теорії перехідного періоду від планової до ринкової економіки і без попереднього ґрунтовного вирішення принципового питання про модель ринкового господарства, найпридатнішу для умов України. В офіційних документах часто спостерігається непослідовність у цьому відношенні. Незважаючи на це, у 2006 р. Україна визнана державою з ринковою економікою. Однак питання вибору конкретної моделі економічного розвитку на базі певної парадигми і сьогодні є актуальним.

В українській економіці на практиці реалізовувалися монетарні принципи макроекономічної політики. Грошова реформа відкрила перед вітчизняною економікою нові можливості та перспективи, стала важливою передумовою розбудови основ національної господарської системи. Найяскравішим прикладом застосування монетарних положень є грошово-кредитна політика, що реалізується НБУ, і за посередництва якої здійснюється вплив на очікування та поведінку економічних агентів. Тому

для грошово-кредитної політики важливе значення має теорія раціональних очікувань та розроблена у її межах концепція транспарентності. Проблеми транспарентності діяльності Центрального банку мають для України не лише теоретичне, а й практичне значення, що особливо яскраво проявилось під час криз 2008 і 2014 рр.

В Україні на момент отримання нею незалежності були присутні всі передумови для реформування податкової системи. Існуюча впродовж років незалежності податкова була недостатньо ефективна, призвела до утворення значного неофіційного сектора економіки, ухилинь від оподаткування, затримання податкових надходжень. Податкова система нашої країни перебувала в стані перманентного удосконалення й трансформації відповідно до бюджетних потреб та економічних умов розвитку. Проте в Україні так і не побудована ефективна податкова система, яка відповідає задекларованим принципам і вимогам сьогодення.

Оцінюючи роль і значення приватизації в Україні, слід зауважити, що вона стала фактично єдиним блоком макроекономічних реформ, які здійснювалися відносно динамічно. Процес роздержавлення майна в Україні здійснювався швидшими темпами порівняно з іншими складовими економічних ринкових перетворень (створення стабільного податкового законодавства, розвиток фондового ринку, дерегуляція та деполітизація економіки, зняття обмежень на реформування цілих галузей економіки). Без вирішення цих важливих проблем засобами лише приватизації неможливо домогтися суттєвих структурних зрушень в економіці держави та підвищити ефективність функціонування народного господарства України.

Міжнародні фінансові інститути – Міжнародний валютний фонд, Світовий банк, Європейський банк реконструкції та розвитку, через інститути іноземних радників-консультантів, через їхню програму «шокової терапії» принесли в економічну політику України парадигму неоконсерватизму як основної економічної теорії. На цьому шляху поряд із успіхами були й суттєві невдачі. Серед економістів, у тому числі й прихильників монетаризму, існує досить одностайна думка відносно того, що лібералізацію міжнародного руху капіталу в країнах, що розвиваються, потрібно дуже ретельно готувати. Зокрема в Україні лібералізація проходила до того, як були створені достатні передумови.

Отже, розглянувши розвиток економічної теорії у останній третині ХХ ст., можна стверджувати, що критичне оцінювання будь-якої теорії виникає практично одночасно з появою нового наукового напрямку. Розвиток неоконсерватизму є прикладом того, до яких результатів призводить наукова критика і як вона підвищує потенціал наукової теорії.

Неоконсервативна теорія, що брала за основу класичні уявлення, була адекватною проблемам зростаючої економіки. Вона дозволяла показати

дієвість державної політики з урахуванням нових, важливих для макроекономічного процесу обставин, що раніше не бралися до уваги, – поведінки домашніх господарств і фірм, які володіють повною інформацією про ринок і економічні заходи держави. Рекомендації неоконсерваторів успішно застосовувалися у 1980-х роках у ряді країн, а їхні прогнози виявлялися близькими до реальності.

У методології дослідження надзвичайно важливим є виявлення спільних і відмінних ознак між різними теоріями та напрямками сучасної економічної науки. З точки зору теоретичних передумов, покладених в основу макроекономічних теорій, у кейнсіанстві та неоконсерватизмі порізному вирішуються питання про повернення до рівноваги цін та заробітної плати за коливань попиту і пропозиції, про зв'язок темпів інфляції та безробіття, нейтральність грошей та ін.

Не дивлячись на всі спроби теоретиків мейнстріму врахувати новітні досягнення альтернативних шкіл і створити теорію, яка б задовольнила більшість західних економістів, нестійкість та широта розбіжностей за останні десятиліття у цілому зросли. Не припиняються суперечки за лідерство у середині самої неоконсервативної теорії (наприклад, між сучасними монетаристами і представниками нової класичної макроекономіки); все більше аргументів накопичується на боці теорій «економічної неортодоксії». Внутрішні конфлікти і нестійкість дають підставу багатьом дослідникам виступати із заявами про початок нової кризи західної економічної теорії.

Проте українські вчені А. А. Чухно, П. І. Юхименко та П. М. Леоненко вважають, «... що в найближчому майбутньому економічна наука не здійснить повороту до всеохоплюючої нової парадигми» [5, с. 749].

Таким чином, сучасну неокласику і мейнстрім, незважаючи на значну кількість фактів, які їм суперечать, поки що замінити фактично немає чим. І посткейнсіанці, і розробники неортодоксальних течій та шкіл у сфері мікро- чи макротеорії поки що ведуть мову про окремі деталі, які не складаються в єдину наукову систему.

Список використаних джерел:

1. Кун Т. Структура научних революцій / Т. Кун ; пер с англ. – М., 2002. – 608 с.
2. Рудакова И. Основное течение экономической теории : потенциал и научная критика / И. Рудакова // Вопросы экономики. – 2005. – № 9. – С. 21–35
3. Лакатош И. Фальсификация и методология научно-исследовательских программ / И. Лакатош. – М. : Медиум, 1995. – 238 с.
4. Худокормов А. Г. Экономическая теория : Новейшие течения Запада : учеб. пособие / А. Г. Худокормов. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 416 с. – (Учебники экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова)
5. Чухно А. А. Сучасні економічні теорії : підручник / А. А. Чухно, П. І. Юхименко, П. М. Леоненко. – К. : Знання, 2007. – 878 с.

Артеменко Л.Б., Ціх Г.В.

ОЦІНКА СТАНУ ТА ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКІСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ

За нинішніх умов глобальної конкуренції та світових інтеграційних процесів саме якість зростання економіки, якій притаманна ефективність використання наявних ресурсів, застосування нових технологій, підвищення добробуту населення стає реальним віддзеркаленням соціально-економічного розвитку країни. Жодній країні світу не вдалося досягнути високих темпів зміцнення економіки без радикального підвищення життєвих стандартів та належних інвестицій у людський капітал. Економічне зростання, з одного боку, виступає головною метою державної політики та індикатором добробуту країни, з іншого – параметри життєвого рівня зумовлені станом економічних реалій.

На початку третього тисячоліття науковці переглянули уявлення про процес економічного розвитку, з нових позицій аналізується та оцінюється взаємозв'язок економічного розвитку і економічного зростання. У провідних дослідницьких джерелах концепція економічного розвитку почала протиставлятися економічному зростанню, одночасно привносити якісні індикатори в економічну модель і показувати значення інноваційного потенціалу, здатного в певних ситуаціях компенсувати відсутність суттєвого «економічного зростання» або навіть економічну деградацію. Проте, воно залишається незмінною та незаперечною передумовою зменшення бідності і головною метою економічного розвитку. Це категорія кількісного порядку, що відображає збільшення об'ємних показників галузей регіонів країни (обсягів виробництва у промисловості, сільському господарстві тощо), а також валового внутрішнього продукту як загалом, так і на одну особу, зокрема. Економічний розвиток – категорія якісного порядку, яка окрім зростання кінцевого продукту, включає соціальний та екологічний ефект. Тобто розвиток передбачає появи чогось нового на довгострокову перспективу функціонування економіки, коли всі параметри системи, що характеризують ринкові пропозиції реагують на зміну тих економічних індикаторів, які відображають попит (грошові доходи виробників і витрати споживачів, рівень ринкових цін). Отже, економічне зростання можна трактувати як позитивну складову економічної динаміки і як критерій економічного розвитку. При цьому не всяке економічне зростання еквівалентне його реальному зростанню: так, якщо простежується фактичне зростання, але одночасно спостерігається фізичний і моральний

износ основних фондів та зниження якості робочої сили, кваліфікації, здоров'я, рівня життя, то в довготерміновому часі такий розвиток призведе до падіння потенціалу національної економіки та її деградації.

Таким чином у широкому розумінні економічне зростання – багатofакторний процес у рамках відтворення економічної системи, що полягає в досягненні динамічних кількісних та якісних змін у добробуті та національному багатстві, розвитку економіки держави під впливом екзогенних та ендегенних факторів економічного, соціального, організаційного, структурного, інституційного характеру. Економічний розвиток – багатовимірний процес інтегрованих структурних перетворень економічної системи на інноваційній основі, що включає докорінні трансформації матеріального базису та сукупності відносин суспільного життя.

Вирішенню гострих проблем сучасності (забезпечення темпів економічного зростання, пошуку можливостей оптимізації структурних зрушень у господарських системах, ефективного використання національних ресурсів, якості економічного зростання) присвячено багато наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема В. Безуглої, А. Гальчинського, Б. Данилишина, Н. Лутчиної, Р. Дорнбуша, Л. Сімківа, С. Фішера, Я. Жаліло та інші.

У сучасній економічній літературі існують різні підходи до розкриття визначення категорії «економічне зростання». Одні науковці трактують його з позиції зростаючої здатності економіки до реалізації своїх виробничих можливостей, інші - як збільшення можливостей економіки задовольнити зростаючі потреби населення в товарах і послугах, треті - враховують динамізм і неперервні коливання процесу відтворення, що змінюють один одного [1, с. 13].

Зарубіжні науковці, зокрема Р. Дорнбуш та С. Фішер визначають економічне зростання з позиції приросту базового макроекономічного показника – реального ВВП [2, с. 21]. Окремі дослідники, такі як В. Томас, А. Дарешвар, Д. Кауфман, пропонують оцінювати економічне зростання у контексті показників розвитку людського потенціалу, а саме за такими критеріями, як зниження дитячої смертності, скорочення неписьменності серед дорослого населення, зростання тривалості життя [3, с. 258]. Досліджуючи парадигму характерних рис економічного зростання, О. Безугла наголошує на тому, що його можна визначити як стійке в часі, територіально збалансоване кількісне збільшення та структурно-інноваційне вдосконалення результатів виробництва у вигляді вироблених товарів і наданих послуг, що відбувається пропорційно за всіма галузями економіки та базується на оптимізації відтворювальних процесів [4, с. 163].

Відповідно до етапів розвитку економічної системи, впливу факторів та динаміки структурних змін економіки регіонів економічному зростанню можна дати різну характеристику.

В умовах індустріального способу виробництва одна частина факторів системи втрачає значення, інша – зазнає відповідної трансформації, цій стадії розвитку притаманне як екстенсивний, так і інтенсивний тип економічного зростання. У результаті раціонального використання факторів виробництва відбувається перерозподіл ресурсів в економіці, що характеризується збалансованістю й пропорційністю її структури. Структуроутворюючими факторами в економіці виступають природний і виробничий капітал.

У постіндустріальну епоху відбувається якісна зміна праці, значно підвищуються вимоги до професійної підготовки особистості, здійснюються інвестиції у людський капітал, зростає значимість конкуренції та підприємницьких здібностей. Ця стадія розвитку економічної системи характеризується як інтенсивно – інноваційна, якій властива вища якість економічного зростання внаслідок підвищення конкурентоспроможності продукції та якості життя. У результаті використання якісно нових індикаторів структура економіки стає збалансованою, ліквідуються неефективні галузі й з'являються нові, з вищою продуктивністю і якісно новими параметрами. Структуроутворюючими чинниками в економіці слугують виробничий і людський капітал.

Вища якість економічного зростання властива для більш зрілої стадії розвитку постіндустріального суспільства. Їй притаманне інтенсивно-інформаційне зростання, що досягається за рахунок підвищення ефективності економіки на основі інвестицій у людину як виробника й споживача всього доступного спектра матеріальних і духовних багатств. Наслідок таких змін – освіта та наука перетворюються в ключові сфери економіки, що призводить до кардинальних трансформаційних змін у національному господарстві.

Залежно від факторів, що впливають на процес економічного зростання, визначаються рівень і динаміка змін, тип економічного зростання, ефективність суспільного відтворення. Отже, зі зміною впливу чинників відбувається зміна характеру економічного зростання. В економічній літературі зустрічається різне трактування факторів економічного зростання: умови приросту ВВП; ресурси, залучені в процес виробництва; джерела економічного зростання; базові елементи потенціалу зростання. Представники різних шкіл та течій досліджували ці питання, акцентуючи увагу на впливі тих чи інших факторів на розвиток економіки протягом певних часових інтервалів і в певних просторових

рамках, способах їх раціонального поєднання і пошуку нових джерел зростання.

Аналіз еволюції поглядів на систему чинників економічного зростання, існуючі підходи до їх класифікації дозволяють систематизувати та виділити такі класифікаційні ознаки типології факторів (табл. 1).

Історії відомі приклади країн, які домоглися збільшення або навіть подвоєння ВВП упродовж десяти років. Динаміка країн досягалася за рахунок різних чинників: одні – шляхом видобутку й експорту енергоресурсів (ОАЕ, Саудівська Аравія), другі – внаслідок нарощування експорто-орієнтованих наукомістких галузей (Гонконг, Малайзія, Сінгапур), треті – завдяки розвитку туризму (деякі азіатські країни). При цьому всі вони мали спільну характерну рису – залучення значних обсягів іноземного капіталу.

Таблиця 1

Класифікаційні ознаки типології факторів економічного зростання*

№ п/п	Класифікаційна ознака	Зміст факторів економічного зростання
1.	Сфера виникнення	Попит – рівень цін, споживчі, державні видатки, чистий експорт. Пропозиції – кількість і якість природних та трудових ресурсів, обсяг і структура основного капіталу, рівень розвитку технологій та підприємництва. Розподіл – раціональність і повнота залучення ресурсів та ефективність їх використання, рівень податків, ступінь монополізації економіки.
2.	Сфера походження	Зовнішні (екзогенні) – знаходяться за межами даної економічної системи: динаміка населення, міграція, політичні події, зміни цін на нафту, сучасні тенденції глобалізації та концентрації капіталу, зростання ролі транснаціональних корпорацій, посилення спеціалізації та інтеграції. Внутрішні (ендогенні) – властиві даній економічній системі: споживання, інвестиції, людський капітал, впровадження нових технологій.
3.	Спосіб впливу на економічне зростання	Прямі – збільшення обсягу та оптимізація структури капіталу, праці, природних ресурсів, зростання підприємницьких здібностей в суспільстві, вдосконалення технологій та організації виробництва. Непрямі – стимулюють або обмежують реалізацію потенціалу: ступінь монополізації ринку, система розподілу доходів.
4.	Напрямок впливу	Позитивні (фактори, що прискорюють зростання). Негативні (фактори, що стримують зростання).
5.	Термін дії	Короткострокові – діють строком до одного року (зниження цін на ресурси, зниження ставки рефінансування). Середньострокові – діють протягом одного-п'яти років (відкриття нових родовищ, зміна потреб). Довгострокові – діють протягом тривалого періоду часу (зміна структури торгівлі і галузевої структури економіки).

Продовження таблиці 1

6.	Тип економічного зростання	Екстенсивні – спрямовані на збільшення обсягів виробництва при незмінних техніко-технологічних і кваліфікаційних параметрах. Інтенсивні – забезпечують збільшення обсягів виробництва за рахунок підвищення ефективності використання функціонуючих ресурсів.
7.	Рівень регулювання	Макрорівень (інституціональні фактори, розробка законів, норм та стандартів, економічна політика). Мезорівень (природні та кліматичні особливості регіонів, галузева структура економіки). Мікрорівень (ефективність виробництва і розподілу ресурсів на рівні підприємств, стадія його життєвого циклу, система організації управління, рівень платоспроможності і ліквідності підприємств).
8.	Ступінь змінності в рамках даного типу та рівня господарства	Умовно-постійні – природно-кліматичні ресурси, стан основних засобів, структура економіки. Змінні – політичний лад, законодавча сфера, система оподаткування.
9.	Сфера прояву	Економічні (виробництва, сукупного попиту, зовнішньо-економічні). Неекономічні (соціальні, географічні, військово-політичні, екологічні, культурні, психологічні).
10.	Рівень охоплення	Інтегральні – фактори, які впливають одночасно на декілька параметрів економічного зростання. Селективні – фактори, які впливають на один параметр економічного зростання.

*Примітка. Узагальнено автором за результатами проведених досліджень [5, с. 121; 6, с. 165]

На межі XXI століття в науковій літературі виникають проблемні дискусії стосовно розуміння змісту та наповнення економічного зростання як якісної характеристики. Постановка такої проблеми багатоаспектна, вона включає необхідність аналізу факторів та джерел наповнення, динаміку, соціальну результативність, державну політику, спрямовану на його забезпечення.

У сучасних наукових дослідженнях відбулася переоцінка чинників економічного зростання, опубліковано низку якісно нових теоретичних моделей, у яких науково-технічний прогрес виступає в ролі одного з провідних факторів економічного зростання, обґрунтовується необхідність технологічних змін, які індукують зростання економіки на якісній і динамічній основі таких ресурсів як інформація, людський капітал та інновації. Найбільше поширення здобула ендогенна теорія зростання. Основна її ідея полягає в тому, що ендогенність технічних змін пов'язана з людським капіталом (він характеризує обсяг і дієвість знань, практичний досвід людини, її творчий потенціал, розвиток системи неперервної освіти)

та державною політикою стимулювання наукових досліджень. «Нова теорія зростання» запропонована П. Ромером та Р. Лукасом пояснює механізми економічної динаміки як зростаючу суспільну віддачу, що є результатом грошових коштів, вкладених у науково-технічні нововведення та людський капітал. Мова йде про те, що сумарний ефект від таких інвестицій отримують як безпосередні учасники процесу, так і суспільство загалом. Таким чином ідентифікується принципово важливе джерело економічного зростання – знання і професіоналізм і, відповідно, позитивно визначається економічна роль не матеріалізованих параметрів – інформаційних, інтелектуальних, мотиваційних та інших соціальних ресурсів.

Так, В.Є. Воротін серед чинників відокремлює групу факторів використання інноваційного потенціалу країни, інвестиційні та такі, які впливають на мобільність економіки, її спроможність реагувати на зміни в обсягах та структурі суспільних потреб у поточному та майбутніх періодах [7]. На думку Н. П. Лутчин, якість економічного зростання – це сукупність властивостей і ознак, що сприяють тенденції збільшення обсягу виробництва і результатів цього процесу. Щодо оцінки складових якості економічного зростання, то на думку автора, вона має здійснюватися з позиції інтересів суб'єктів мікро- та макrorівня. З цього слідує, що дослідження закономірностей якості економічного зростання на рівні регіонів повинно включати два взаємопов'язані етапи: 1) вимірювання і оцінка якості процесу зростання; 2) дослідження якості результатів з позицій задоволення суб'єктів макrorівня на території регіонів за визначений проміжок часу [8, с. 32].

Дослідження питання якості економічного зростання країн характерне для різних шкіл, напрямів та течій економічної думки, проте загальноприйнятого підходу та відображення його якимось одним показником не існує, зважаючи на багатогранність даної наукової категорії. Існують точки зору щодо визначення та оцінки його якості, які враховують один із параметрів: оцінка якості та конкурентоспроможності кінцевої продукції, якості використаних ресурсів, через призму затрат та результатів відтворювального процесу, врахування соціальних параметрів. Такі підходи враховують одну із характеристик – технологічну, структурну, соціальну, що не дає повної уяви про глибину змісту даного явища. Для повноти і комплексності відображення необхідна цілісна система індикаторів виміру, яка повинна бути представлена інтегральним показником у якості вектору техніко-економічної та соціальної ефективності. Ключовою сентенцією у цьому контексті можна вважати твердження, що якість зростання визначається структурними та інституціональними зрушеннями в економіці в руслі загальносвітової

практики і в центрі такої парадигми стоїть людська особистість із притаманними їй потребами та інтересами.

Взаємозв'язки між зростанням ВВП та зміною параметрів людського розвитку було викладено у дослідженні американського вченого В. Істерлі «Життя протягом зростання» (1999 р.). У роботі проаналізовано 81 індикатор людського розвитку і виявлено, що менше десятої частини з них покращується внаслідок економічного зростання. Така ж їх частка має тенденцію до погіршення, а досить значна кількість взагалі не демонструє якогось значного взаємозв'язку із динамікою ВВП на душу населення [9].

У сучасних умовах визначальним чинником радикальних інноваційних зрушень у світовій економіці є інвестиції в людський капітал. Інноваційні процеси змінюють технологію, завдяки використанню в якості прямої продуктивної сили головної особливості людини – спроможність генерувати нові знання. Так, Нобелівський лауреат Р. Лукас у праці «Механізм економічного розвитку» (1988 р.) стверджував, що людський капітал виступає окремим фактором економічного зростання, його акумулювання та ефективне використання є передумовою підвищення життєвих стандартів [10].

Одним із найбільш поширених підходів до оцінювання якості економічного зростання є метод, розроблений у рамках Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй. Дана методика передбачає розрахунок індексу розвитку людського потенціалу (ІРЛП) на основі трьох компонентних показників:

Індекс валового національного доходу: оцінка гідного рівня життя, вимірюваний величиною ВВП на душу населення в доларах США за паритетом купівельної спроможності (ПКС);

Індекс освіти: доступ до освіти, вимірюваний середньою очікуваною тривалістю навчання дітей шкільного віку та середньою тривалістю навчання дорослого населення;

Індекс очікуваної тривалості життя: оцінка здоров'я та довголіття, вимірюваний показником середньої очікуваної тривалості життя.

З 2010 р. експерти ООН розраховують також оновлений варіант ІРЛП із врахуванням чинника нерівності в розподілі доходів у країні, скоригований на нерівність (ІРЛПН), який свідчить про такий рівень ІРЛП, який був би досягнутий кожним членом суспільства за умови рівномірного розподілу благ [11].

Особливо значущої ваги та необхідності забезпечення якісного економічного зростання набувають в Україні, адже національна економіка за всі роки незалежності не лише не відновила свій виробничий потенціал, а й значно втратила ті ознаки соціальної держави, які були притаманні їй за радянських часів. Деформаційні процеси у структурі споживання,

мотивацій, соціальній сфері залишаються нерозв'язаними. Внаслідок чого виникає необхідність формування цілісного макроекономічного бачення, що обумовлює актуальність дослідження основних структурних трансформацій, їх суперечностей та проблем у контексті пошуку шляхів формування надійної бази забезпечення позитивної економічної динаміки.

Проаналізуємо стан якості економічного розвитку в Україні за світовими критеріями і показниками, щоб пересвідчитись, що існуюча модель є деградаційною і неспроможна вирішити таку задачу, а тому потребує кардинальних змін.

У 2014 році країна посіла 83 місце з 187 країн за критеріями індексу розвитку людського потенціалу в компанії таких країн, як Перу та Беліз і, у порівнянні з попереднім роком, опустилася на п'ять сходинок.

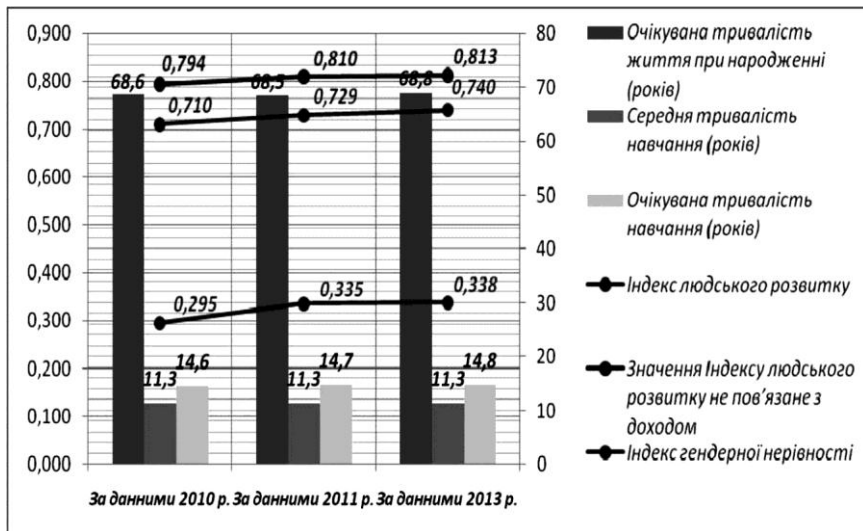


Рис. 1. Аналіз динаміки показників людського розвитку в період з 2010 по 2013 рр. [12, с. 162]

Втрата Україною позицій у рейтингу при збереженні тенденцій до підвищення абсолютного значення індексу людського розвитку частково пояснюється включенням до списку країн, щодо яких раніше розрахунки не проводилися (зокрема таких, як Гренада, Ліван, Куба, Сейшельські острови, Сент-Кітс), та частково – вищими темпами зростання цих показників у країнах з високим рівнем людського розвитку (таких як Грузія, Венесуела, Перу, Іран).

Як видно (рис.1) індекс людського розвитку в Україні поступово зростає, склавши 0,729 у 2011 році та 0,740 у 2013 році. Проте такий процес обумовлений чинниками, які не пов'язані із зміною доходу, а за рахунок незначного підвищення середньої очікуваної тривалості життя та тривалості навчання. Водночас, протягом останніх років спостерігається зменшення ВВП на душу населення (за паритетом купівельної спроможності), згорання економічної активності населення, збільшення гендерної нерівності в суспільстві. Варто також зазначити, що зростання абсолютного значення індексу людського розвитку в Україні супроводжувалося одночасним падінням рейтингу країни за цим показником на міжнародній арені. Загалом, динаміка значення ІЛР України за період з 1990 до 2013 рр. свідчить про його зростання з 0,705 до 0,734, або приблизно на 0,15 % щорічно. Моніторинг динаміки України за кожним із показників ІЛР на протязі цього періоду показує, що очікувана тривалість життя при народженні зменшилася на 0,8 року, середня тривалість навчання зросла на 3,9 року [13].

Для характеристики України в регіональному розрізі з позиції людського розвитку використовують такі показники, як: чисельність та середній вік населення в регіоні, статево-віковий склад, стаж працюючих, кон'юнктура ринку праці. Інститут демографії та соціальних досліджень Національної академії наук у співпраці із фахівцями Державної служби статистики розробили методіку, яка передбачає розрахунок інтегрального індексу людського розвитку. Національна методика обчислення індексу людського розвитку має ряд переваг у порівнянні з міжнародною. По-перше, вона включає до розрахунків такі важливі індикатори як стан соціального середовища, розвиток ринку праці, демографічну ситуацію, умови проживання населення, що є беззаперечним відображенням рівня задоволення важливих матеріальних та духовних потреб людини. По-друге, оцінка матеріального добробуту чутливіша до нерівномірності й диспропорцій між різними групами верст населення, що впливає як на якість життя окремих людей, так і на рівень розвитку країни в цілому. По-третє, передбачає включення індикатора екологічного стану, тобто враховує глобальні виклики. Проте, розрахунок індексу людського розвитку дозволяє оцінити лише досягнутий рівень добробуту людей на конкретний момент часу і не враховує ряд параметрів, що обмежують можливості розвитку наступних поколінь. У контексті індексу людського розвитку в Україні яскраво виражені регіональні асиметрії за економічним потенціалом територій, екологічною ситуацією; загрозливою є диференціація населення за рівнем доступності матеріальних та духовних благ. Така розбіжність розвитку породжує тенденції, що є потенційним джерелом економічної та соціальної нестабільності в країні, стимулює

соціально розшарування та маргіналізацію суспільства. Тому нерівномірність розвитку регіонів, територіальна поляризація потребують розроблення заходів щодо їх усунення та створення тотожних рівнів якості життя населення.

Ідеальна сучасна держава, на думку експертів ООН, – та, в якій людина в середньому живе 83 роки, дитина навчається щонайменше 20 років, що дозволило б такій віртуальній країні мати ІЛР на рівні одиниці. Проте, всього шість національних світових економік демонструють близький рівень індексу за останні п'ять років: рівень не нижче 0,9 ІЛР характерний для Австралії, Нідерландів, Німеччини, Швейцарії та США.

У минулому році Україна за даними Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum) зайняла 31 позицію серед 124 країн світу за рейтинговою оцінкою розвитку людського капіталу. Сильні позиції нашої країни пов'язані з освітнім напрямком. Зокрема, 100 % населення України здобуває початкову освіту, що забезпечує нам у всіх вікових групах світову першість за цією складовою. У той же час, наша держава значно відстає за параметрами, що характеризують процес реалізації людського капіталу. Рівень інвестування компаній у навчання, підвищення кваліфікації співробітників низький, про що свідчить 82 позиція в рейтингу. Суттєве відставання простежується і за очікуваною тривалістю здорового життя: в українців після 65 років здорове, активне і продуктивне життя відсутнє. Під здоровим життям розуміється здатність людини продовжувати працювати фізично і розумово. Для прикладу, у Фінляндії воно становить – 71, у США – 70 років [14]. Тому стає зрозумілим, що за умови збереження сучасного стану економіки, охорони здоров'я, медицини – наша країна, географічно знаходячись у Європі, надалі поступатиметься у світових рейтингах менш розвиненим країнам світу.

За часи незалежності України в економічному розвитку простежуються і динамічні процеси. Так, за період 2000 – 2008 рр. в країні відбувалося зростання ВВП як екстенсивним, так і інтенсивним шляхом. Реальні темпи зростання були вищі у 3 рази (в середньому 6,9 %), порівняно з такими потужними країнами світу як США – 2,3 %, Японія – 1,4 %, ЄС – 2,2 % [15, с. 33]. Основними джерелами економічного зростання у цей період можна назвати такі фактори, як підвищення внутрішнього попиту на товари і послуги за рахунок збільшення реальних доходів населення, розширення експортних ринків, нарощення обсягів виробництва в обробній промисловості, сільському господарстві. Активізація внутрішнього споживчого попиту була забезпечена банківськими кредитами, який за період (2005 – 2008 рр.) перебрав на себе функції головного рушія зростання ВВП та забезпечував левову частку приросту валової доданої вартості. Тобто такі результати підтверджують незначний

рівень конкурентоспроможності економіки регіонів, слабку диверсифікацію та існування значних диспропорцій. Динаміка розвитку України не супроводжувалася суттєвими якісними структурними змінами в регіонах, прискорювався рух до статусу сировинної держави та залишалися у стані стагнації деякі регіони. Тому досягнутий результат кількісного зростання ВВП свідчить про примітивізацію економіки і не може розглядатися як реальні позитивні зрушення в економіці, які здатні створити економічне підґрунтя для забезпечення ефективності соціально-економічного розвитку.

На нинішній час економіка України перебуває в кризовому стані – у так званому процесі стафляції, що одночасно характеризується стагнацією виробництва та інфляцією, невирішеними залишаються системні суперечності. Падіння обсягів виробництва за останні роки пояснюється зменшенням попиту, що викликане падінням рівня купівельної спроможності населення. Стрімка інфляція на тлі глибокої девальвації гривні сильно знизила доходи населення, а, відповідно, і обсяги роздрібної торгівлі, інвестиції домогосподарств, що негативно позначилося на макроекономічних показниках. Продуктивність української економіки залишається вкрай низькою: загальний обсяг ВВП та питома його величина в розрахунку на душу населення поки не досягли до кризового рівня 1990 р.

За даними 2015 року ВВП на душу населення становить близько \$2 тис. Водночас, наприклад, у Нігерії цей показник складає \$2,2 тис., у Польщі – \$15 тис. [16]. За рівнем середньодушових доходів, Україна посідає місце регіонального аутсайдера. Серед областей України беззаперечним лідером у загальному обсязі виробництва ВВП та його частці є м. Київ – 275,6 млрд. дол. (18,9 % від загального обсягу ВВП країни). Вагомі результати демонстрували Донецька – 170,7 млрд. дол. (11,7 %) та Дніпропетровська (147,9 млрд. грн.) області. Наприкінці списку – Волинська – 20,0 млрд. грн. (1,4 %), Тернопільська – 17,9 млрд. грн. (1,2 %) і Чернівецька – 13,1 млрд. грн. (0,9 %) області [17].

Значний вплив на забезпечення якісного економічного зростання в Україні та формування належних соціальних стандартів життя населення здійснює чинник поширення бідності в країні. Людей, які живуть за межею бідності, раніше відносили до тих, хто мав грошові кошти в сумі \$1,25 на день. Нині межа бідності починається з доходів, менших \$1,9 (Світовий банк підвищив денний прожитковий мінімум), тобто прожитковий мінімум майже у 2 долари на день недоступний для 7 мільйонів громадян України.

Якщо за критерій бідності населення розглядати розмір отримуваних доходів порівняно з гарантованими державою соціальними стандартами

(прожитковий мінімум, мінімальна заробітна плата), а також частку витрат на харчування в структурі сукупних споживчих видатків, то можна впевнено констатувати про абсолютну неможливість більшості українських громадян забезпечувати високий рівень та якість свого життя. Найбільш вагомою статтею сукупних витрат українських домогосподарств становлять витрати на харчування – їх частка складає приблизно 52 % (критичним індикатором частки таких видатків у міжнародній практиці вважається показник у 60 %). Нині бідність перетворилася на один із найважливіших чинників формування соціальної напруги і нестабільності в суспільстві, зниження народжуваності, погіршення стану здоров'я та зростання смертності, фактично стала нездоланною перепоною на шляху динамічного соціально-економічного розвитку України.

Очевидно, вкрай низькі доходи населення в Україні, порівняно із світовими країнами, негативно впливають і на інші компоненти розвитку людського капіталу, зокрема показники здоров'я нації, медичне забезпечення, купівельну спроможність. Так, купівельна спроможність та рівень життя населення протягом 2008-2015 років зменшилась від 1,5 до 2,5 разів [18], враховуючи суттєву розбалансованість між динамікою зростання цін на продукти харчування, комунальні послуги та заробітних плат.

Залишається значною і диференціація рівня оплати праці найманих працівників різних видів економічної діяльності та регіонів. Привертає увагу те, що високі рівні заробітної плати спостерігаються у сфері надання послуг (фінансових, транспортних, посередницьких), а не в сфері матеріального виробництва. Дані Держслужби статистики свідчать, що найвищі зарплати зафіксовано у виробництві продуктів нафто-перероблення, в сфері добування паливно-енергетичних корисних копалин та авіаперевезень, найнижчі – у працівників поштової діяльності, у сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги. Асиметричність розподілу грошових доходів населення України має аномальний характер. Пояснюється це, насамперед, зниженням кількості людей із середнім рівнем доходів, так званий «середній» клас, в якому перебували такі професійні групи населення, як інженери, лікарі, вчителі, науковці. Вони відігравали стабілізаційну роль у суспільстві, а нині опинилися в категорії «нових бідних», що свідчить про неспроможність заробітної плати бути надійною основою відтворення населення України.

Одним зі статистичних інструментів, що дають змогу виміряти ступінь рівності суспільства з погляду доходів, накопичених багатств є індекс Джині, який у 1912 році розробив італійський статистик Коррадо Джині. Його значення може змінюватися в межах від нуля до одиниці, де нуль означає повну рівність, а одиниця, відповідно, абсолютну нерівність. У

світової практиці він становить 0,45-0,5. За результатами дослідження Credit Suisse, індекс Джині для України 2013 року становив 0,90, що свідчить про наближення впритул до абсолютної нерівності. У світовому рейтингу Україну обігнала лише Росія із найвищим показником у світі – 0,93 [19].

Також спостерігається продовження тенденції зниження частки видатків державного бюджету на науку до ВВП: у 2008 та 2010 рр. – відповідно 0,47 % та 0,43 %. Бюджетні витрати на науку у 2016 р. мають становити менше, ніж 0,4 % загальних витрат державного бюджету України (або приблизно 0,15 % ВВП) [20]. Фінансування української науки на нинішньому етапі залишається доволі проблемним питанням. З одного боку, в умовах АТО збільшуються витрати на обороноздатність держави, економічне падіння в умовах дефіцитності бюджету не дають змоги достатньою мірою фінансувати вітчизняну науку за рахунок державних коштів, з іншого – брак таких видатків може призвести до незворотних процесів, пов'язаних із не спроможністю творчої реалізації інтелектуального потенціалу та вимушеній трудовій міграції, зниженню мотиваційних стимулів до праці.

Ще одним показником, який може слугувати індикатором якості економічного зростання є індекс якості життя. Це – комплексний показник, який характеризує рівень суспільного розвитку, якого досягла країна і розраховується за визначеними критеріями. Такими критеріями є вартість життя, відпочинок і культура, економіка, інфраструктура, навколишнє середовище, свобода, здоров'я, ризик, безпека і клімат. У міжнародній статистиці середню очікувану тривалість майбутнього життя прийнято вважати комплексним показником оцінки стану здоров'я населення, що є більш надійним показником у порівнянні з показником загальної смертності. На сьогодні, за оцінками експертів, якість медичних послуг в Україні не відповідає вимогам часу. Диспропорції також виявляються в тому, що 80 % медичних послуг споживає 20 % найбільш забезпечених громадян, а значна частина населення взагалі не може отримати необхідну медичну допомогу. За даними «Світової статистики охорони здоров'я 2014» [21] очікувана тривалість життя населення України за період незалежності зросла тільки на один рік з 70 років до 71 року. Для порівняння, за цей же проміжок часу, у середньому в світі вона зросла на 6 років. На нашу думку, – це показник, який притаманний простому відтворенню капіталу здоров'я населення України і є проявом чинника деградації, оскільки його незмінні якісні параметри вже не відповідають вимогам цивілізаційного розвитку.

Одним із найбільш важливих чинників розвитку української економіки на 2016 р. і на більш віддалену перспективу лишатиметься військово-

політичний конфлікт на Донбасі. Протягом минулого року його негативний вплив на вітчизняну економіку проявлявся в неритмічній роботі багатьох українських підприємств або їх зупинці, руйнуванні мережі господарських зв'язків, зменшенні довіри інвесторів, формуванні атмосфери невизначеності у сфері підприємницької діяльності, а також державного й місцевого управління. На тлі загальноукраїнського економічного спаду найбільше скорочення обсягів промислового виробництва у січні – жовтні 2015 р., порівняно з аналогічним періодом попереднього року, спостерігалось на підконтрольних Україні територіях Донецької (-37,7 %) і Луганської (-74,0 %) областей. Якщо ж оцінювати динаміку промислового виробництва з точки зору процесу економічного відтворення в Україні, то слід зазначити, що в минулому році відносно краще працювали ті галузі, що були орієнтовані на виробництво споживчих товарів короткострокового використання і товарів проміжного споживання.

Беручи до уваги зазначені позиції показників та індикаторів нашої держави, за методологією МВФ, Україна входить до клубу найбідніших держав (≤ 2 тис. дол. ВВП на душу населення), економіка яких розвивається за рахунок природних ресурсів та низько кваліфікованої робочої сили, а також в топ - 3 лузерів із 188 країн за темпами приросту економіки: у 2014 р. – з падінням економіки на 6,8 % - другий найгірший результат у світі (після Лівії), у 2015 р. «мінус» - 9 % - третій найгірший результат (після Екваторіальної Гвінеї та Сієра-Ліоне) [22]. При цьому незрозумілим стає логічне пояснення падіння економіки України на 9 % при скороченні промисловості більше, ніж на 20 % (базової галузі економіки, які забезпечують формування ВВП) та зниженні об'ємів роздрібної торгівлі на чверть. Реальне падіння економіки компенсувалося зростанням роздрібних цін на товари та послуги і сплатою підприємствами, громадянами країни збільшеного обсягу податків і зборів, тобто ВВП штучно роздувся, що суперечить самій природі його формування та меті підрахунку. І причина таких «анти-рекордів» - не системний або імітаційний характер українських реформ.

Сучасна економіка України переживає важкий і болісний період системних змін, який супроводжується, як уже зазначалося, наростанням негативних тенденцій у соціальній сфері, погіршенням умов життя населення, різким посиленням диференціації доходів. На тлі економічної кризи в нашій країні загострилися дискусії щодо векторів розвитку економіки, шляхів подальшого вдосконалення економічних реформ, що проводяться, а також пошуку можливих локомотивів зростання. Для України забезпечення якості зростання є ключовим питанням розвитку, вирішення якого передбачає подолання надмірної соціальної

диференціації, вирішення проблем бідності й зниження тривалості життя, обмеження надмірної експлуатації природного й людського потенціалів національної економіки й формування інституційного середовища, яке стимулює такий розвиток. Практика інших держав засвідчує, що при умові, спрямування структурних змін економіки на розвиток наукоємних галузей та інформаційних технологій, вони стають запорукою досягнення якісного економічного зростання. У свою чергу, новітні технології стають факторами економічної динаміки тільки за умови наявності відповідних людських ресурсів, їх знань, компетенції та професійності.

На думку А.С. Гальчинського, в сучасному світі поняття «економічний розвиток» позиціонується, в першу чергу, як розвиток сутнісних сил людини, накопичення багатства особистості, її творчого потенціалу. Найбільш принципові зміни в нинішньому економічному процесі концентруються на теренах трансформаційного процесу, а саме: перетворення соціального і людського капіталу в основний виробничий ресурс інформації та знань – в домінуючу інтелектуальну форму власності та визначальну форму багатства суспільства; першочерговості пост матеріальних потреб; домінантності творчої праці, самореалізації особистості. Тобто, мова йде про якісно новий генотип економічного розвитку [23]. Відповідно актуалізується необхідність розгляду підвищення рівня розвитку людського капіталу в якості критерія структуризації національної економіки в напрямі забезпечення її інноваційності та надання їй рис економіки знань, яка здатна генерувати багатство та удосконалювати технологічну, соціальну, інституційну структури економіки.

Еволюція економічного зростання – це трансформація адаптивного типу економічного зростання в інноваційний тип, який побудований на реалізації інноваційної структури ресурсів та факторів виробництва. Такий характер економічного зростання, з одного боку, передбачає наявність позитивної динаміки зміни ВВП на душу населення, а з іншого – формує економічні, соціальні та екологічні умови для забезпечення якісних трансформацій рівня життя та добробуту населення.

Проведений аналіз теоретичних досліджень особливостей економічного зростання дозволяє акцентувати увагу на таких його сучасних аспектах:

— факторна система змінюється в сторону домінування соціальних індикаторів, які базуються на «гуманістичній» парадигмі;

— визначаються нові параметри економічного зростання, що спрямовані на розвиток «індустрії добробуту», яка забезпечує високий рівень життя населення;

— відбувається зміна головної мети економічного зростання, вона трансформується від «зростання заради зростання» до «зростання заради розвитку»;

— змінюються чинники концепції якості економічного зростання, яка має базуватися на процесах інтенсифікації економічного розвитку регіонів, що забезпечать якісні зміни в структурі споживання, нагромадження та соціальних параметрів розвитку територій.

У процесі дослідження сутності економічного зростання з позиції якості ми дійшли висновку, що феномен економічного зростання має наступні ознаки:

— характеризується структурою, чинниками і джерелами, які визначають у кінцевому підсумку його якість;

— не обмежується позитивною динамікою ключових показників національних рахунків;

— носить системний характер – неможливим є забезпечення економічне зростання шляхом впливу на окрему групу факторів, потребує комплексного підходу до формування і реалізації усіх напрямів економічної політики;

— оцінюється за напрямками якості факторів виробництва, галузевої (секторальної) структури економічної системи, розвитку регіонів країни та соціальних стандартів.

В останні роки представниками провідних економічних шкіл та на урядовому рівні формується система умов трансформації моделі національної економіки та пошуку шляхів динамічного розвитку.

У концепції стійкого зростання (сталого розвитку), розробленою міжнародними організаціями, обґрунтовується процвітання країни в залежності від п'яти головних характеристик цього процесу, які відображають швидкозростаюче значення людського фактора, технологій (при зниженні енерго- і ресурсоемності), безперервну освіту і навчання робочої сили, її націленість на розвиток. Акцент при цьому переноситься на професіоналізм усіх рівнів управління (уряд – фірми – законодавець – експертне співтовариство), освіта та навчання кадрів, створення інфраструктури, контроль з боку держави та громадянського суспільства.

Сучасне розуміння економічного зростання базується на підвищенні конкурентоспроможності держав та добробуту їх населення. У динаміці країн, які досягли успішних результатів, чітко простежується вагомість соціальної складової та інтелектуального капіталу. Так, для американської моделі є характерним високий рівень продуктивності праці та працезберігаючі методи виробництва і людський капітал; для німецької – соціальна політика та людський капітал; для японської – освіта, традиції та культура, людський капітал; для китайської – освіта та людський капітал.

На думку Л. Бальцеровича існують чотири детермінанти темпів економічного розвитку, а саме: стартовий рівень розвитку (на момент, від якого розпочинається відлік темпу розвитку), людський капітал (рівень освіченості та компетентності), внутрішні й зовнішні умови господарювання. Стверджує, що у відсталості країн криються деякі з пружин прискорення, що може бути актуальним для України, адже: по-перше, країна-аутсайдер може використовувати перевірені практикою інституційні та технологічні здобутки найпотужніших країн світу; по-друге, країнам-аутсайдерам притаманна застаріла економічна структура, тому виникає більше можливостей для переміщення засобів у більш продуктивні галузі; по-третє, існує диспропорція між доволі високим загальним рівнем освіченості та можливістю її застосування у конкретній економічній системі [24, с. 44].

Міжнародна організація «Oxfam» акцентує увагу на тому, що не тільки економічне зростання виступає в якості важливого джерела подолання бідності в країні, а й справедливий розподіл доходів. Підкреслює, що важелі подолання цієї проблеми знаходяться в руках уряду, а інструменти – використання ефективних методів моделей зростання [25].

Данилишин Б. вбачає застосування таких шляхів можливого розвитку вітчизняної економіки, які забезпечать динаміку:

— зростання, яке пов'язане із нарощуванням українського сільськогосподарського експорту;

— внутрішнє інвестиційне зростання (заміна зношеної інфраструктури на сучасну за рахунок залучення іноземних інвесторів могла б стати одним із драйверів економічного зростання країни, у той же час залишаються не використаними квоти від міжнародних фінансових організацій на кредитування національної економіки);

— зростання, викликане технологічними інноваціями в українській промисловості – найперспективніший напрямок, що потребує наявності наукових шкіл і технічних університетів, які працюють в Україні [26].

У підсумку, на нашу думку можна визначити основні важелі формування економіки, орієнтованої на якісне зростання:

— забезпечення розвитку людського капіталу за рахунок впровадження ефективних національних проектів у галузі охорони здоров'я, освіти, житлових проектів для населення, що надасть можливість його повноцінного відтворення як основної передумови якісного економічного зростання;

— випереджальний розвиток індустрії високих технологій, що ґрунтується на інтелектуальній і творчій праці людини, що забезпечить підвищення частки інженерно-технічних і дослідницьких працівників на фірмах, зростання престижу розумової праці;

— проведення комплексу економічних, секторальних та інституційних реформ, котрі формуватимуть надійну базу позитивної економічної динаміки, а відтак стануть фундаментом забезпечення соціальних гарантій в суспільстві;

— підтримання балансу між цілями економічного зростання, конкурентоспроможності бізнесу, зменшення соціальної нерівності та забезпечення екологічної безпеки;

— пріоритетність досягнення соціальних цілей, запровадження гідних стандартів добробуту кожної окремої особи.

Потенціал українського зростання передбачає адекватну економічну політику уряду, завданням якої є внесення коректив у діючу модель, її націлення на забезпечення соціальної результативності розвитку, оптимізацію співвідношення інтересів на всіх рівнях господарства. Учений А. Тіффін доходить висновку, що Україна має шанс стати «економічним дивом» з щорічним зростанням ВВП у 8,5 % та його подвоєнням в розрахунку на душу населення впродовж десяти років, за умови грамотності проведення інституційної реформи [27, с. 26].

Підсумовуючи вище викладене констатуємо необхідність розробки нового комплексу науково-методичних положень з макроекономічного аналізу, спрямованих на виявлення і мобілізацію резервів підвищення продуктивності праці та сукупної факторної продуктивності, що зумовлює проведення аналітичних досліджень з позицій джерел економічного зростання в Україні. Численні проблемні питання, накопичені національним господарством у попередні періоди, загострилися внаслідок військових дій та нестабільною соціально-політичною ситуацією. Необхідність сучасного макроекономічного регулювання набула доленосного значення, тому критично важливим є системне реформування економіки та виявлення тих галузей, які можуть слугувати векторами розвитку й будуть сприятливі для бізнесу. Такі зміни дадуть поштовх економічному злету тих галузей, які вже володіють конкурентними перевагами в порівнянні з іншими, такі як сільське господарство, туризм, інформаційні технології.

Проте, динаміка економічного розвитку на перспективу має високу ступінь невизначеності та залежить від того, як розвиватиметься конфлікт на сході, і чи зможе влада за таких умов забезпечувати реалізацію реформ, поєднати процеси відтворення економічного зростання із здійсненням бажаних трансформаційних реформ.

Список використаних джерел:

1. Манцуров І.Г. Статистика економічного зростання та конкурентоспроможності країни: Монографія / І.Г. Манцуров – К.: КНЕУ, 2006. – 392 с.
2. Дорнбуш Р. Макроекономіка : пер. з англ. В. Мусієнко, В. Овсієнко / Р. Дорнбуш, С. Фішер. – К.: Основи, 1996. – 814 с.
3. Якість економічного зростання: Пер. з англ. / В. Томас, М. Дайламі, А. Дарешвар Р. Лопес та ін.; Наук. ред. пер. О. Кілієвич. – К.: Основи, 2002. – 350 с.
4. Безугла В. О. Парадигма економічного зростання в умовах відкритої економіки / В. О. Безугла // Modern trends in scientific thought development: Materials Digest of the 2nd International Scientific and Practical Conference Economic Sciences, Odessa: InPress, 2011. – P. 160-163
5. Магдич А.С. Типологія факторів економічного зростання: теоретико-методологічний аспект / А.С. Магдич // Європейський вектор економічного розвитку. – 2015. – № 2(19). – С. 119 – 130. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://duan.edu.ua/uploads/vidavnitstvo-15-16/14502.pdf>
6. Голодова Ж.Г. Переход от факторов к потенциалу роста экономики / Ж.Г. Голодова // Российское предпринимательство. – 2008. – № . 5. – С. 163-167
7. Воротін В.Є. Макроекономічне регулювання в умовах глобальних трансформацій: монографія / В.Є. Воротін. – К.: Вид-во УАДУ, 2002. – 392 с.
8. Лутчин Н. Статистичне вивчення якості та стійкості економічного зростання: регіональний аспект / Н. Лутчин // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2011. – № 129. – С. 29-32. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/statistical-research-of-the-quality-and-steadiness-of-the-economic-growth-regional-aspect#ixzz47h7xOJSq>
9. Easterly William. Life during Growth // Journal of Economic Growth. – 1999. – No. 4 (3). – Pp. 239-79
10. Lucas Robert E. On the Mechanics of Economic Development // Journal of Monetary Economics. – 1988. – January. – Pp. 3-42
11. Доклад о развитии человека 2010. Реальное богатство народов: пути к развитию человека // Пер. с англ. ПРОО. – М.: Издательство «Весь Мир», 2010. – 244 с.
12. Івашенко Т. Ю. Індекс сталого людського розвитку: методика і практика дослідження / Т. Ю. Івашенко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2014. – Випуск 118 (частина II). – С. 161-169
13. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://report.if.ua/lyudy/v-ukrayini-porirshyvysya-indeks-lyudskogo-potencialu>
14. Рівень розвитку людського капіталу України у 2015 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edclub.com.ua/analitika/riven-rozvytku-lyudskogo-kapitalu-ukrayiny-u-2015-roci>
15. Пирог О.В. Стратегічні перспективи економічного розвитку національної економіки України / О.В. Пирог // Бізнес інформ. – 2011. – № 11. – С. 32-34
16. Устенко О. Дорого жити: кількість бідних в Україні зросла, попри підвищення зарплат і пенсій: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slovoidilo.ua/2015/10/12/statija/suspilstvo/doroho-zhyty-kilkist-bidnyx-v-ukrayini-zroslo-popry-pidvyshhennya-zarplat-i-pensij>
17. Колтунович А. Регионы Украины: кто сколько производит: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vybor.ua/article/economika/regiony-ukrainy-cto-skolko-proizvodit.html>
18. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://publicaudit.com.ua/reports-on-audit/vvp-ukrayini-ta-jogo-vpliv-na-zhittya-ukrayintsi/v/>
19. Журнал «Fobres» № 10, 30 жовтня 2014 р. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1380607-znaki-rivnosti-ukrayina-ne-zahotila-buti-shozhoynu-na-indiyu>

20. Єгоров І. Як (і чи треба взагалі) підтримувати вітчизняну науку? 18 грудня 2015 р.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/science/yak-i-chi-treba-vzagali-pidtrimuvati-vitchiznyanu-nauku-html>

21. Worldhealthstatistics 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.who.int/gho/publications/world_health_statistics/EN_WHS2014_Part3.pdf?ua=1

22. РІА Новості Україна: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rian.om.ua/infografika/20150822/372547334.html>

23. Гальчинський А.С. Економічні бесіди: 3 листопада 2015: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.vnews.agency/exclusive/13133-ekonomchn-besdi-profesor-agalchinskiy-ekonomka-perestaye-rozumti-samu-sebe.html>

24. Бальцерович Л. Свобода і розвиток: економія вільного ринку / Л. Бальцерович. – Львів : Бібліотека журналу "І", 2000. – 332 с.

25. Watkins K. Growth With Equity is Good for the Poor/ K. Watkins// Oxfam Briefing Papers. – 2000. – No 7. – P. 1-16

26. Данилишин Б. Три способи змусити українську економіку зростати: Новое время, 10 травня 2016 р.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nv.ua/ukr/opinion/danylyshyn/tri-sposobi-zmusiti-ukrajinsku-ekonomiku-zrostati-119475.html>

27. Tiffin A. Ukraine: the cost of weak institutions / A. Tiffin // IMF. Working Paper. – 2006. – No. WP/06/167. – P. 1-29

Маркович І.Б.

ПЕРЕДУМОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗУМНОЇ («СМАРТ»)-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНІВ ІЗ ВРАХУВАННЯМ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Формування, трансформація та подальший розвиток сучасних соціально-економічних систем відбувається у відповідності із принципами поєднання процесів глобалізації та локалізації. Збалансування їх сил на регіональному рівні проявляється у так званій розумній («смарт»)-спеціалізації, яка виключає інерційний безпрограмний розвиток регіонів. Актуальності набуває необхідність дослідження різного роду нерівномірності розвитку, особливостей «точок зростання», навколо яких регіон зможе ефективно розбудовуватися, а також окреслення ключових критеріїв та функцій процесу переходу регіональної системи від традиційної до «смарт»-спеціалізації.

Міжнародна інтеграція у глобально орієнтованому економічному середовищі сьогодні є неминучою та невідворотною для країн, що намагаються використати усі можливості, які відкриває перед ними світ.

Проте, закономірним є явища амбівалентності поглядів на переваги, які може зумовити глобалізація для кожної окремо взятої країни, як у населення, так і в державних управлінців. Досить цікавими є різносторонні підходи та неоднозначне відношення до глобалізаційних процесів і в наукових колах, в яких постійно проводяться аналітично-емпіричні дослідження щодо зв'язку між окремими показниками інтегрованості держави у світовий простір в різних аспектах та її добробутом і економічним становищем.

Цілком очевидно, що нерівномірність розвитку була приманна світу у всі роки, проте, в наш час вона жодним чином не зникає, а в деяких сферах навпаки – тільки зростає. Наприклад, А. Гальчинський стверджує наступне: «Глобалізація діє як передавач, мультиплікатор світових нерівностей і їх стимулятор, як свого роду допінг, але не генератор цих феноменів». У такому ж ключі звучать і слова деяких інших закордонних дослідників: «Глобалізація надала багатшим більше можливостей робити гроші ще швидше. Ці люди використовують новітні технології, щоб швидше переміщати великі суми грошей по земній кулі й провадити дедалі більше ефективних спекулятивних операцій. На жаль, у нашому світі технології ніяк не впливають на життя бідняків. Фактично глобалізація – це парадокс: даючи величезний зиск одиницям, вона залишає за рамками або перетворює на маргіналів дві третини населення планети» [1].

Згідно з деякими оцінками [2, с. 81], межею соціальної стабільності є ситуація, коли найбільшні 40 % населення починають отримувати менше 12–13 % від сукупного доходу, а розрив у рівнях доходу 10 % найбільш і 10 % найменш забезпечених сімей (населення) починає перевищувати 10 разів.

На підтвердження цих слів можна проаналізувати динаміку окремих показників, що характеризують нерівність розподілу доходів як між державами, так і в межах однієї країни між різними групами населення. Наприклад, показник «S90 / S10» характеризує відношення середнього доходу 10 % найбагатших до 10 % найбідніших (рис.1) і показує, що у більшості, навіть розвинених країн, показник нерівності доходів населення перевищує рекомендовані значення.

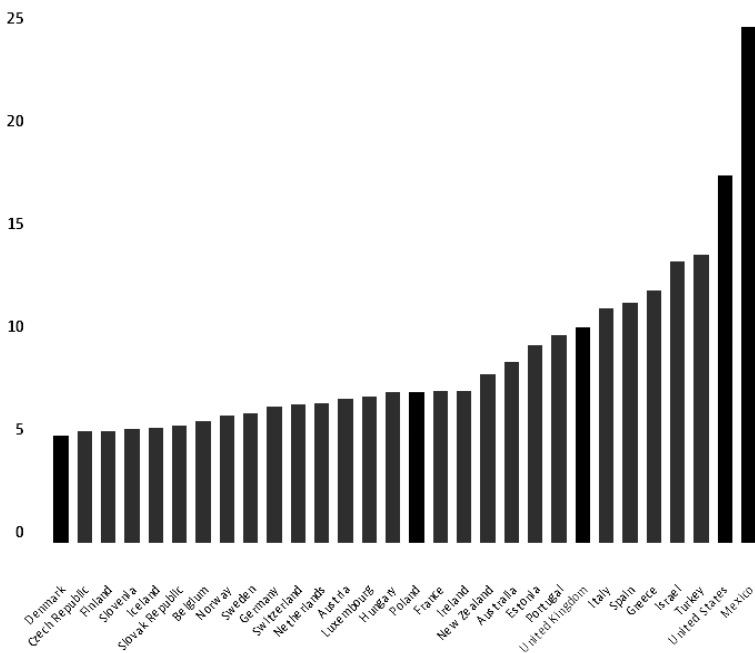


Рис.1. Розподіл доходів населення окремих держав за показником «S90/S10», 2012 р.*

*Примітка. Сформовано автором на основі даних OECD Data [3]

Що стосується України, Державний комітет статистики пропонує для аналізу квінтільний коефіцієнт диференціації доходів населення, що показує співвідношення мінімального рівня доходів серед найбільш

забезпечених 20 % населення до максимального рівня доходів серед найменш забезпечених 20 % населення, ранжованого за показником середньодушових еквівалентних доходів. Методологічно цей коефіцієнт враховує інші частки доходів окремих груп населення, ніж методологія OECD, проте динаміка залишається показовою (рис.2) – за офіційними джерелами розкид значень доходів найбагатших та найбідніших в Україні скорочується.

Щодо репрезентативності та достовірності оцінок реальних доходів у вітчизняній державній статистиці можуть виникати досить обґрунтовані сумніви, адже цілком традиційною для України вже стала ситуація приховування певної частки доходів, значна роль тіншового сектору на всіх рівнях та у всіх секторах економіки, можна із впевненістю говорити про значно більші показники розриву.

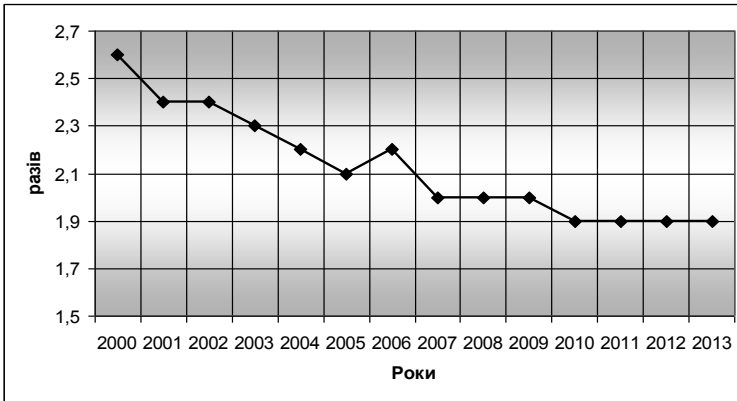


Рис.2. Квінтільний коефіцієнт диференціації загальних доходів населення України, разів*

*Примітка. Сформовано автором на основі даних Державного комітету статистики [4]

Якщо врахувати результати досліджень, здійснюваних у рамках UNDP (United Nations Development Programme – Програма розвитку ООН), міждержавні співвідношення нерівності у вимірі цих двох коефіцієнтів корелюються між собою, і у кожній окремій країні диференціація за децильним коефіцієнтом майже вдвічі перевищує розшарування за квінтільним коефіцієнтом, що обумовлено загальною закономірністю формування більшої різниці між доходами (витратами) найбагатших та найбідніших 10 % населення, ніж між аналогічними показниками добробуту найбагатших та найбідніших 20 % [5, с. 32]. Тому децильний

коефіцієнт, який фактично розраховується OECD становить близько 5-6 разів у період 2010-2013 рр.

Детальніше про неоднозначність впливів глобалізації на сучасні багатокомпонентні макроекономічні системи із різновекторними зв'язками, що проявляється у нерівномірності розвитку окремих держав та регіонів йдеться у публікації автора [6].

Незважаючи на недосконалість процесу збору реальних репрезентативних даних та обрахунків показників нерівності доходів у державах, беззаперечним залишається той факт, що така нерівномірність відображає поляризацію доходів та доводить тезу щодо складності або й неможливості забезпечення рівномірно високого рівня доходів населення держав.

Доволі часто така нерівномірність проявляється ще й у регіональному розрізі, відповідно до якого окремі регіони характеризують досить високим рівнем життя населення, в той час як інші є депресивними та позбавлені орієнтирів щодо покращення стану забезпечення населення.

Просторово-нейтральний та просторово-орієнтовані підходи до формування стратегій розвитку регіонів на даний час знаходяться в полі зору багатьох дослідників та практиків з державного та регіонального управління.

Глибокі трансформаційні зміни стосуються базових підходів до розуміння регіональної політики. Наприклад, державне субсидіювання та «точкова» підтримка окремих підприємницьких структур, галузей та регіонів демонструють свою неефективність через інертність державного сприйняття. Згідно нового розуміння важливим є виявлення нереалізованого потенціалу та перспективних потреб споживачів, які можуть бути задоволені абсолютно інноваційно-новим шляхом.

Інноваційна багатовекторна політика регіонів може бути сформована та реалізована в повній мірі лише при дотримання жорстких стандартів управління усіх рівнів та наявності відповідних ресурсів, що досить часто неможливо досягнути країнам, що розвиваються. Крім того, така обмеженість не дозволяє максимально повно розкривати інноваційний потенціал у вузькому сегменті та позиціонувати себе як нішу на глобальному ринку через жорсткість конкуренції та відносну відкритість економіки. Тому досить привабливою для застосування є концепція розумної спеціалізації, яка передбачає вертикально орієнтований підхід до вибору галузей або технологій державної підтримки та уваги підприємницьких структур. Секторальний або галузевий підхід повинен бути змінений на проекти інтегрованого трансгалузевого типу.

Згідно класичних теорій розвитку держав чи регіонів їх спеціалізація повинна базуватися на дослідженні наявних ресурсів (земля, праця,

капітал) або порівняльних переваг. Проте, сьогодні можна із упевненістю говорити про те, що динаміка цін на ресурси є досить швидко змінною і порівняльні переваги характеризуються значною волатильністю протягом відносно короткого періоду часу. Саме тому досить слушними є принципи розумної спеціалізації, відповідно до якої регіональна спеціалізація проявляється у спрямуванні зусиль усіх суб'єктів регіону на бізнес-функціях та процесах ланцюжка створення вартості.

Не зважаючи на існування певних галузей, у яких Україна може конкурувати з іноземними виробниками, недосконалою залишається не тільки система просування та реалізації, а й підходів до управління бізнесом. Слід говорити про так звану «розумну спеціалізацію», відповідно до якої регіональні інтереси стануть основою та складовою загальнонаціональних пріоритетів, а не навпаки.

Концепція «розумної спеціалізації» («smart specialization») була запропонована Єврокомісії у 2008 р. економістами Д. Фореем, П. Давідом і Б. Холлом [7].

Початкова її суть зводилася до подолання відсутності стратегічного розуміння інноваційного розвитку окремих держав Європейського Союзу, що супроводжується дублюванням наукових досліджень щодо одного питання. Згодом дана концепція почала розвиватися не тільки щодо формування та розкриття інноваційного потенціалу регіонів, а й загалом соціально-економічного розвитку на основі виявлення перспективних спеціалізацій регіонального розвитку. Також особливістю розумної спеціалізації є посилення міжрегіональних взаємодій та кластерного розвитку, що продовжує загальновідомі ідеї П.Кругмана.

Розумна спеціалізація – нова концепція регіонального розвитку, яка поєднує промислову та інноваційну політику і покликана сприяти ефективному та дієвому використанню державних інвестицій за рахунок зосередження на сильних сторонах регіону, що й становлять власне спеціалізацію регіону [8].

Розумна спеціалізація – це виявлення унікальних функцій і активів кожної країни і регіону, підкреслення конкурентних переваг кожного регіону і зосередження уваги регіональних партнерів на баченні майбутніх досягнень. Це також означає зміцнення регіональної інноваційної системи, збільшення потоку знань і розповсюдження користі інновацій у регіональній економіці [9]. Напрями розумної спеціалізації наведені на рис. 3.

Поняття розумної спеціалізації описує можливість регіону генерувати нові види діяльності шляхом виявлення пріоритетів локальної концентрації та агломерації ресурсів. В той же час, розумна спеціалізація передбачає чітке розуміння обмеженості ресурсів та можливостей їх

найефективнішого застосування; інноваційний підхід до діяльності компаній регіону; тісна взаємодія в межах кластеру «бізнес-влада-громадськість»; відкритість та гнучкість до адаптивних змін і т.д. Тобто, по суті розумна спеціалізація заперечує ефективність просторово-нейтральних стратегій.

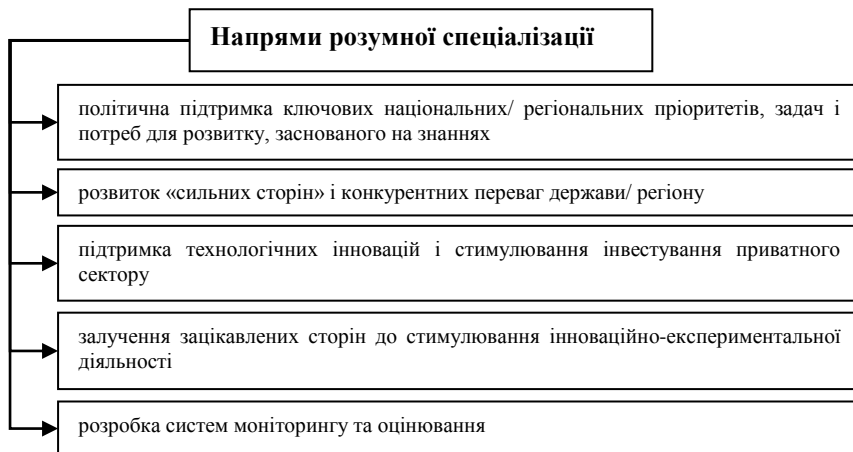


Рис.3. Напрями розумної спеціалізації*

*Примітка. Складено автором на основі [10]

Цілком очевидно, що викристалізація тих сфер підприємницької діяльності, які можуть стати джерелом зростання регіонального та й загальнонаціонального зростання, є доволі складним завданням, проте, зрозумілим залишається підхід до цих процесів – необхідно враховувати можливості входу у вже наявні ринки, потенціал розвитку галузі, наявність необхідних ресурсів та вмій трудових ресурсів.

Вибір областей розумної спеціалізації здійснюється консенсусом експертів, що представляють науку, освіту, бізнес, промисловість на регіональному рівні. При цьому проводиться різниця між процедурами визначення регіональної спеціалізації. Державі в даній концепції відводяться три функції:

1) створення умов для здійснення погоджень і вибору «розумної спеціалізації»;

2) проведення моніторингу кластерного розвитку з точки зору обраної регіонами спеціалізації;

3) визначення потреб, що виникли у зв'язку з обраною спеціалізацією (наприклад, у сфері технологічної чи медичної освіти) і введення відповідних стимулів та заходів підтримки [11, с. 264].

Вигоди від «сма́рт»-спеціалізації потенційно отримують усі учасники (населені пункти, регіони, держави), які становлять ланки єдиного фрагментованого ланцюжка створення вартості. Тобто, немає потреби розвивати дублюючі галузі або підприємства в різних регіональних утвореннях, адже інструментом отримання вигод загальнонаціональних та інтра регіональних є накопичення критичної маси знань та потенціалів у різних сферах.

Девід Уайт, голова Європейської Комісії по інноваційній політиці, зазначив: «Регіональний рівень – це місце, де інновації з'являються, де дослідження трансформуються в економічні результати» [12].

Отже, регіональний розвиток, який проходить виключно відповідно до принципів розумної спеціалізації, може стати передумовою довготривалого загальнонаціонального зростання.

Список використаних джерел:

1. Balls G. Too much for them, not enough for us / Graham Balls and Milli Jenkins // *Independent on Sunday*. – 1996, 21 July. – 136 p.
2. Абакумова Н. Н. Политика доходов и заработной платы: учеб. пособ. / Н.Н. Абакумова, Р.Я. Подовалова. – Новосибирск: НГАЭиУ; М.: ИНФА-М, 1999. – 224 с.
3. OECD Data [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://data.oecd.org/inequality/income-inequality.htm#indicator-chart>
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/duferen2006_u.htm
5. Бобух І. Диспропорції нагромадження людського капіталу: взаємний вплив і шляхи мінімізації / І. Бабух // *Економіст*. – 2009. – № 7. – С. 32-35
6. Маркович І. Дослідження міжнародних асиметрій в рамках нової економічної географії [Електронний ресурс] / І. Маркович // *Соціально-економічні проблеми і держава*. – 2013. – Вип. 2 (9). – С. 110-116. – Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13mibneh.pdf>
7. Foray D. Smart Specialization: The Concept / Foray, D., David, P.A., Hall, B // *Knowledge for Growth. Prospects for Science, Technology, and Innovation. Selected papers from Research Commissioner Janez Potochnk's Expert Group*. – November, 2009. – С. 20-24
8. *Інноваційна Україна 2020: національна доповідь* / за заг. ред. В.М. Гейця та ін.; НАН України.–К., 2015. – 336 с.
9. Бжуска Я. Розумна спеціалізація регіону [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/25853/1/65-362-366.pdf>
10. Guide to research and innovation strategies for smart specialization (RIS3), Luxembourg, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/smart_specialisation/smart_ris3_2012.pdf
11. Дунаєв І.В. Ціннісні цілі модернізації регіональної економіки кризь призму принципу «розумної спеціалізації» Аналітика і влада : журн. експерт-аналіт. матеріалів і наук. пр. Ін-ту пробл. держ. упр. та місц. самоврядування / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – К. : НАДУ, 2014. – № 9. – 240 с.
12. David White. Innovative to boost regional innovation / White David // *European Innovation*. – September, 2005. – pp. 126-147

Тимошик Н.С.

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В умовах сучасної ринкової економіки можливість розвитку економіки кожного регіону залежить від природних багатств, розвиненості промисловості, виробничих потужностей та рівня кваліфікації персоналу. Суттєвою складовою потенціалу є також оптимальна забезпеченість фінансовими коштами. Оскільки існують глибокі регіональні диспропорції у процесах соціально-економічного та екологічного розвитку регіонів, а фінансові ресурси є базою для реалізації політики збалансованості, то постає потреба в розробці наукових підходів до забезпечення стабільного економічного зростання держави в цілому. У цьому контексті доцільно приділити увагу такій складовій фінансових ресурсів, як фінансовий механізм. Саме через засоби фінансового механізму держава реалізує свою фінансову політику.

Аналіз наукових досліджень та наведених публікацій, в яких започатковується вирішення даної проблеми, вказує на те, що велику увагу формуванню фінансового механізму приділяють наступні вчені: І.В. Алексєєв [1], В.Д. Базилевич [2], М.Д. Бєдринець [3], І.А. Бланк [4], О.М. Ковалюк [5], О.Є. Кузьмін [6], О.Г. Мельник, Л.Ш. Лозовський, В.М. Опарін [7], О.О. Порожняк, Б.А. Райзберг, Р.С. Сайфулін, А.Д. Шеремет, С.І. Юрій [8] та ін.

Згідно визначення О.М. Ковалюка, «фінансовий механізм – це система фінансових форм, методів, важелів та інструментів, які використовують у фінансовій діяльності держави і підприємства за їх відповідного нормативного, правового та інформаційного забезпечення, а також за відповідної фінансової політики на мікро та макрорівні» [5]. С.І. Юрій надав таке трактування: «фінансовий механізм – це сукупність конкретних фінансових форм, методів та важелів, за допомогою яких забезпечується процес суспільного відтворення, тобто здійснюються розподільчі та перерозподільчі відносини, утворюються доходи суб'єктів господарювання і фонди грошових коштів [8]. У Національній економічній енциклопедії «фінансовий механізм» розглядається як «п'ять взаємопов'язаних елементів, які сприяють організації, плануванню та стимулюванню використання фінансових ресурсів (фінансові методи, фінансові важелі, правове, нормативне та інформативне забезпечення) або сукупність форм та методів, за допомогою яких забезпечується здійснення

широкої системи розподільчих відносин, утворення доходів та накопичень, створення та використання централізованих та децентралізованих фондів грошових коштів[9].

Учені наголошують на необхідності врахування сучасних напрацювань у монетарному регулюванні економіки та досвіду розвинених країн при виробленні стратегій центральними банками [1]. За допомогою банківських ресурсів робляться спроби математично описати процеси економічного зростання. Віддаючи належне висновкам учених, необхідно зауважити, що недостатньо обґрунтованим все ще залишається питання формування фінансового механізму, вимагає також систематизації і розробки підходів до визначення складу та сутності його складових. Крім того, існує об'єктивна необхідність у дослідженнях окремих науково-методологічних підходів до оцінки ефективності управління економічними процесами сталого розвитку в цілому.

З цих причин доцільно узагальнити теоретичні підходи, дослідити і системно забезпечити формування фінансового механізму, що дозволить визначити пріоритети, регулювати та підтримувати процеси сталого розвитку.

Держава реалізує фінансову політику при допомозі фінансового механізму, структура і склад якого визначаються ступенем розвитку економіки, формами власності, національними та історичними особливостями.

Держава або підприємство є складними економічними системи. Тому вони повинні розробити фінансову політику і усвідомити куди саме потрібно направлятися на кожному конкретному проміжку часу і лише тоді її реалізовувати. Процес реалізації стадій фінансової політики здійснюється за допомогою фінансового механізму.

Такий механізм достатньо складний, він впливає на всі сторони господарської діяльності підприємств. Важливим напрямом впливу є позиція держави, оскільки вона визначає та реалізовує фінансову політику, а з іншого боку, – підприємства, які забезпечують виробництво ВВП.

Фінансовий механізм у широкому розумінні – комплекс фінансових важелів і методів впливу на соціально-економічний розвиток добробуту населення та суспільства в цілому. За допомогою певних фінансових методів і форм здійснюються розподільчі, перерозподільчі та регулюючі відносини, формуються доходи суб'єктів господарської діяльності, відповідні фонди.

Безпосередньо функціонування такого механізму базується на нормативно-правових положеннях і фінансовій інформації, що забезпечують оптимальне використання фінансів для досягнення поставлених цілей та завдань.

У вузькому розумінні фінансовий механізм – набір конкретних фінансових важелів та методів впливу на нагромадження, використання фінансових ресурсів для забезпечення функціонування й розвитку суб'єктів господарювання, державних структур і населення.

Фінансовий механізм складається з таких основних елементів:

- фінансові інструменти;
- фінансові методи;
- фінансові важелі;
- інформаційне, нормативно-правове, ресурсне та організаційне забезпечення [3].

Економіка і фінанси тісно пов'язані в процесі діяльності, зокрема:

а) розподільчі відносини постійно визначають і формують систему фінансово-економічних відносин, які впливають на виготовлення продукції, стримуючи або стимулюючи зростання ВВП;

б) за допомогою фінансів забезпечується розподіл створеного валового внутрішнього продукту, а розподіл можливий лише того, що вироблено суб'єктами господарювання.

В основу розробки та реалізації збалансованої фінансової політики вже закладено соціально-економічне зростання. На нього фінансовий вплив здійснюється через фінансовий механізм, який відображає сутність, характер та напрями функціонування фінансів [2].

Формування відносин за допомогою методів фінансового механізму здатні забезпечити оптимальні умови для економічного и соціального розвитку суспільства.

Водночас ринкова економіка ґрунтується на поєднанні власної сильної позиції та державного регулювання відносин суб'єктів господарювання в процесі діяльності. Засобами ціноутворення ринок збалансовує попит і пропозицію на продукцію, самостійно визначає рівень розвитку окремих галузей, підприємств, здійснює координацію обсягів виробництва.

Доцільно визначити основні економічні процеси та взаємовідносини суб'єктів підприємництва із споживачами, які сприяють розвитку економіки в цілому, вибрати найважливіші вітчизняні проекти, забезпечити їх пільгове інвестування, що спричинить розвиток суспільства і матиме суттєвий мультиплікативний ефект в економіці. Цей ефект допоможе державі регулювати попит та пропозицію, регулювати рівновагу та збалансовувати ріст економічних індикаторів.

Проте, крім саморегулювання в ринковій економіці існує потреба в державному регулюванні економічних процесів та стимулюванні сталого розвитку. Однак, недостатній рівень розвитку економіки може спричинити до застою, зниження добробуту народу порівняно з розвиненими країнами.

Для розв'язання існуючих суперечностей і впровадження ідей щодо забезпечення збалансованості та сталого економічного зростання в державі необхідні систематизація теоретичних висновків та формування економічних моделей впливу різних інструментів фінансового регулювання. Сюди відносять методи, стимули, ринкові інструменти державного регулювання відповідними економічними процесами.

Державне регулювання повинно здійснювати не повне регулювання, а керування ринковими важелями впливу для забезпечення конкретних цілей та реалізацію визначених завдань. Тому державне регулювання тільки сприяє ринковому саморегулюванню, а не замінює його.

Є два способи державного регулювання економіки. Перший – застосування планового керівництва на основі адміністративних методів. При низьких життєвих рівнях планова економіка в деякій мірі здатна забезпечити керованість та збалансованість розвитку.

Другий – передбачає використання економічних методів управління на основі фінансових індикаторів.

Саме для сталого розвитку економіки держави необхідно віднести постійне проведення моніторингу індикаторів, фундаментальну діагностику, дисплексну систему своєчасного попередження та негайного реагування, дискримінантнафакторні економічні моделі діагностики.

Для оцінювання фактичного стану об'єкта дослідження використовуються такі індикатори, функцію яких здатні виконувати різні фінансові коефіцієнти, зокрема, прибутковість, ліквідність, стійкість, що дозволять встановити рівень ефективності фінансової діяльності. Їх вибір чи не найскладніший, оскільки індикатори на відповідних ділянках спостереження повинні якнайшвидше виявляти дисбаланс у розвитку суб'єкта господарювання, який здатний призвести до фінансової кризи.

До основних критеріїв вибору індикаторів можна віднести:

- достатність інформації про наявні та можливі шанси (ризики);
- точне відображення реального господарського стану підприємства;
- доступність сприйняття для користувачів;
- своєчасність інформування про вигоди та загрози;
- на їх основі можливість прогнозування фінансово-економічного стану підприємства та тенденцій його розвитку.

У ринковій економіці вплив фінансового механізму на конкретні напрямки економічного розвитку визначається кількісними і якісними аспектами. Кількісний виражається сумою грошових засобів, що виділяються на досягнення визначених цілей і є основою створення конкретного механізму. Проте, без кредитів або інших коштів неможливо вирішити будь-яке питання розвитку суспільства.

З іншого боку, виділення коштів само по собі не призведе до розв'язання наміченого завдання. Для цього необхідно визначити:

- а) яким чином формуються ресурси;
- б) якими каналами рухаються, яка їх траєкторія;
- в) які види і форми їх руху;
- г) умови виділення фінансових ресурсів та їх використання.

Такі характеристики визначають якісну сторону фінансового механізму. Наведеним вище двом сторонам формування фінансового механізму, який має в своїй основі рух грошових коштів властиві відповідні методи впливу на сталий розвиток – фінансове забезпечення і фінансове регулювання [4]. Оскільки названі методи є узагальнюючими, складаються з часткових моделей та методів, то їх можна виділити як окремі структурні елементи фінансового механізму.

При плануванні стратегії і тактики фінансової політики держави враховуються переваги цих методів. Якщо ступінь розвитку суспільства і економіки в цілому високий, то значення фінансового регулювання буде досить вагомим.

Фінансове забезпечення властиве адміністративно-командним системам управління, при яких кошти розподіляються згідно з ухваленими рішеннями державних виконавчих органів; таким чином визначається рівень їх матеріального забезпечення. В таких випадках фінансове регулювання вже підпорядковане наміченим завданням створення конкретних фондів, а найперше – державного бюджету [7].

Інший підхід в ринкових умовах, коли на перше місце виходить фінансове регулювання і робить ринкові відносини регульованими, а не стихійними. Складові елементи фінансового забезпечення і фінансового регулювання тісно пов'язані між собою, оскільки встановлена в певний проміжок часу система фінансового забезпечення потребує фінансового регулювання в даний період.

Доцільно виділити такі форми фінансового забезпечення:

— бюджетне фінансування, яке проводиться за рахунок фінансових ресурсів місцевого та державного бюджетів і не передбачає їх повернення;

— кредитування, що здійснюється шляхом мобілізації незадіяних коштів на основі принципів цільового призначення, забезпеченості, поверненості, платності;

— самофінансування - базується на використанні власних ресурсів для сприяння розвитку суб'єктів різного виду підприємницької діяльності.

Фінансове регулювання передбачає застосування сальдового та нормативного методу. При сальдовому методі визначається різниця між надходженнями грошових ресурсів та їх використанням за певний період. Основою нормативного методу є відповідна норма, яка показує величину

витрачання будь-якого ресурсу. Ці методи використовують при фінансовому прогнозуванні, фінансовому поточному управлінні та фінансовому контролі [6].

Фінансове планування (прогнозування) – діяльність щодо нагромадження та розподілу централізованих і децентралізованих фондів з метою розширеного відтворення та покриття поточних державних потреб, а також потреб окремих підприємств, домогосподарств.

Фінансове поточне управління – комплексні заходи, що виробляються на базі оперативного аналізу певної фінансової ситуації, для корегування, складання, реалізації фінансових планів та здійснення контролю за ходом їх виконання.

Фінансовий контроль – цілеспрямована діяльність, що проводиться різними державними установами, комерційними структурами для забезпечення фінансової дисципліни та дотримання запланованого використання централізованих, а також децентралізованих фондів.

Проведення фінансового контролю можливе як з боку держави (макрорівень), так і з боку господарських суб'єктів (мікрорівень). Об'єктом фінансового контролю на рівні держави є фінансово-економічні операції, які пов'язані з формуванням та використанням державних коштів на соціально-економічний розвиток. Суб'єктами виступають державні органи влади в особі Рахункової палати Верховної Ради, Національного банку України, органів контролюльно-ревізійної та податкової служб і ін. Державний фінансовий контроль спрямований на дотримання фінансової дисципліни в різних державних структурах, оптимальне використання коштів, своєчасне виконання фізичними та юридичними особами фінансових зобов'язань перед бюджетом.

Об'єктом фінансового контролю на мікрорівні виступає фінансово-економічна діяльність організацій, підприємств. Суб'єктами – керівники підприємств, фінансові менеджери, засновники, аудиторські фірми тощо.

Фінансове регулювання здійснюється через фінансові важелі та фінансові інструменти. На макrorівні до фінансових важелів відноситься ставка рефінансування НБУ, рівень резервування, ставка оподаткування, курс валют і ін. Фінансові важелі сприяють стимулюванню необхідних процесів та застосуванню різних фінансових санкцій для уникнення або зменшення негативних явищ в економіці.

При регулюванні фінансові інструменти використовуються як спосіб фінансування у формі договору, де зазначені юридичні вимоги захищені законом з боку одного учасника і зобов'язання з боку іншого учасника або взаємовідносини суб'єктів економіки і держави. На державному рівні такими інструментами є субсидії, податки, трансферти, а на рівні підприємств – інструменти фінансового ринку: комерційні векселі,

банківські акцепти, депозитні сертифікати, звернення щодо викупу цінних паперів та ін.

Водночас, ріст економіки неможливий без розвиненої банківської та фінансової системи, фондових ринків в країні. Серед фінансових посередників, котрі є інститутами ринку фінансів, найвагомішими є банки, як за масштабами фінансування всієї економічної підсистеми, так і за рівнем впливу на суб'єктів господарювання. Саме банки найбільше мають можливість використовувати фінансовий механізм акумулювання та перерозподілу коштів відповідно до ринкової орієнтації на прибуток та можливих ризиків. Тому пропонується здійснювати державне регулювання економікою за схемою: кредитна емісія НБУ – рефінансування – банківське кредитування.

У сучасних умовах господарювання економічне зростання повинно характеризуватися рівнем інноваційно-інвестиційної політики, в якій переважатиме соціальний розвиток. Важливого значення потрібно надавати ранжуванню інвестиційно-кредитних проектів за параметрами і характеристиками їх мультиплікативного впливу на економічні процеси з подальшим цільовим фінансуванням обраних проектів банками на основі пріоритетного рефінансування останніх НБУ. За результатами фундаментальних досліджень необхідно передбачити можливість оцінити та спрогнозувати вплив фінансування, включаючи кредитно-емісійне, на збалансованість економіки країни.

Фінансування таких проектів при допомозі кредитної емісії сприятиме формуванню внутрішнього повноцінного ринку, забезпечить більшу зайнятість і значне зростання доходів суб'єктів підприємництва та населення, дозволить надалі використовувати їх заощадження як найважливіше джерело для інвестування.

Такий підхід призведе до національної капіталізації та запобіганню переміщенню до інших нерезидентів виробничого потенціалу. При цьому суттєвим є збереження переваг і форм монетарного трансмісійного механізму.

Іншими словами, держава в особі Національного банку України забезпечуватиме пільгове рефінансування банківських установ, а відповідальність за фінансування цільових проектів, визначених державою пріоритетних програм – нестимуть банки.

Крім монетарних методів організації стимулювання зростання економіки необхідно використовувати й додаткові фінансові інструменти (координування та фіскальне стимулювання місць зростання, регулювання діяльності окремих суб'єктів підприємництва, населення, використання трансфертів, субсидій).

У сучасних умовах особливо актуальним є аналіз та дослідження потенційних джерел фінансування процесу економічного зростання, його забезпечення та регулювання.

На початковій стадії ресурсного забезпечення економічного росту може використовуватися трансмісійний механізм, який набагато складніший ніж класичний. У класичному монетарному регулюванні основну роль відіграє визначена облікова ставка НБУ. Її зміна визначає відповідні корективи в обсягах рефінансування банків, в кредитуванні ними суб'єктів підприємництва та окремих верств населення, що зумовлює підприємницьку активність, вирівнювання попиту і пропозиції в системі та сприяє підвищенню темпів економічного зростання.

Забезпечення збалансованого зростання економіки держави пропонується починати не шляхом зміни облікової ставки НБУ (при класичному методі), а введенням певної пільгової облікової ставки рефінансування банківських установ, що беруть участь у інвестуванні та кредитуванні за пріоритетними раніше визначеними національними програмами.

Це призведе до направленого та достатньо визначеного збільшення в обігу грошових знаків, у тому числі методом трансформації грошових потоків при інвестиційній мультиплікації. Мультиплікатор підсилює обсяг попиту за рахунок впливу інвестицій на ріст доходу. Цей приріст спричинить до збільшення обігу грошової маси і, як наслідок, до зміни на фінансовому ринку відсоткових ставок.

В такому випадку регулювання обігу грошових коштів відбувається не безпосередньо: дисконтна ставка-грошова маса-відсоткові банківські ставки, а опосередковано: дисконтна ставка з рефінансування визначених пріоритетних національних програм – зростання грошової маси за цими проектами – зміна відсоткових банківських ставок – коригування дисконтної ставки НБУ для проведення рефінансування всієї банківської системи.

За рахунок такого підходу можна ефективніше виявляти потенційні джерела фінансування всіх стадій забезпечення та вчасного регулювання економічного зростання.

За результатами дослідження можна стверджувати, що ефективне стимулювання зростання економічних індикаторів потребує абсолютно нових нестандартних рішень у процесі застосування традиційних фінансових важелів регулювання, що відображають важливість сформованої ситуації.

З цієї метою пропонується розробка і впровадження нового трансмісійного механізму, що дозволить паралельне використання його в комплексі з іншими інструментами фінансового регулювання. При

подальших дослідженнях доцільно розробити математичну модель, яка б відображала динаміку основних макроекономічних показників.

Список використаних джерел:

1. Aliksieiev I.V., Kuznetsov Ya.V., Yastrubskyy M.Ya. Analysis of financial reporting indicators in the context of adjustment of western business models to the Ukrainian market (3.1) / Accounting and analytical support of the management system of an enterprise: collective monograph / Edited by: prof. A. Zahorodniy and prof. H. Ronek. – Lviv: Publishing House of Lviv Polytechnic, 2013. – P. 201-217
2. Базилевич В.Д., Баластрик Л.О. Державні фінанси. Навч. посіб. /За заг. ред. Базилевича В.Д. – К.: Атіка, 2004.– 368 с.
3. Бедринець М. Д. Ефективність діяльності суб'єктів підприємництва в сучасних умовах господарювання// Бедринець М. Д. //Бізнес-Інформ. – № 4, 2015, с.183-190
4. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: учебный курс / И. А. Бланк. – изд. 2-е, перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-центр, 2006. – 653 с.
5. Ковалюк О.М. Методологічні основи фінансового механізму// Фінанси України 2003. – № 4 – С. 51-59
6. Кузьмін О.Є. Проблеми фінансово-кредитного регулювання інноваційного розвитку виробничо-господарських структур: Монографія/ О.Є. Кузьмін, І.В. Алексеев, М.К. Колісник/ За заг. ред. О.Є. Кузьміна, І.В. Алексеева. – Львів: Видавництво національного університету «Львівська політехніка», 2007. – 152 с.
7. Опарін В.М. Фінансова система України (теоретико-методологічні аспекти) / В.М. Опарін. – К.: КНЕУ, 2005. – 240 с.
8. Юрій С.І. Фінанси: вишкіл студії: навч. посіб. / [за ред. проф. С.І. Юрія]. – Тернопіль: Карт-бланш, 2002. – 357 с.
9. Информационный ресурс «Национальная экономическая энциклопедия». [Электронный ресурс]: Режим доступа к ресурсу: <http://vocable.ru>

Панухник О.В.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ НИЗОВИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ УКРАЇНИ

Обґрунтування практичних рекомендацій щодо формування ефективної моделі управління розвитком будь-якими територіальними соціально-економічними системами є неможливим без розроблення теоретико-методологічних засад реалізації зазначеного процесу. З цього погляду, актуальною науковою та практичною проблемою, що потребує першочергового розв'язання, є дослідження методологічних засад управління розвитком територіальних самоврядних спільнот низового рівня.

У територіальній структурі кожної держави можна виділити три рівні: національний, регіональний та первинний. Первинний рівень називають муніципальним. На муніципальному рівні функціонують найменші адміністративно-територіальні одиниці країни (первинні самоврядні спільноти), сформовані населеними пунктами або їх об'єднаннями.

В Україні ще відсутня комплексна концепція управління розвитком територіальних соціально-економічних систем. Так, у працях Р. Брусака, Г. Дробенка, В. Куйбіди, О. Невелева, І. Салія, Ю. Свірського, Ю. Шарова досліджуються лише окремі функціональні механізми управління розвитком міст. Управління розвитком сільських поселень вивчається з позиції ідентифікації села й сільського господарства, що обумовлює обмеженість простору пошуку заходів забезпечення розвитку економіки сільських територіальних громад з метою формування умов соціального прогресу сільських поселень. Тобто, зі сфери наукових досліджень випала проблема забезпечення управління економічним і соціальним розвитком селищ. Вітчизняні навчальні посібники з муніципального менеджменту розглядають, в основному, управління розвитком базових територіально-адміністративних одиниць як юридично-правове явище. Праці зарубіжних вчених не можна в повній мірі адаптувати до вітчизняних економічних, соціальних, політичних та історико-національних умов. На нашу думку, потребує дослідження населених пунктів не як просторово-територіальних систем, а як муніципальних утворень, що є суб'єктами економічних, соціальних і політичних відносин. Мета управління їх розвитком полягає у виявленні та використанні чинників, які визначають їх конкурентоспроможність, порівняно з іншими населеними пунктами, а

також сприянні забезпеченню привабливості для інвесторів, що обумовить досягнення реальних конкурентних переваг територій.

Мешканці окремого населеного пункту або їх об'єднання в територіальну громаду - складають первинну самоврядну спільноту, в межах якої реалізуються функції місцевого самоврядування, обраними громадою виборними органами, що мають певне фінансово-матеріальне забезпечення. У кожній державі населеним пунктам притаманні певні назви: община – в Німеччині; муніципалітет, тауншин, таун – у США; комуна – в Франції і Швеції; гміна – у Польщі. У нашій країні до населених пунктів віднесено базові територіальні одиниці: село, селище та місто. Відповідно до напрямків адміністративно-територіальної реформи в Україні, передбачено формування уніфікованої первинної адміністративно-територіальної одиниці – громади, що відповідатиме базовому рівню місцевого самоврядування в країнах Європи.

Абстрагуючись від чисельності мешканців, - множину територіальних соціально-економічних систем населених пунктів або їх об'єднань можна досліджувати як інтегративне поєднання наступних структурних складових:

— просторово-територіальна підсистема. Її наявність обумовлена існуванням певної території населеного пункту як елемента територіального комплексу регіональної соціально-економічної системи, яка належить до вищого рівня ієрархії;

— природно-ресурсна підсистема. Складові даної підсистеми обумовлюють наявність природо-ресурсного потенціалу населеного пункту;

— екологічна підсистема. Параметри даної підсистеми обумовлюють взаємозв'язок природних та антропогенних чинників, що визначають рівень комфортності та якості простору проживання мешканців населеного пункту;

— демографічна підсистема. Її формування обумовлюється кількістю мешканців населеного пункту та різноманітністю їх якісних характеристик;

— історико-культурна підсистема. Кожному населеному пункту притаманні історія та самобутність, які обумовлюють менталітет його мешканців;

— забудовно-архітектурна підсистема. Дана підсистема створена функціональними і планувальними частинами територіального утворення: житловою забудовою, культурним, побутовим і управлінським центром, зоною господарювання, інженерно-транспортними та ін. комунікаціями. Дотримання оптимальної пропорційності між даними елементами є важливою умовою сприяння життєспроможності системи поселення;

— соціальна підсистема. Вона сформована соціальними інститутами, які обумовлюють зміст існування й розвитку населеного пункту. Центральну ланку в їх сукупності являє первинний суб'єкт місцевого самоврядування – територіальна громада, яка є системоутворюючим чинником поселенської системи. Допоміжну ланку функціонування зазначеної підсистеми становить соціальне інфраструктурне забезпечення, яке покликане забезпечувати комплексне соціально-громадське обслуговування членів громади територіального утворення;

— соціально-трудова підсистема. Існування зазначеної підсистеми, яка сформована сферою практичного використання трудових ресурсів та механізмом компенсування їх використання акцентує увагу на важливості реалізації соціально-трудових відносин з метою досягнення стабільного розвитку поселенської системи;

— економічна підсистема. Її елементами є суб'єкти підприємництва і установи ринкового інфраструктурного забезпечення;

— фінансова підсистема. Її складовими є місцеві фінансові інституції і відносини, які виникають стосовно управління ними;

— управлінська підсистема. Її елементи представлені органами місцевого самоврядування та інститутами безпосередньої демократії населеного пункту, осередками організацій громадян, підрозділами управління на підприємствах, якими визначаються спрямування їх розвитку як складових соціально-економічних підсистем населеного пункту. Рівень ефективності функціонування даної підсистеми зумовлює спрямування і рівень динаміки соціально-економічного розвитку населеного пункту, обумовлює силу взаємозв'язків між підсистемами поселення.

У розвитку територіальної соціально-економічної системи мають місце спрямовані, закономірні та невідворотні трансформації. Порівняно із традиційною уявою, згідно з якою основною ознакою розвитку вважалася мінливість, - сучасне поняття «розвиток» поєднує такі взаємопов'язані характеристики: зміни, зростання, поліпшення, причому остання є головною.

Розвиток первинної самоврядної спільноти відбувається у двох взаємопов'язаних напрямках: соціальному та економічному, що визначає виокремлення соціального розвитку населеного пункту та економічного розвитку населеного пункту. Враховуючи зміст соціальної та економічної складових розвитку, можемо визначити сутність соціально-економічного розвитку первинної самоврядної спільноти.

Соціальний розвиток територіальної соціально-економічної системи – це процеси підвищення рівня соціального добробуту населення громадсько-територіального утворення шляхом запровадження соціальних

стандартів життя, які є гарантованими державою. Категорія «соціальний добробут» у широкому соціальному та економічному розумінні являє собою синтезуюче поняття, яке відображає всі сторони та основні елементи життєдіяльності (тобто, самореалізації та існування) людини, до яких варто віднести життєві умови, рівень задоволення людських потреб в різноманітних сферах їх прояву, а також параметри та показники, які визначають підсумковий рівень якості розвитку людини безпосередньо, тобто інтегральну якість її життя.

Різноплановість прояву життєдіяльності мешканців населеного пункту обумовлює різні сторони його соціального розвитку (рис. 1.).

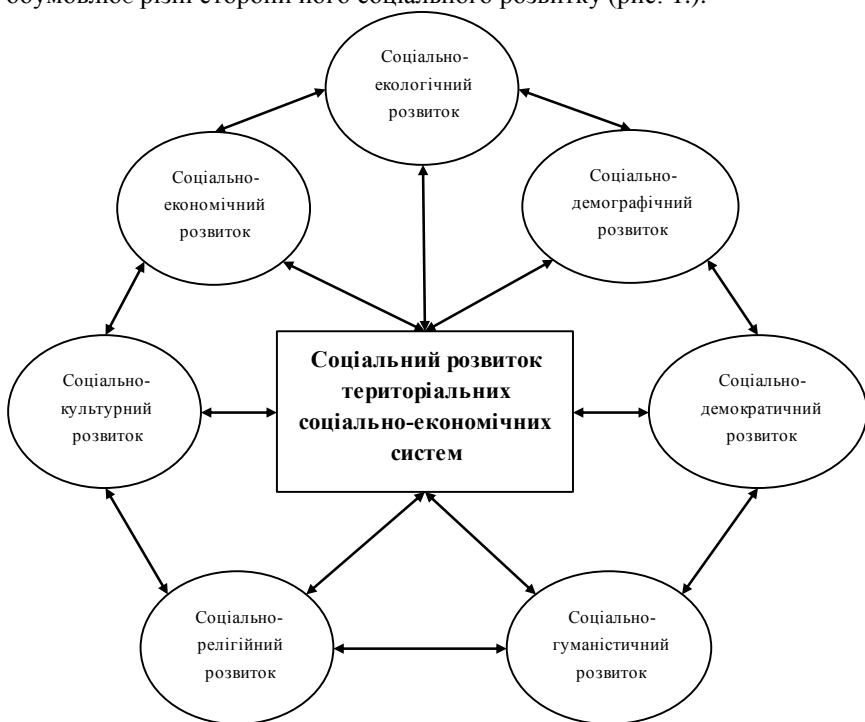


Рис. 1. Структурно-логічна модель соціального розвитку територіальних соціально-економічних систем

Лише дослідивши тенденції розвитку всіх зазначених складових є змога зробити висновок щодо наявності та характеру соціального розвитку територіальної соціально-економічної системи.

У вітчизняних наукових колах відсутня чіткість трактування поняття «економічний розвиток». При виведенні поняття «економічний розвиток

населеного пункту» доцільним є врахування всіх аспектів розуміння економічного розвитку теорією суспільного розвитку Г. Касселя, Й. Шумпетера та М. Кондратьєва. Відповідно, економічний розвиток – являє собою перехід економічною системою від одного стаціонарного стану до якісно іншого рівня на базі новітніх способів комбінування ефективного використання, для виробництва капітальних і некапітальних благ, наявних і обмежених ресурсів. Результати аналізу наукових праць свідчать, що складові поняття «економічний розвиток» являють: «економічна система», «ресурси» та «задоволення потреб».

Отже, економічний розвиток територіальної соціально-економічної системи характеризує процес трансформації, зростання і поліпшення кількісних і якісних ознак економічної підсистеми поселення через раціоналізацію використання природних, трудових, виробничих, фінансових та інвестиційних ресурсів на основі підприємницької діяльності і рівноправного поєднання різних форм власності з метою задоволення потреб самоврядної спільноти людей населеного пункту.

Серед основних критеріїв економічного розвитку територіальної соціально-економічної системи пропонуємо виокремити: збільшення показників кількісного і якісного рівня виробництва на підприємствах, що розміщені в межах населеного пункту; підвищення рівня продуктивності праці шляхом запровадження техніко-технологічних і організаційних інновацій; зниження рівня праце-, енерго- і матеріаломісткості виробленої продукції; збільшення питомої ваги мешканців населеного пункту, які зайняті підприємництвом, зниження рівня безробіття; зміцнення економічної бази місцевого самоврядування; створення робочих місць.

Важливим також є окреслення меж співвідношення соціально-економічного розвитку. Зважаючи на загальносвітові тенденції гуманізації, сучасного розуміння розвитку з точки зору, в першу чергу, соціального результату – поліпшення якості життєвого рівня людей, надає можливість застосовувати наступні положення:

— соціальний розвиток є ціллю розвитку територіальної соціально-економічної системи, економічний розвиток – засобом досягнення цієї цілі;

— соціальний розвиток є пріоритетним напрямком місцевої економічної та соціальної політики. Соціальний розвиток неможливий без економічного розвитку, без розвитку соціального - економічний розвиток втрачається сенс;

— соціальний і економічний розвиток є взаємнопроникаючими та взаємнообумовленими, становлячи єдину комплексну систему (рис. 2.).

Так, ресурсний потенціал територіальної соціально-економічної системи уможливорює досягнення економічного розвитку, метою якого є

розвиток соціальний, що обумовлює існування населеного пункту як елемента територіальних систем вищого ієрархічного порядку.

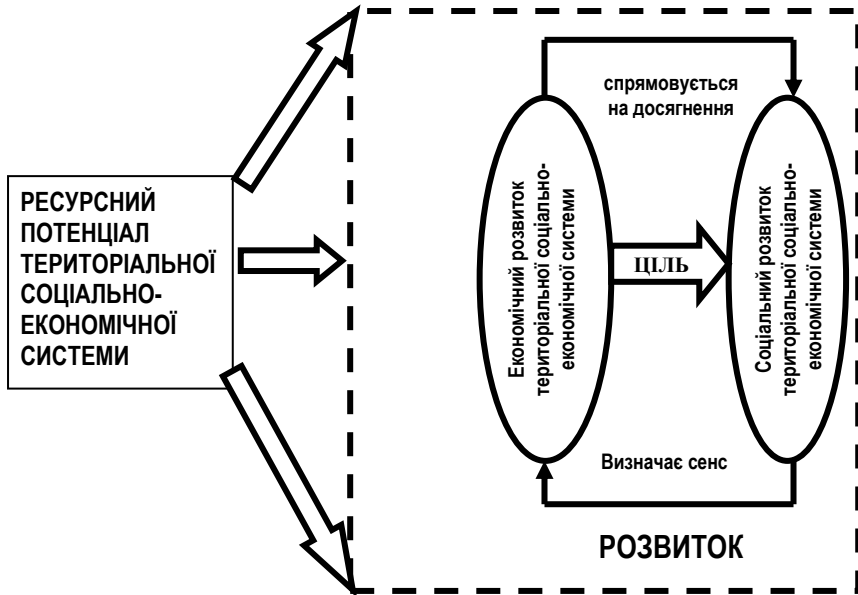


Рис 2. Взаємозв'язок економічного та соціального розвитку територіальної соціально-економічної системи

Населений пункт є ядром формування територіально-господарських систем регіонів – складних поліелементних утворень, особливості яких обумовлюють їх види: коопераційно-промислові, прикордонні, рекреаційно-природні, агломераційні та інші. Усі населені пункти, що входять до складу регіональної соціально-економічної системи, зумовлюють формування її господарсько-територіальної системи, якій притаманна дуже складна структурна побудова зв'язків між поселеннями, які у своїй взаємозалежності визначають загальні системні властивості, які не є властивими кожному населеному пункту. Безпосередньо, до таких властивостей відносяться: цілісність синергетичного характеру, взаємодоповнюваність елементів на функціональному рівні, геополітичний потенціал.

У контексті здійснюваного дослідження, важливим також є аналіз проблеми врахування місця населеного пункту в агломераційній системі міських населених пунктів і в неагломераційній. Міські агломерації в

нашій державі притаманні для Донеччини, Дніпропетровської, Київської, Львівської, Харківської областей, проте, зовсім відсутні у Тернопільській, Житомирській, Закарпатській областях. Якщо до складу великої міської агломерації входить мале місто, то баланс трудових ресурсів міста має визначатися, враховуючи зв'язки, які притаманні агломерації. За умов зазначеного місця в системі розселення, в місті може зберігатися вузька спеціалізація, а трудові ресурси даного міста, які не залучені до виробничих процесів, можуть бути застосовані до виробничих процесів на підприємствах та організаціях сусідніх міст. При формуванні територіально-господарських систем дисперсійного типу, при якому мале місто не є елементом великої міської агломерації, що властиве для міст Тернопільського регіону, оптимальна активізація забезпечується через комплексний розвиток, характерний великим містам, тобто шляхом розвитку міжрайонного центру.

У сфері економіки розвиток міст формує сприятливі умови для подальшого формування регіональної територіально-господарської системи і підвищення рівня динамічного розвитку національного господарства, посилення процесів інтеграції та кооперації, раціоналізації використання виробничих і трудових ресурсів. У соціальній сфері – формуються центри культурного та побутового обслуговування мешканців населених пунктів; створюються рекреаційні зони та центри туризму, відпочинку; здійснюється організація різноманітних і доступних місць використання трудових ресурсів, які забезпечують підвищення життєвого рівня населення. У сфері екології – забезпечується формування сприятливих екологічних життєвих умов для мешканців малих міст шляхом запобігання порушень та відновлення екологічного балансу у великих містах.

Розвиток є явищем об'єктивним. У населеному пункті, як і в будь-якій іншій соціальній системі, мають місце різнопланові процеси, зумовлені історико-географічними, соціальними та біологічними факторами: соціальними (формування соціальних угруповань: родин, сімей); біологічно-демографічними (народження, переселення, смертність); культурно-історичними (збереження звичаїв, традицій, обрядів); економічними (об'єднання зусиль різних суб'єктів господарювання, відкриття закладів сфери обслуговування).

Для того, щоб розвиток населеного пункту набув цілеспрямованого, передбачуваного характеру, відповідав критерію оптимальності ресурсовикористання, на нього слід чинити управлінський вплив. Вся різноманітність підходів щодо тлумачення поняття «управління» зумовлена складністю та багатогранністю даного соціального явища,

якому на сучасному етапі розвитку науки про управління дуже складно дати однозначне трактування.

Управлінським процесом передбачається наявність двох необхідних складових – суб'єкта управління (складова, що чинить управлінський вплив) і об'єкта управління (частина системи, на яку спрямований управлінський вплив, і якою, в решті решт, забезпечується реалізація соціальної місії певної управлінської системи). У такому визначенні містяться принципово важливі моменти. Зокрема, управлінський вплив суб'єкта управління на об'єкт з одностороннього явища трансформується у їх взаємодію, що більш повно відбиває діалектику соціальних систем. Крім того, використання критерію соціальної важливості результату управлінського впливу визначає соціальну спрямованість і соціальну місію будь-якої системи управління.

Управління розвитком населеного пункту здійснюється через інститут місцевого самоврядування. Місцеве самоврядування являє собою систему організації влади на місцевому рівні, за якої місцеві громади набувають реальної можливості в різний спосіб самостійно і незалежно від держави вирішувати проблеми, які стосуються організації їх життєдіяльності. Основою місцевого самоврядування є територіальна громада – його первинний суб'єкт, тобто населення, яке, внаслідок природного розселення, мешкає на певній території й має право вирішувати свої інтереси місцевого рівня [1].

Однією з об'єктивних причин необхідності існування в сучасній державі інституту місцевого самоврядування є теоретична ймовірність наявності розбіжностей на місцях (наприклад, у конкретному населеному пункті) між інтересами держави (загальнонаціональними інтересами) й інтересами певної громади. Інститут місцевого самоврядування покликаний розумно узгоджувати ці розбіжності. Інша причина – практична неможливість центрального державного регулювання усіх без винятку проблем, що виникають на місцях.

Місцевим самоврядуванням формуються належні умови для наближення влади до населення, створюється гнучка управлінська система, відповідним чином пристосована до місцевих особливостей та умов розвитку території, ініціюються заходи для розвитку громадянської активності. На місцевому (муніципальному) рівні зосереджуються значні резерви щодо підтримки та забезпечення зростання економіки, формування ефективного управлінського впливу і підвищення рівня соціального добробуту мешканців.

Реалізація місцевого самоврядування відбувається через муніципальне управління, що здійснюється через управлінську діяльність місцевих

органів самоврядування, яка спрямована на забезпечення соціально-економічного розвитку населених пунктів.

Економічний і соціальний розвиток населеного пункту як об'єкт муніципального управління набуває нових ознак:

— координованості (соціально-економічний розвиток розглядається як двобічна єдність процесу розвитку в цілому);

— прогнозованості (виникає можливість передбачення протікання соціально-економічних явищ, і, відповідно, програмування досягнення бажаного стану керованим об'єктом);

— керованості (зменшується рівень ймовірності хаотичних соціально-економічних процесів через оперативне реагування на зміни негативного характеру, які завчасно відслідковано);

— цілеспрямованості (розвиток орієнтовано на досягнення певної мети, а не заради розвитку);

— суб'єктивізму (об'єктивний процес розвитку набуває певного суб'єктивного забарвлення, що обумовлений управлінськими рішеннями окремих органів управління або посадових осіб);

— раціоналізму (суб'єкт управління одержує можливість обирати таку траєкторію розвитку, яка дозволить досягти найкращого результату за умов раціонального використання наявного ресурсного забезпечення);

— соціальної орієнтованості (всі важелі забезпечення соціально-економічного розвитку мають підпорядкованість єдиній меті – забезпечення соціального добробуту кожного члена територіальної спільноти);

— соціальний та економічний розвиток населених пунктів є невід'ємним чинником досягнення соціального, політичного та економічного розвитку держави загалом. Можливість забезпечення даного процесу реалізується через організацію ефективної управлінської системи, основним суб'єктом якої є орган місцевого самоврядування, що відповідає стратегічній орієнтації України на формування правової демократичної соціальної держави, якій притаманна соціально-орієнтована ринкова економіка.

В Україні станом на 1 січня 2014 р. нараховувалось 29885 населених пунктів, в тому числі 458 міст, 886 селищ та 28541 село. На базі цих населених пунктів сформовано 11519 територіальних самоврядних спільнот базового рівня, які, як зазначалося вище, доцільно уніфікувати як населені пункти [2]. Вітчизняна статистика не дозволяє здійснити моніторинг їх економічного розвитку за узагальнюючими показниками – динаміка валової доданої вартості, динаміка обсягу реалізованої промислової продукції, робіт, послуг, динаміка продукції сільського господарства, обсяг вироблених послуг, фінансовий результат (сальдо) від

звичайної діяльності до оподаткування інвестицій в основний капітал тощо. Проте, дослідження, які проводились у містах Тернопіль, Львів, Івано-Франківськ, малих містах Тернопільської області дозволяють констатувати низку типових явищ, які є викликами сучасного економічного розвитку міст, селищ, сіл. Будь-який економічний розвиток, у т.ч. економічний розвиток населених пунктів має певні цілі. Стосовно населених пунктів – це, в першу чергу, надання благ і послуг зі специфічними властивостями. Для реалізації цієї цілі має бути певна економічна основа – власність (у даному випадку комунальна власність, що належить територіальній громаді) і ресурси, які виступають факторами економічного зростання. Проблема їх нестачі або неефективного використання є однією з найсерйозніших перешкод у забезпеченні економічного розвитку. Для досягнення цілей економічного розвитку населений пункт має зробити стратегічний вибір, розробити стратегію свого розвитку. Сучасним процесам економічного розвитку населених пунктів характерні явища конкуренції і корпоратизації, структурної трансформації.

Всі зазначені елементи по своїй суті є викликами економічного розвитку, а це означає, що модель управління має реагувати на них, вони мають визначати структуру функцій управління. Для об'єктивації змісту останніх важливо діагностувати зміст кожного з елементів стосовно специфіки муніципального управління.

Надання благ і послуг зі специфічними властивостями ускладнює можливість їх отримання через ринок. Це породжує необхідність імплементації в модель управління продуктивної і координаційної функцій. Суть продуктивної функції полягає в забезпеченні громадян територіальної громади суспільними благами, які мають дві відмінні особливості: а) їх не можна надавати комусь одному, не зробивши доступними для решти; б) важко обмежити коло споживачів цих благ лише тими, хто платить. Оскільки приватним фірмам виробляти і продавати такі блага важко, то їх забезпечують органи місцевого самоврядування або комунальні підприємства, які за статусом є, як правило, неприбутковими організаціями. Звідси впливає функція координації діяльності підприємств комунальної власності на території, суть якої полягає в узгодженні дій підприємств комунальної власності та місцевих органів самоврядування в питаннях надання окремих благ та послуг. Найбільш гострою ця проблема є щодо будівництва та експлуатації житла, використання території, вибору системи сплати за послуги.

Власність як економічна база. В населених пунктах економічною основою їх розвитку є комунальна власність, тобто власність

територіальної громади. До її об'єктів відносять: речовинно-матеріальні (природні ресурси, в т.ч. земля, майнові частки в статутних фондах господарських товариств, майно комунальних підприємств та організацій, майно місцевих органів самоврядування, об'єкти соціального інфраструктурного забезпечення); фінансові і грошові цінності (цінні папери, позабюджетні фонди, місцевий бюджет).

Станом на початок 2014 р. частка комунальної власності в Україні склала 7,6 % об'єктів ЄДРПОУ. Комунальна власність налічує 74252 об'єкти [3]. Проте, механізм управління власністю територіальних громад не є достатньо відпрацьованим, неефективним є управління процесами трансформації комунальної власності (орендою, заставою, приватизацією, передачею у концесію, іпотекою тощо). Ці питання у більшості випадків вирішуються інтуїтивно. Відсутність досконалих методик оцінки ринкової вартості об'єктів, які лягли в основу прийняття управлінських рішень, є одним із найсерйозніших викликів муніципальному управлінню. У функціональній структурі моделі управління слід чітко виокремити дві важливі функції: оцінка вартості об'єктів комунальної власності і управління комунальною власністю, в т.ч. власністю, яка залишається у господарському віданні і власністю, яка підлягає трансформаційним перетворенням.

Проблема ресурсів як виклик. Населений пункт для виконання завдань економічного розвитку використовує різні ресурси. Зазвичай, на практиці до уваги беруться фінансові (або навіть бюджетні) і частково матеріальні ресурси. Проте, бажані цілі економічного розвитку можуть бути досягнуті лише за умови повного врахування їх складових, що породжує необхідність їх класифікації, раціонального і ефективного управління. З методичної точки зору, слід розрізнити ресурс населеного пункту і ресурс органу місцевого самоврядування. Ресурс населеного пункту, окрім ресурсу органу місцевого самоврядування, включає в себе ресурси, що є у розпорядженні підприємств і організацій, домашніх господарств, громадських організацій, релігійних конфесій, інших країн (комерційні представництва ТНК, спільні підприємства), що діють на території населених пунктів. За споживчими характеристиками в процесі забезпечення функціонування і розвитку населених пунктів слід розрізнити ресурси: територіально-просторовий, природний, екологічний, демографічний, інформаційний, фінансовий, ринкової інфраструктури, управлінський, матеріальний.

Проблеми надлишку або дефіциту ресурсу, ступеня залучення його в економічний процес і ефективної віддачі породжують дві важливі функції населених пунктів – захисту та ресурсозбереження. Захисна функція полягає в тому, що «тому, хто засіяв поле, буде дозволено зібрати

урожай». Ресурси, права власності на які не чітко визначені або недостатньо захищені, зазнають надмірної експлуатації (природні, просторові), розкрадання (фінансові, матеріальні) тощо. Населені пункти зобов'язані виконувати функцію ресурсозбереження, яка передбачає відхід від усталеної системи управління матеріальними і фінансовими ресурсами, характерної для бюджетних організацій. Управління ресурсами має базуватись на засадах менеджменту, мезологістики, програмно-цільового підходу. Дефіцит просторового та інвестиційного ресурсу актуалізує функції проектування, планування території, зонингу, представлення промоцій населених пунктів і залучення інвестицій.

Особливої уваги заслуговують виклики, обумовлені слабкістю фінансової бази місцевих органів самоврядування. В доходній частині бюджетів України частка місцевих бюджетів у 2014 р. склала 25,1 %, а у видатковій – 37,9 %, при цьому ця частка в останні роки мала тенденцію до зниження [3]. Тісна залежність умов формування фінансової бази населених пунктів від політики центру, яка складалась роками, зумовила ситуацію, коли функції управління фінансами міста, села, селища зводяться, в основному, до планування і контролю використання місцевого бюджету, що недостатньо за умов децентралізації управління. Відсутній механізм трансферу фінансових ресурсів на базовий рівень територіальних громад. Уже сьогодні реальність диктує необхідність впровадження більш гнучкого управління фінансовими ресурсами населених пунктів, яке б включало аудит бюджету, фінансове прогнозування і перспективне фінансове планування, механізм об'єднання фінансових ресурсів первинних суб'єктів місцевого самоврядування, механізм муніципальної позики, регулювання економічного розвитку через гнучку систему місцевих податків і зборів.

Серйозною перешкодою посилення ресурсних можливостей населених пунктів є недосконалість адміністративно-територіального устрою України. Адміністративно-територіальні одиниці України є недостатньо компактними, має місце утворення анклавів, черезсмужність і багатосмужність.

Стратегічний вибір і стратегія. Виклики економічного розвитку диктують стратегічне бачення і стратегічний вибір територіальної громади. Стратегічне бачення – це спільне, погоджене на основі консенсусу бачення того, як місто (селище, село) має виглядати в майбутньому. Стратегічне бачення є вступом до стратегічного вибору, пояснює вихідну позицію, з якої члени комітету стратегічного планування розпочинають створення плану. Стратегічне бачення містить ідеї, які представники влади місцевого рівня, бізнесу і громадяни вважають найважливішими для майбутнього (диверсифікація промислового

виробництва, підвищення привабливості інвестицій, розвиток транспортного центру, підвищення кваліфікації робочої сили тощо). Продуктом спільного вибору лідерів громади є стратегічний план, в основу якого покладається принцип зосередження зусиль на пріоритетних питаннях розвитку. Стратегічне планування як функція в моделі управління населеними пунктами в Україні лише зароджується, хоча в США – використовується з 70-х років, а в країнах Західної Європи – з середини 80-х років ХХ ст. У стратегічному плануванні можуть використовуватися різноманітні алгоритми – Алгоритм Бейлі, багатоступеневе планування, модель Мейерсона, метрополітенівське планування Хейвуда. Проте, досвід роботи у складі робочої групи по роботі над проектом Стратегії розвитку Тернопільської області на період до 2020 року свідчить, що існує низка проблем, які вимагають законодавчого врегулювання і обмежують можливості різних суб'єктів територіальної громади щодо здійснення місії реалізації стратегічного плану.

Корпоратизація як виклик. Явище корпоратизації, яке властиве сучасним процесам економічного розвитку не може не зачепити населені пункти в цілому, і органи місцевого самоврядування, зокрема. В усьому світі муніципалітети є корпоративними структурами (мають рахунок в банку, беруть участь в операціях на ринку цінних паперів, мають частки (паї) в майні господарських товариств, здійснюють випуск цінних паперів тощо), що обумовлює впровадження функції корпоративного управління. Актуалізується функція управління частками майна населених пунктів у майні господарських товариств, посилення контролю за ефективністю використання цього майна. Особливої уваги для населених пунктів вимагає досвід функціонування безприбуткових корпорацій, які використовуються для здійснення проявів соціальної відповідальності, доброчинності, просвіти, спорту, культурного розвитку, охорони природи і недопущення негативних соціальних явищ, в яких має місце заборона на отримання власної вигоди.

Структурна трансформація як проблема. У першу чергу, вона зачепила інституційну структуру економіки населених пунктів. За період незалежності в Україні змінили комунальну форму власності 44819 об'єктів [2]. Проте, соціальна ефективність цих процесів слабо простежується. На практиці низка населених пунктів не може забезпечити конституційно гарантовані суспільні блага і послуги територіальній громаді (особливо це стосується сільських населених пунктів). У результаті недостатньої диверсифікації виробництва частина населених пунктів (монофункціональних міст, селищ) знаходиться на стадії стагнації. Даний виклик актуалізує функцію структурної корекції економіки.

Конкуренція як виклик. Конкуренція між населеними пунктами настільки ж важлива як між підприємствами. Конкуренція між населеними пунктами дозволяє підвищити інвестиційний клімат, умови залучення інвестицій. А конкуренція між органами місцевого самоврядування і приватними підприємствами спонукає місцеві органи влади краще служити інтересам людей, на вищому рівні надавати управлінські та соціально-комунальні послуги. Це вимагає імплементації в модель управління населеними пунктами функцій оцінки конкурентоспроможності території, управління конкурентоспроможністю населеного пункту. Можна пропонувати процесний підхід, який передбачає: підпроцес взаємодії з підприємствами комунальної власності, підпроцес взаємодії з малими і середніми підприємствами (у першу чергу, через механізм їх підтримки, закупівель муніципальних послуг), підпроцес взаємодії з державними органами центрального і регіонального рівнів влади, підпроцес взаємодії з фінансовими структурами, підпроцес взаємодії з власниками майна, що є на території, підпроцес взаємодії із споживачами суспільних благ і послуг.

У процесі реалізації функції управління конкурентоспроможністю органи управління населеним пунктом мають забезпечити його високий бізнес-імідж.

На жаль, діюча в Україні система організації влади на місцевому рівні не відповідає загальноприйнятим європейським принципам і не дозволяє в повній мірі забезпечувати реалізацію принципів децентралізації та субсидіарності.

З організаційної точки зору, модель управління населеним пунктом, на наш погляд, має: по-перше, реалізувати ідеї моделі «муніципального дуалізму», поступово наближаючись в перспективі до громадівської моделі; по-друге, забезпечувати модель взаємодії «центр-місцевість», що найбільш відповідатиме Європейській системі влади; по-третє, поєднувати засади лінійно-функціонального типу організаційної структури з використанням (при необхідності) організаційних структур штабного або матричного типу; по-четверте, сформувати інститут демократичної влади, заснованої на принципах партнерства, трикутника «орган місцевого самоврядування – бізнес – населення (споживач послуг)».

Таким чином, сучасна модель управління розвитком низовими територіальними соціально-економічними системами України повинна базуватись на засадах менеджменту з усіма його складовими: муніципальним маркетингом, моніторингом, антикризовим управлінням, ризик-менеджментом, застосуванням інструментарію стратегічного та ситуативного управління.

Список використаних джерел:

1. Про місцеве самоврядування в Україні. – Закон України за № 280/97-ВР від 21 травня 1997 р. [Електронний ресурс] / Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80/page>
2. Офіційний сайт Асоціації міст України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.auc.org.ua>
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sta.gov.ua>

Федотова Я.Г.

ПРОБЛЕМА ІНЕРЦІЙНОСТІ АДМІНІСТРАТИВНОГО ПІДХОДУ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ БАР'ЄРИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ У МУНІЦИПАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

Аналіз практики управління підприємствами у муніципальній економічній системі в частині їх забезпеченості фінансовими ресурсами засвідчив, що вона характеризується:

- неналежною забезпеченістю власними фінансовими ресурсами;
- недостатньою фінансовою стабільністю, залежністю від кредиторів і високим ступенем фінансового ризику підприємств;
- переважанням залученого капіталу, що повинно враховуватися при прийнятті управлінських рішень щодо покращення структури фінансування діяльності підприємств.

Важливим елементом формування системи управління підприємством є виявлення тих чинників зовнішнього оточення та внутрішнього середовища, які найбільш негативно впливають на можливості ведення бізнесу та мінімізації проявів їх деструктивного впливу.

Що стосується зовнішнього середовища, нестабільність державної політики є, на думку бізнесу, найсуттєвішим бар'єром для ведення бізнесу в Україні. Так вважають керівники бізнесу в 21 із 27 регіонів України. На другому місці в рейтингу найбільш проблемних факторів для ведення бізнесу розташувалася податкова політика. Корупція, як і роками раніше, займає третю позицію у рейтингу – 11,3 %. Такі результати спеціального питання в рамках опитування більш ніж 2080 керівників компаній у 27 адміністративних регіонах України в 2013 році (рис. 1, рис. 2) [1].

До внутрішніх причин, які зумовлюють недосконалість практики управління підприємствами приладобудування у муніципальній економічній системі, віднесемо: недосконалість функціонального управління підприємством, часта суперечність цілей управління підприємством цілям його структурних підрозділів, низький рівень адаптивності до змінних умов діяльності, неефективне управління персоналом.

Процеси управління державними організаціями тісно пов'язані з адміністративно-державною діяльністю, яку можна визначити як процес досягнення національних цілей і завдань через державні організації, і яка поширюється на органи законодавчої, виконавчої і судової влади.



Рис. 1 Найпроблемніші фактори для ведення бізнесу в Україні*

*Примітка. Джерело [1]

Сучасна версія адміністративного менеджменту державних організацій представляє собою синтез New Public Management та Public Administration – новий адміністративно-державний менеджмент [2].

В умовах становлення України як самодостатньої незалежної держави особливо актуальним є питання формування ефективного адміністративного менеджменту як на рівні здійснення державної політики, так і на рівні функціонування державних органів, які створені державою для здійснення відповідних завдань і реалізації управлінських функцій.

Об'єктами адміністративного менеджменту органів державної влади є: організаційні відносини (субординації, розмежування повноважень та ін.); організаційні взаємозв'язки (інформаційно-комунікаційні, між рівнями ієрархії, лінійності, функціональності і т.п.); функції органу державної влади; процедури (затвердження документів, контролю виконання рішень, реорганізації та ін.); норми (керованості, підпорядкованості і т.п.); організаційна структура; процес надання адміністративних послуг [3].

	В середньому по Україні	Банки	Видобувна промисловість	Інші послуги юридичним особам	Інвестиційні компанії	Переробна промисловість	Готелі та ресторани	Виробництво електроенергії, газу та води	Сільське господарство	Страхові компанії	Будівництво	Торгівля	Транспорт і зв'язок
Нестабільність державної політики	16,9	16,5	20,5	17,0	16,5	16,0	17,8	15,9	19,3	22,9	18,2	16,4	14,7
Податкова політика	13,8	9,9	17,2	3,2	23,0	15,4	9,7	10,7	10,9	19,0	12,1	15,9	14,7
Корупція	11,3	14,8	6,1	12,5	15,1	10,8	7,2	8,3	9,4	13,5	13,8	12,6	9,6
Податкові ставки	10,0	6,0	9,8	9,4	8,6	11,5	12,1	11,2	7,6	5,0	9,6	11,7	8,8
Неефективність держапарату (у т.ч. дозвільної системи)	9,9	12,2	8,7	10,2	18,0	9,8	12,1	7,8	10,2	9,5	10,0	8,7	11,6
Нестабільність місцевої та державної влади	6,8	7,3	10,0	7,2	-	6,2	8,7	8,9	5,7	8,2	8,2	6,6	6,6
Інфляція	6,5	9,0	5,9	7,0	0,7	5,4	11,8	7,0	7,0	10,6	4,5	7,4	5,6
Доступ до фінансування	6,5	6,5	5,0	6,0	4,3	6,0	-	12,8	7,2	4,3	11,4	4,0	7,7
Низька кваліфікація робочої сили	4,8	2,2	3,1	5,4	4,3	6,4	5,0	5,3	5,2	3,4	3,8	3,5	3,7
Нерозвинена інфраструктура	4,1	4,9	1,5	4,1	-	3,6	5,9	7,1	4,2	7,5	3,4	2,8	6,1
Доступ до земельних ресурсів	2,4	1,1	7,2	2,4	-	1,5	3,1	0,9	8,0	0,2	1,9	1,7	1,2
Обмежувальне трудове законодавство	2,1	1,9	1,7	2,2	-	2,0	5,3	2,2	1,9	1,9	1,6	2,3	2,3
Регіональна митна політика	2,0	0,8	-	0,9	1,4	3,0	0,9	-	0,6	0,5	0,3	2,8	3,9
Валютне регулювання	1,6	4,6	0,2	1,1	6,5	1,7	0,6	0,2	0,8	1,0	0,6	2,2	0,9
Злочинність і крадіжки	1,3	2,4	3,1	1,2	1,4	0,8	0,6	1,9	2,1	0,8	0,4	1,4	1,6

Рис. 2. Найбільш проблемні чинники ведення бізнесу за секторами економіки в Україні, частка респондентів, які зазначили чинник як найбільш проблемний, %*

*Примітка. Джерело [1]

Адміністративно-державне управління є одним із напрямів управління суспільством. Адміністративне управління з боку органів державної влади різних рівнів чинить вплив на роботу елементів економічної системи, якими є муніципальна економіка та підприємство як її елемент. Тому, адміністративний підхід слід розглядати як інституційний чинник (бар'єр або стимул) модернізації технологій управління підприємством у муніципальній економічній системі.

У рамках власної концепції (класичної школи) досліджував поняття адміністрування А. Файоль. Управління, під яким в термінології А. Файоля розумілося адміністрування, він розглядав як єдність прийомів, принципів, правил, направлених на здійснення ефективної діяльності, при оптимальному використанні можливостей організації і її ресурсів [4].

У праці «Загальне та промислове управління» учений представив сферу діяльності організації у вигляді шести напрямків (рис. 3). Основним серед напрямів діяльності організації, поданих на рис. 3, А. Файоль вважав адміністрування.

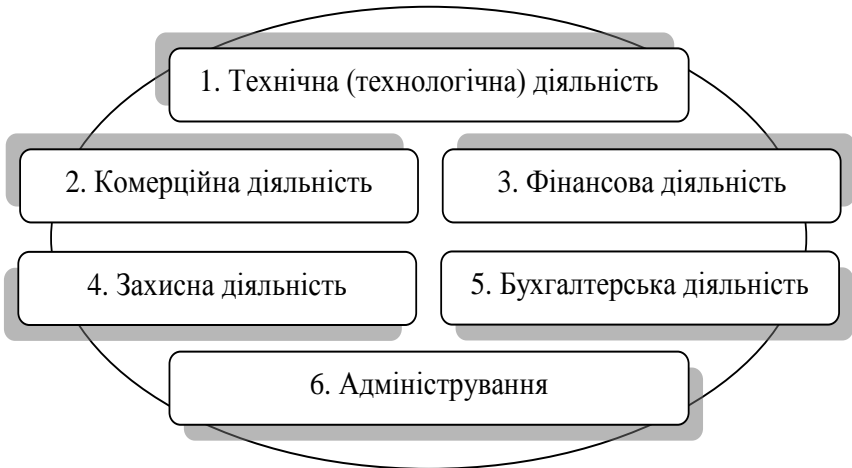


Рис. 3 Основні напрями діяльності організації (за А. Файолем)*

*Примітка. Сформовано автором самостійно на основі джерела [4]

Системний аналіз адміністративнодержавної бюрократії здійснив відомий німецький соціолог М. Вебер; він розробив теоретичну модель раціонально організованої бюрократії – т. зв. «ідеальний тип бюрократії», що відповідає цілям динамічних індустріальних суспільств. Подальші наукові дослідження М. Вебера, В. Вільсона, Ф. Гуднау започаткували

перший етап у формуванні теорії адміністративнодержавного управління як самостійного наукового напрямку і обґрунтували необхідність реформування апарату адміністративнодержавного управління на засадах наукових розробок та його відмежування від сфери політики [5]. Основні положення адміністративної-державної школи менеджменту є актуальними і сьогодні.

Аналіз проблеми інерційності адміністративного підходу як інституційного бар'єру модернізації технологій управління підприємствами приладобудування в муніципальній економічній системі вимагає розкриття змісту понять «інституція», «державні інституції», «адміністративні бар'єри».

У такому контексті зазначимо, що «в інституційно-розвиненому суспільстві інституції виступають механізмами, які забезпечують рівність інтересів усіх учасників ринку або членів суспільства і, перш за все, охоплюють законодавство та інститути, що забезпечують виконання встановлених правил і норм у певній сфері діяльності. Під державними інституціями розуміють сукупність норм та правил у будь-якій сфері суспільних відносин, органи законодавчої і виконавчої влади, а також органи місцевого самоврядування, які забезпечують контроль за їх дотриманням» [6].

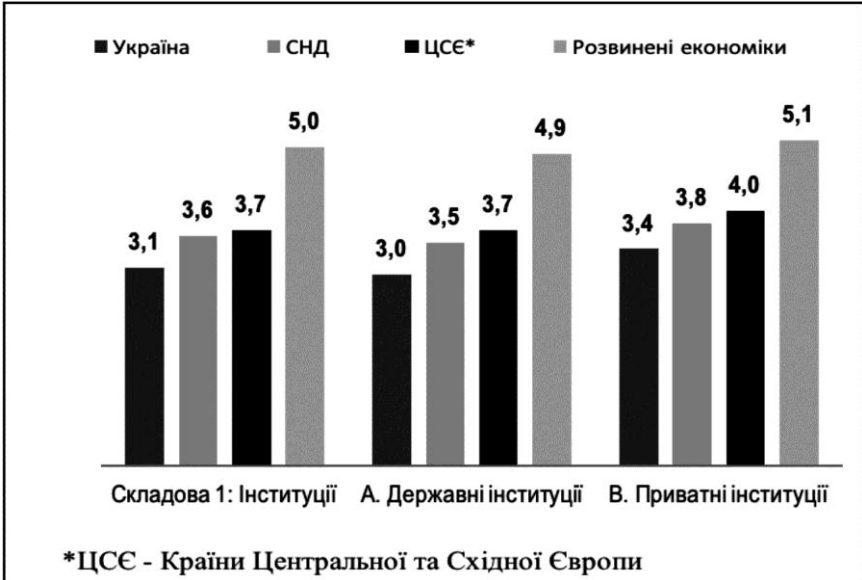
Інституції можуть бути державними і приватними. Усі вони формують основу інституційного середовища (через уряд, бізнесові структури та індивідів, які взаємодіють між собою), якість якого впливає на кожного з учасників та їх управлінські рішення.

Основними інституційними факторами, що негативно впливають на розвиток конкурентного середовища в Україні умовах ринкової економіки, що розвивається, були і залишаються адміністративні бар'єри.

Інституції лишаються найслабшим місцем конкурентоспроможності української економіки. У Звіті про глобальну конкурентоспроможність за 2012 рік Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) за даною складовою Україна посіла лише 132-е місце з 144 країн світу – на одну позицію нижче порівняно з минулим роком. Такий результат є одним із найгірших не лише відносно країн ЄС та інших розвинених економік, а й порівняно з найближчими сусідами. За рівнем розвитку інституцій Україна поступається усім країнам СНД, за винятком Росії та Киргизії, у яких – 133-є і 137-є місця відповідно (рис. 4).

Адміністративні бар'єри на шляху розвитку підприємництва – це акти та дії органів влади, що суттєво перешкоджають створенню та розвитку підприємницьких структур. Адміністративні бар'єри відображають інституційні обмеження суспільства, що покликані захистити споживачів від неякісної продукції, знизити можливості опортуністичної поведінки

підприємців, забезпечити ефективну конкуренцію. Проте, перевищення оптимальних меж адміністрування призводить до зниження рівня конкурентоспроможності ринкового середовища та формує схильність підприємців до подолання бар'єрів неринковими методами [8].



*Рис. 4 Оцінки складової інституцій та її компонентів для України, а також груп країн Індексу глобальної конкурентоспроможності**

*Примітка. Джерело [7]

У цілому, вся сукупність адміністративних бар'єрів, хоча й має у своїй основі творчі мотиви, проте на практиці часто чинить негативний вплив на конкурентне середовище. Адміністративні бар'єри створюють додаткові перешкоди для входу у галузь нових фірм, збільшують монопольну владу діючих виробників, сприяють появі та розширенню інститутів тіньової економіки. У трансформаційних економіках унаслідок адміністративних бар'єрів трансакційні витрати залишаються на недопустимо високому рівні, що обмежує обсяг і кількість угод та призводить до збільшення граничних витрат підприємств. Очевидно, що для створення більш сприятливих умов для роботи приватного сектору та розвитку конкуренції, слід спростити й зробити більш прозорим регулятивне середовище [9].

Незаперечність впливу інституційних бар'єрів на підприємницьку діяльність на місцевому рівні, управління підприємствами приладобудування та вибір ними напрямів модернізації технологій

управління вимагає визначення інституційних бар'єрів, які негативно впливають на вибір приладобудівними підприємствами напрямів модернізації технологій управління та знижують рівень «вірності» їх формування.

На даний час, поточна економіко-політична ситуація в державі чинить неефективний вплив на потенціал та зростання рівня конкурентоспроможності сучасних вітчизняних підприємств приладобудування. Більше того, недоліком оцінки впливу діяльності місцевих органів влади на рівень конкурентоспроможності підприємств може бути її суб'єктивність, оскільки всі показники (рівень свободи бізнесу, надійність роботи правоохоронних органів, антикорупційна діяльність, рівень об'єктивності чиновників при прийнятті рішень та ін.) можуть бути розраховані тільки експертним шляхом [10].

Виходячи з того, що адміністративні бар'єри відображають інституційні обмеження суспільства, покликані забезпечити ефективну конкуренцію, дослідимо, які саме інституційні фактори посприяли цій позитивній динаміці.

У цілому, інституційне середовище визначається правовою та адміністративною інфраструктурою, у межах якої суб'єкти підприємницької діяльності та органи державної влади взаємодіють з метою створення суспільної, зовнішньої і внутрішньої вигоди.

Приватна (внутрішня) вигода характеризує зростання добробуту безпосередніх споживачів даного блага, які є його покупцями. Зовнішня вигода характеризує збільшення добробуту всіх третіх осіб, викликане виробництвом та споживанням даного блага. Соціальна (суспільна) вигода характеризує сукупну внутрішню і зовнішню вигоду як безпосередніх споживачів, так і всіх третіх осіб, пов'язану з виробництвом та споживанням даного продукту [11].

Значущість сприятливого інституційного середовища стала більш очевидною під час недавньої фінансово-економічної кризи. Інституції та якість інституційного середовища суттєво впливають на конкурентоспроможність та економічне зростання. Їх вплив позначається на інвестиційних рішеннях та організації виробництва, а також впливає на те, у який спосіб суспільства розподіляють вигоди й витрати (наприклад, власники землі, корпоративних акцій або ж інтелектуальної власності не інвестуватимуть у свою власність, якщо їм не гарантоване право на неї).

Впровадження автоматизованих систем управління дозволяє оптимізувати і інтегрувати всі бізнес-процеси в компанії, створити швидку й ефективну систему взаємодії між усіма підрозділами і з зовнішніми партнерами.

Згідно з результатами опитування керівників бізнесу, в середньому по регіонах досить низький рівень впровадження АСУ (3,53 бали), причому лише у 8 % компаній бізнес-процеси повністю автоматизовані (вища оцінка – 7 балів) і ще в 13 % – майже повністю (6 балів), що можна порівняти з середніми показниками в Євросоюзі. Великі компанії дали очікувано більш високу оцінку (4,22 бали), ніж середні (3,37 бали) і малі (3,53 бали); втім, лише 6 % великих компаній заявили про повну автоматизацію, тоді як цей самий показник для середніх компаній склав 5 %, а для малих – 10 %. Найвищі оцінки поставлені у фінансовому секторі (банки, страхові та інвестиційні компанії), навпаки, в секторах виробництва і розподілу електроенергії, газу та води і будівництва оцінки найнижчі (2,96 і 3,04 бали відповідно).

Якість інституцій в Україні залишається на вкрай низькому рівні, що засвідчують численні дослідження міжнародних установ. Наприклад, за даними Всесвітнього економічного форуму в цілому індекс глобальної конкурентоспроможності України (The Global Competitiveness Index) у 2014-2015 рр. Індекс глобальної конкурентоспроможності складається з більш ніж 100 змінних, які становлять 3 основні групи субіндексів: «Основні вимоги», «Підсилювачі продуктивності» та «Інновації та фактори вдосконалення» для 140 держав.

Важливим для аналізу є дані щодо результатів оцінювання інституційного забезпечення ведення бізнесу в Україні (табл. 1).

Таблиця 1

Результати оцінювання інституційного забезпечення ведення бізнесу в Україні*

Індекс глобальної конкурентоспроможності (позиції України за основними складовими)		2014-2015 (серед 144 країн)	2015-2016 (серед 140 країн)
		76	79↓
Основні вимоги		87	101↓
ІНСТИТУЦІЇ		130	↑130
	Державні установи	131	↑130
	право власності	135	↑131
	етика і корупція	120	↑107
	зловживання впливом	131	↑125
	марнотратство державних витрат	138	↑134
	безпека	124	132↓
	Приватні установи	120	↑110
	корпоративна етика	98	↑76
	підзвітність	127	130↓

*Примітка. Джерело [12]

Згідно з даними дослідження, Україна найбільше втратила позицій за показниками, які характеризують розвиток інфраструктури, макроекономічне середовище та розвиток фінансового ринку країни. Причому, за деякими позиціями країна «очолює» списки з кінця, зокрема, за міцністю банків нам присвоєно 140 місце зі 140 країн світу; за регулюванням фондових бірж –135, за інфляційними змінами –134 [12].

Отримані результати підтверджуються й іншими авторитетними дослідженнями. Наприклад, рейтинг «Doing Business» охоплює 189 держав світу і умови для ведення бізнесу протягом II півріччя 2014 – I півріччя 2015 років, у межах якого здійснена оцінка за найбільш суттєвими для бізнесу умовами бізнесу (рис. 5).



Рис. 5. Позиції України за основними показниками рейтингу легкості ведення бізнесу*

*Примітка. Джерело [13]

Найбільш критичними, як свідчать показники, є саме фінансова сфера та інституційне забезпечення ведення бізнесу.

Якість функціонування інституцій розглядається через формування законодавчої і нормативно-правової бази, відповідне ставлення уряду до прав і свобод не тільки громадян, а й суб'єктів господарювання. Сьогодні занадто великий апарат і бюрократія, надмірне державне регулювання, корупція, нечесність при складанні й виконанні держзамовлень, недостатність прозорості й надійності державної діяльності, її нездатність надавати бізнесу необхідні послуги, політична залежність тощо. Це

призводить до значних економічних витрат та уповільнює процеси розвитку.

Незважаючи на те, що в економічній літературі увагу приділено переважно державним інститутам, приватні інститути також є важливим елементом процесу створення переваг. Події, пов'язані з останньою глобальною економічною кризою, а також із численними корпоративними скандалами, виявили значущість стандартів бухгалтерського обліку, звітності й прозорості, які дають змогу не лише попередити шахрайство та неефективне управління, а й зберегти довіру інвесторів і споживачів.

Економічне зростання базується на діяльності бізнесу, що сповідує принципи чесного управління, де керівництво дотримується суворих етичних норм у відносинах із державою, іншими компаніями та громадськістю, в цілому. Прозорість приватного сектору є важливою і обов'язковою характеристикою бізнесу. Її можна реалізувати шляхом дотримання відповідних стандартів, а також використовуючи практики аудиту й бухгалтерського обліку, які забезпечують своєчасний доступ до інформації [14].

У контексті цього слід зазначити, що «дедалі більшої популярності у світі набуває стандарт звітності, розроблений Міжнародною радою з питань інтегрованої звітності (International Integrated Reporting Council – IIRC). Особливість інтегрованої звітності (IR) полягає в тому, що, концентруючись на шести типах капіталу компанії (фінансовому, виготовленому, інтелектуальному, людському, соціально-репутаційному та природному), вона холистично презентує як фінансові, так і нефінансові показники своєї діяльності [15].

Оцінка порівняння результатів показника «інституції» міст – Києва, Львова та Тернополя подано в табл. 2.

Таблиця 2

Порівняння результатів оцінки показника «інституції» та його зміни в містах: Київ, Львів, Тернопіль за період 2009-2013 рр.*

Роки	Показник «інституції» по м. Київ, пункти	Зміна, (+; -)	Показник «інституції» по м. Львів., пункти	Зміна, (+; -)	Показник «інституції» по м. Тернопіль, пункти	Зміна, (+; -)
2009	3,10	-	3,40	-	-	-
2010	3,40	0,30	3,70	0,30	-	-
2011	3,18	-0,22	3,46	-0,24	3,75	-
2012	3,32	0,14	3,55	0,09	3,87	0,12
2013	3,46	0,14	3,75	0,20	3,88	0,01

*Примітка. Сформовано автором самостійно на основі джерел [240-244]

Дані табл. 2.5 показують, що зміна показника «інституції» у досліджуваних містах за період 2009-2013 рр., в цілому, є позитивною. Так, якщо у 2009 році показник «інституції» в розрізі міст Києва та Львова становив 3,10 і 3,40 пункти відповідно, то у 2013 році – 3,46 і 3,75 пункти відповідно. Показник «інституції» по м. Тернопіль у 2013 році збільшився порівняно з 2011 року на 0,13 пункти.

Проведемо оцінку змін інституційного показника у розрізі його структурних елементів. Результати оцінки показника «інституційне середовище» в містах – Києві, Львові та Тернополі та його динаміка впродовж 2009-2013 рр. представлено в табл. 3.

Таблиця 3

Результати оцінки показника «інституційне середовище» у містах – Києві, Львові, Тернополі та його динаміка за період 2009-2013 рр.*

Ренкінг підскладових інституційного середовища, пункти		Період, роки				
№ з/п	Назва	2009	2010	2011	2012	2013
м. Київ						
1	Права власності	3,20	3,60	3,49	3,81	4,19
2	Охорона інтелектуальної власності	2,60	3,20	2,67	2,82	2,94
3	Нецільове використання бюджетних коштів	2,30	2,80	2,43	2,50	2,59
4	Довіра громадськості до політиків	1,60	1,70	1,40	1,85	2,16
5	Хабарі та неформальні платежі	-	-	3,19	3,28	3,44
6	Незалежність судової системи	2,20	2,30	1,98	2,12	2,34
7	Фаворитизм у рішеннях чиновників	2,90	2,90	1,73	2,07	2,41
8	Марнотратство у бюджетних витратах	3,40	2,70	3,54	3,59	3,59
9	Тягар адміністративного регулювання	3,10	2,30	2,15	2,31	2,74
10	Ефективність правової системи у врегулюванні суперечок	3,00	-	2,18	2,41	2,67
11	Ефективність правової системи в оскарженні регуляторних актів		-	2,22	2,55	2,67
12	Прозорість політики держорганів	3,30	2,80	4,14	4,53	4,61
13	Втрати бізнесу від загрози тероризму	6,40	5,80	6,43	6,45	6,26
14	Втрати бізнесу від злочинності та насильства	5,30	4,70	4,18	4,38	4,60
15	Організована злочинність	3,90	5,20	4,61	4,29	4,27
16	Надійність роботи правоохоронних органів	3,80	3,90	3,86	3,83	3,69
17	Корпоративна етика	2,50	3,70	3,32	3,44	3,55
18	Рівень стандартів аудиту та звітності	3,40	3,80	-	3,77	3,72
19	Ефективність корпоративного керівництва	5,40	5,10	5,38	5,24	5,15
20	Захист інтересів меншоритарних акціонерів	2,40	3,10	3,00	3,10	3,07
21	Надійність захисту інвестора	-	-	4,70	4,70	4,70
м. Львів						
1	Права власності	3,50	3,70	3,55	3,96	4,25
2	Охорона інтелектуальної власності	3,10	3,60	2,52	2,85	3,17
3	Нецільове використання бюджетних коштів	3,10	3,90	2,99	3,15	3,65

Продовження табл. 3

4	Довіра громадськості до політиків	2,00	2,00	2,31	2,41	2,50
5	Хабарі та неформальні платежі	-	-	3,54	3,52	3,84
6	Незалежність судової системи	2,70	2,80	2,70	2,62	2,90
7	Фаворитизм у рішеннях чиновників	3,20	2,90	2,77	2,79	3,01
8	Марнотратство у бюджетних витратах	2,60	3,20	3,59	3,63	3,91
9	Тягар адміністративного регулювання	3,40	3,20	2,92	2,80	3,13
10	Ефективність правової системи у врегулюванні суперечок	2,90	-	2,78	2,76	2,89
11	Ефективність правової системи в оскарженні регуляторних актів		-	2,74	2,78	3,02
12	Прозорість політики держорганів	3,50	3,70	4,11	4,52	4,78
13	Втрати бізнесу від загрози тероризму	5,40	6,70	5,98	6,23	6,41
14	Втрати бізнесу від злочинності та насильства	5,00	6,30	4,38	4,42	4,72
15	Організована злочинність	4,90	5,80	5,24	5,19	5,34
16	Надійність роботи правоохоронних органів	3,10	3,40	3,69	3,66	3,77
17	Корпоративна етика	3,50	3,70	3,36	3,41	3,49
18	Рівень стандартів аудиту та звітності	3,50	3,70	-	3,77	3,72
19	Ефективність корпоративного керівництва	4,70	4,70	5,04	5,02	5,11
20	Захист інтересів міноритарних акціонерів	3,20	3,30	3,06	3,29	3,35
21	Надійність захисту інвестора	-	-	4,70	4,70	4,70
м. Тернопіль						
1	Права власності	-	-	4,26	4,54	4,54
2	Охорона інтелектуальної власності	-	-	2,92	3,13	3,07
3	Нецільове використання бюджетних коштів	-	-	3,86	3,82	3,76
4	Довіра громадськості до політиків	-	-	2,16	2,43	2,63
5	Хабарі та неформальні платежі	-	-	4,13	4,24	4,32
6	Незалежність судової системи	-	-	3,03	2,97	2,93
7	Фаворитизм у рішеннях чиновників	-	-	3,53	3,37	3,26
8	Марнотратство у бюджетних витратах	-	-	3,43	3,70	3,65
9	Тягар адміністративного регулювання	-	-	3,22	3,32	3,48
10	Ефективність правової системи у врегулюванні суперечок	-	-	2,73	2,92	2,96
11	Ефективність правової системи в оскарженні регуляторних актів	-	-	2,84	2,90	2,88
12	Прозорість політики держорганів	-	-	4,13	4,66	4,81
13	Втрати бізнесу від загрози тероризму	-	-	6,71	6,64	6,57
14	Втрати бізнесу від злочинності та насильства	-	-	4,97	4,94	5,18
15	Організована злочинність	-	-	5,19	5,35	5,59
16	Надійність роботи правоохоронних органів	-	-	4,08	4,28	4,50
17	Корпоративна етика	-	-	3,31	3,49	3,40
18	Рівень стандартів аудиту та звітності	-	-	-	3,77	3,72
19	Ефективність корпоративного керівництва	-	-	4,71	4,94	5,09
20	Захист інтересів міноритарних акціонерів	-	-	3,27	3,37	3,27
21	Надійність захисту інвестора	-	-	4,70	4,70	4,70

*Примітка: 1 – зростання на 1 пункт є неефективним, зростання на 7 пунктів – ефективним; 2 – сформовано автором на основі [1, 16-19]

Результати оцінки складових інституційного середовища для м. Києва та їх зміни впродовж 2013 року засвідчили, що найкращими є результати динаміки зміни наступних структурних елементів: право власності (4,19 пункти); прозорість політики державних органів (4,61 пункти); надійність захисту інвестора (4,70 пункти). Ці складові інституційного середовища можна вважати інституційними мотиваторами для роботи підприємств. Разом з тим, оскільки зростання на 1 пункт вважається неефективним, а зростання на 7 пунктів – ефективним, можемо стверджувати про недостатні: розвиток права власності; прозорість політики державних органів; надійність захисту інвестора.

До інституційних бар'єрів, в якості яких також виступають елементи інституційного середовища, і які негативно впливають на діяльність підприємств м. Києва, загалом, та вибір приладобудівними підприємствами напрямів модернізації технологій управління ними, зокрема, як видно з таблиці 2.6, у 2013 році належать: фаворитизм у рішеннях чиновників (2,41 пункти); хабарництво та неформальні платежі (3,44 пункти); недосконалість стандартів аудиту та звітності (3,72 пункти).

Результати оцінки складових інституційного середовища для м. Львів та їх зміни впродовж 2013 року засвідчили, що найкращими є результати динаміки зміни наступних структурних елементів: право власності (4,25 пункти); прозорість політики державних органів (4,78 пункти); надійність захисту інвестора (4,70 пункти), ефективність корпоративного керівництва (5,11 пункти). Ці складові інституційного середовища теж є мотиваторами для роботи підприємств. Разом з тим, оскільки зростання на 7 пунктів вважається максимально ефективним, можемо стверджувати про недостатні: розвиток права власності; прозорість політики державних органів; ефективність корпоративного керівництва; надійність захисту інвестора.

До інституційних демотиваторів, які чинять небажаний і негативний вплив на діяльність суб'єктів господарювання міста Львова, вибір приладобудівними підприємствами напрямів модернізації технологій управління ними, як свідчить таблиця 2.6, у 2013 році належать: марнотратство у бюджетних витратах (3,91 пункти); втрати бізнесу від загрози тероризму (6,41 пункти) та від злочинності і насильства (4,72 пункти).

Здійснена оцінка складових інституційного середовища для м. Тернопіль та їх зміни впродовж 2013 року дозволяє зробити висновок про те, що позитивними є результати динаміки зміни наступних структурних елементів: право власності (4,54 пункти); прозорість політики державних органів (4,81 пункти); надійність захисту інвестора (4,70 пункти), ефективність корпоративного керівництва (5,09 пункти);

надійність роботи правоохоронних органів (4,50 пункти). Ці складові інституційного середовища є мотиваторами роботи підприємств. Однак, оскільки максимально ефективним вважається зростання на 7 пунктів, можемо стверджувати про недостатні: розвиток права власності; прозорість політики державних органів; ефективність корпоративного керівництва; надійність захисту інвестора; надійність роботи правоохоронних органів.

До інституційних бар'єрів, які чинять негативний вплив на діяльність суб'єктів господарювання м. Тернопіль, вибір приладобудівними підприємствами напрямів модернізації технологій управління ними, як свідчить таблиця 2.6, у 2013 році належать: хабарі та неформальні платежі (4,32 пункти); втрати бізнесу від загрози тероризму (6,57 пункти) та від злочинності і насильства (5,18 пункти); організована злочинність (5,59 пункти).

Проведений аналіз складових інституційного середовища для м. Тернополя та їх зміни впродовж 2013 року уможливорює резюмування того, що демотиваторами (бар'єрами) діяльності суб'єктів господарювання Києва, Львова, Тернополя, вибір приладобудівними підприємствами напрямів модернізації технологій управління ними є: недостатня прозорість політики державних органів; фаворитизм у рішеннях чиновників; хабарництво та неформальні платежі; недостатньо надійний захист інвестора; недосконалість стандартів аудиту та звітності; втрати бізнесу від злочинності і насильства. Ці бар'єри стримують розвиток інституцій в Україні в цілому, і виступають стримуючим фактором для зростання конкурентоспроможності промисловості.

Ефективний розвиток будь-якого сектора, галузі національної економіки або підприємства, в тому числі і підприємства приладобудування в Україні, залежить від загального рівня розвитку бізнесу.

Рівень розвитку бізнесу пов'язаний із двома об'єднаними між собою факторами і залежить від них, зокрема: якістю бізнес-спільнот країни, в цілому, та якістю діяльності стратегічного, оперативного і тактичного характеру певних фірм. Ці фактори мають особливе значення для економіки, що перебуває на високій стадії розвитку. Важливою з різних причин є якість бізнес-спільнот і допоміжних галузей економіки у країні, що вимірюється кількісними та якісними показниками національних постачальників і ступенем їх взаємодії. За умови, коли компанії та постачальники об'єднані у групи (кластери) й географічно перебувають близько одне до одного, – ефективність підвищується, виникає більше можливостей для інновацій і зменшується кількість перешкод для виникнення нових фірм. Інноваційні практики роботи окремих фірм

(брендинг, маркетинг, дистрибуція, нові технологічні процеси, виробництво унікальних і складних товарів) поширюються на всі сектори економіки та сприяють виникненню своєчасних бізнес-процесів у всіх галузях [14].

Результати оцінки зміни показника «розвиток бізнесу в Україні» впродовж 2009-2013 років відображені в табл. 4.

Таблиця 4

**Результати оцінки зміни показника «розвиток бізнесу в Україні»
за період 2009-2013 рр.***

Роки	Рівень розвитку бізнесу, пункти	Зміна, (+; -)
2009	5,90	-
2010	5,90	-
2011	4,20	-1,70
2012	4,18	-0,02
2013	4,00	-0,18

*Примітка. Сформовано автором на основі [1, 16-19]

Дані табл. 4 показують, що динаміка зміни показника «розвиток бізнесу в Україні» впродовж 2009-2013 років є негативною. Так, якщо у 2009 році рівень розвитку бізнесу становив 5,9 пункти, то у 2013 році – тільки 4 пункти. Це свідчить про зниження показника «розвиток бізнесу в Україні» впродовж 2009-2013 років на 33 %.

Результати оцінки зміни показника «розвиток бізнесу» в Україні та у містах – Києві, Львові, Тернополі впродовж 2009-2013 років подана в табл. 5.

Таблиця 5

Результати оцінки зміни показника «розвиток бізнесу» в Україні та у містах – Києві, Львові, Тернополі за період 2009-2013 рр.*

Роки	Рівень розвитку бізнесу в Україні, пункти	Зміна, (+; -)	Рівень розвитку бізнесу в м. Києві, пункти	Зміна, (+; -)	Рівень розвитку бізнесу в м. Львові, пункти	Зміна, (+; -)	Рівень розвитку бізнесу в м. Тернополі, пункти	Зміна, (+; -)
2009	5,90	-	3,80	-	3,70	-	-	-
2010	5,90	-	4,00	0,20	3,70	-	-	-
2011	4,20	-1,70	3,90	-0,10	3,70	-	3,60	-
2012	4,18	-0,02	3,91	0,01	3,75	0,05	3,76	0,16
2013	4,00	-0,18	3,98	0,07	3,88	0,13	3,81	0,05

*Примітка. Сформовано автором на основі [1, 16-19]

Дані таблиці 2.8. свідчать про те, що зміни показника «розвиток бізнесу» в Україні та в окремих досліджуваних областях упродовж 2009-2013 рр. не є однозначними. Так, якщо в Україні, в цілому, показник «розвиток бізнесу» впродовж 2009-2013 років знизився на 33 %, то в містах – Києві, Львові, Тернополі за цей же період він зростає. Зокрема, якщо у 2009 році значення цього показника у м. Київ і м. Львів становило 3,8 та 3,7 пункти відповідно, то у 2013 році показник був рівний 3,98 та 3,88 пунктам відповідно. У м. Тернопіль також мало місце зростання показника «розвиток бізнесу» впродовж 2011-2013 років з 3,6 до 3,81 пункти (приблизно на 9 %).

Дослідимо, який зв'язок існує між якістю інституційного забезпечення та рівнем розвитку бізнесу в Україні за наступними вихідними даними (табл. 6).

Таблиця 6

Аналітичні дані для визначення зв'язку між рівнем розвитку інституцій та рівнем розвитку бізнесу в Україні*

Роки	Рівень розвитку інституцій, пункти	Рівень розвитку бізнесу в Україні, пункти
2009	4,11	3,96
2010	4,00	3,89
2011	3,69	3,81
2012	3,40	3,75
2013	3,10	3,69

*Примітка. Сформовано автором на основі [1, 16-19]

Використовуючи інструментарій економіко-математичного моделювання із застосуванням регресійного аналізу, залежність впливу рівня розвитку бізнесу в муніципальних економічних системах на рівень розвитку інституцій в Україні, представимо у вигляді рис. 6.

Регресійна залежність показників має наступне математичне представлення:

$$y = 2,89 + 0,25x \quad (1)$$

Дана залежність вказує на прямий зв'язок показників, що доводить позитивний вплив розвитку інституцій на розвиток бізнесу в Україні.

Коефіцієнт детермінації даної регресійної моделі становить:

$$R^2 = 0,98 \quad (2)$$

Отримане значення є високим, вказує на адекватність побудованої моделі.



Рис. 6. Залежність між рівнем розвитку інституцій та рівнем розвитком бізнесу в Україні

Коефіцієнт кореляції між показниками рівня інституцій та рівнем розвитку бізнесу вказує на щільність зв'язку ($D^2 = 0,97$).

Крім економічної ефективності, якість суспільних і приватних інституцій багато в чому визначає здатність держави впливати на процеси всередині країни, проводити реформи, які є необхідними для поліпшення різних аспектів національної конкурентоспроможності. Враховуючи те, що у 2010 році Україна стала на шлях активних перетворень, було задеклароване покращення якості державних інституцій, а саме: посилення гарантій захисту права власності, боротьба з корупцією, забезпечення незалежного й справедливого судочинства, не повинні втрачати позиціонованої пріоритетності. Нерозвинуті інституції є проблемою, яка потребує негайного розв'язання (у першу чергу, на муніципальному рівні, де безпосередньо здійснюють діяльність бізнес-структури), оскільки чинить істотний вплив на забезпечення конкурентоспроможності економіки України.

Поліпшення функціонування інституцій на всіх рівнях економічного розвитку, у тому числі й муніципальному, значною мірою залежить від наявності міцної політичної волі. Реалізація реформи інституцій можлива лише за умови активної зацікавленості та взаємодії усіх сторін (уряду, органів державної влади, громадськості, суб'єктів господарювання, ЗМІ).

Враховуючи національні та регіональні відмінності, особливості історичного розвитку, реформування інституцій в Україні вимагає диференційованого підходу до їх функціонування і розвитку.

Інституції є різноманітними, тому з ними виникає чимало проблем, які вимагають витрат часу задля їх вирішення. Деякі можна вирішити досить швидко і реалізувати упродовж кількох місяців. Інші, пов'язані з традиціями і правилами, вкоріненими у свідомості громадян, потребують зміни поколінь. Тому, втілюючи реформи, що вирішують проблему інституцій, необхідно розробляти механізм, який дозволяв би робити ці зміни стійкими в часі. Позитивні економічні явища, котрі з'являються унаслідок дії міцних і прозорих інституцій (підвищення довіри інвесторів, поліпшення інвестиційного клімату, зростання конкурентоспроможності та валового прибутку), позитивно впливатимуть як на економіку України в цілому, так і на розвиток окремо взятих муніципальних економічних систем [1, 16-19].

Важливим чинником для розвитку підприємств, у тому числі галузі приладобудування, є інновації та інноваційна діяльність. Так, згідно зі статистичними даними, у 2011 році кількість вітчизняних підприємств, які здійснивали інновації, зросла до 1679 одиниць, що становить 16,2 % від загальної кількості підприємств (у 2010 р. кількість таких підприємств дорівнювала 1462, або 13,8 %). Це низький показник частки інноваційно-активних підприємств. Для порівняння, в Японії цей показник сягає 70-80 %, у країнах ЄС – 50-70 % [20].

Інноваційна діяльність відіграє важливу роль у максимізації прибутку підприємств та є головним засобом збереження конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі [20].

Результати оцінки показника «інновації» та його зміни в Україні, в цілому, відображена в табл. 7.

Таблиця 7

**Результати оцінки показника «інновації» та його зміни
в Україні за період 2009-2013 рр.***

Роки	«Інновації», пункти	Зміна, (+; -)
2009	5,80	0
2010	5,80	0
2011	3,30	-2,50
2012	3,44	0,14
2013	3,00	-0,44

*Примітка. Сформовано автором на основі [1, 16-19]

Дані таблиці 7 є свідченням негативної і стійкої динаміки показника «інновації» в Україні, в цілому, який у 2013 році зменшився в порівнянні з

2009 роком майже вдвічі. Це пов'язано із недосконалістю законодавчої і нормативно-правової бази та важким фінансовим становищем підприємств. Підтвердженням авторського висновку слугує те, що «за даними обстеження, проведеного Держкомстатом, бар'єрами, що стримують інноваційну діяльність вітчизняних підприємств є: відсутність фінансування (на це вказали 86 % респондентів), великі витрати (40 %), відсутність коштів у замовника (40 %), високі кредитні ставки (39 %), недосконалість законодавства (32 %), труднощі з сировиною і матеріалами (29 %), високий економічний ризик (24 %), відсутність попиту на продукцію (15 %), недостатня інформація про ринки збуту (11 %). Наведені дані вказують на те, що здійснювати інновації вітчизняним підприємствам перешкоджають численні фактори, найвпливовішими з яких є фінансовий фактор, та фактори, пов'язані зі співробітництвом та інформацією» [21].

Результати оцінки показника «інновації» та його зміни в Україні, містах – Києву, Львову, Тернополю протягом 2009-2013 років відображена в табл. 8.

Таблиця 8

Результати оцінки показника «інновації» та його зміни в Україні та містах – Києву, Львову, Тернополю за період 2009-2013 рр.*

Роки	Показник «інновації» в Україні, пункти	Зміна, (+; -)	Показник «інновації» в м. Київ, пункти	Зміна, (+; -)	Показник «інновації» в м. Львів, пункти	Зміна, (+; -)	Показник «інновації» в м. Тернопіль, пункти	Зміна, (+; -)
2009	5,80	-	3,40	-	3,00	-	-	-
2010	5,80	-	3,40	-	3,30	0,30	-	-
2011	3,30	-2,50	3,00	-0,40	2,87	-0,43	2,92	-
2012	3,44	0,14	3,14	0,14	2,96	0,09	2,88	-0,04
2013	3,00	-0,44	3,27	0,13	3,17	0,21	2,87	-0,01

*Примітка. Сформовано автором на основі [1, 16-19]

Дані табл. 8 свідчать про те, що динаміка показника «інновації» та його зміни в Україні та містах – Києві, Львові, Тернополі протягом 2009-2013 років є майже однозначно негативною і спадною. Лише в м. Львів мало

місце зростання цього показника з 3,0 пунктів у 2009 році до 3,17 пунктів у 2013 році.

Дослідимо зв'язок між інноваційністю підприємницьких структур та інституційним чинником (табл. 9).

Таблиця 9

Аналітичні дані для визначення зв'язку між рівнем розвитку інституцій та рівнем впровадження інновацій в Україні*

Роки	Рівень розвитку інституцій, пункти	Рівень впровадження інновацій в Україні, пункти
2009	4,11	3,04
2010	4,00	2,99
2011	3,69	2,91
2012	3,40	2,81
2013	3,10	2,79

*Примітка. Сформовано автором на основі [1, 16-19]

На рис. 7 представлено регресійну залежність впливу рівня впровадження інновацій в муніципальних економічних системах (в розрізі міст України) на вихідний параметр – рівень розвитку інституцій у регіональному вимірі. Впровадження інновацій є актуальним для розвитку приладобудівних підприємств, оскільки ця галузь є інноваційно орієнтованою.



Рис. 7 Залежність між рівнем розвитку інституцій та рівнем впровадження інновацій в Україні

Регресійна модель вказаних залежностей має наступне математичне представлення:

$$y = 1,97 + 0,26x \quad (3)$$

Коефіцієнт детермінації регресійної моделі впливу рівня впровадження інновацій в муніципальних економічних системах (у розрізі міст України) на вихідний параметр – рівень розвитку інституцій у регіональному вимірі є високим, та становить: $R^2 = 0,98$, що вказує на повну адекватність побудованої моделі, та дозволяє досліджувати на основі представленої моделі залежність між показниками, яка у даному випадку є прямою.

Коефіцієнт кореляції між рівнем інновацій та інституцій є високим і становить: $D^2 = 0,96$, що вказує на щільність зв'язку між показниками.

Тому, усунення або нівелювання вимагають такі інституційні бар'єри модернізації технологій управління підприємствами приладобудування у муніципальній економічній системі, зокрема: недосконалість державної політики регулювання інноваційної діяльності; неналежна підтримка і координація з боку органів місцевого самоврядування на регіональному рівні інноваційної діяльності підприємств; існування адміністративних бар'єрів; загальний низький технологічний рівень функціонуючого виробництва приладобудівних підприємств; неналежна забезпеченість фінансово-кредитними ресурсами.

Список використаних джерел:

1. Фонд «Ефективне управління»: Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.feg.org.ua/ua/reports/ukraine/2013>
2. Сабадош Г.О. Сучасні підходи до адміністративного менеджменту державних організацій [Електронний ресурс] / Г.О. Сабадош, О.В. Усенко. – Режим доступу: [http://www.confcontact.com/2012_10_04/gu1_sabadosh.htm]
3. Кривокульська Н.М. Адміністративний менеджмент: навчальний посібник / Н.М. Кривокульська. – Тернопіль: Крок, 2013. – 294 с.
4. Файоль А. Управление – это наука и искусство / А.Файоль, Г.Эмерсон, Г.Форд. – М.: Республика, 1992. – 352 с.
5. Мних Є. В. Економічний аналіз: навчальний посібник / Є. В.Мних, І. Д.Ференц. – Львів: Армія України, 2000. – 144 с.
6. Кривокульська Н.М. Екологічний менеджмент: навчальний посібник / Н.М. Кривокульська. – Тернопіль: Матвей, 2013. – 212 с.
7. Звіт про глобальну конкурентоспроможність за 2012 рік Всесвітнього економічного форуму
8. Економічна енциклопедія: у 3 т. Т. 2 / [редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. – К.: Академія, 2001. – 848 с.
9. Росецька Ю.Б. Подолання адміністративних інституційних бар'єрів як фактор становлення конкурентного середовища в трансформаційній економіці України / Ю.Б.Росецька // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2007. – Випуск 222. – С. 557-564

10. Радулов Д.Д. Оцінка впливу зовнішніх факторів на рівень конкурентоспроможності підприємств з виробництва готових металевих виробів [Електронний ресурс] / Д.Д. Радулов // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – Випуск 2 (53). – С. 134-143. – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Vsed_2014_2_24.pdf
11. Приватні та соціальні витрати і вигоди [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://econ-house.ru/ekonomichna-teoriya/3/108-privatni-ta-socialni-vitrati-i-vigodi>
12. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2015-2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-onkurentospromozhnosti-0>
13. Україна в рейтингу Світового банку легкості ведення бізнесу. Чи насправді є позитивні зрушення? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edclub.com.ua/analitika/ukrayina-v-reytingu-svitovogo-banku-legkosti-vedennya-biznesu-chy-naspravdi-ye-pozytyvni>
14. Алексеева А. Эффект доверия / А. Алексеева, Д. Карпенко // Компаньон. – 2010. – № 13. – С. 10
15. Курінна І. Прозорість і корпоративна соціальна відповідальність [Електронний ресурс] / І. Курінна, В. Малярчук, М. Саприкіна [та ін.]. – К. : Юстон, 2015. – 47 с. – Режим доступу: http://www.energoatom.kiev.ua/files/file/guide_final.pdf
16. Фонд «Ефективне управління»: Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.feg.org.ua/ua/reports/ukraine/2009>
17. Фонд «Ефективне управління»: Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.feg.org.ua/ua/reports/ukraine/2010>.
18. Фонд «Ефективне управління»: Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.feg.org.ua/ua/reports/ukraine/2011>
19. Фонд «Ефективне управління»: Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.feg.org.ua/ua/reports/ukraine/2012>
20. Севостьянова Д.В. Проблеми стимулювання інноваційної діяльності підприємств в Україні / Д.В. Севостьянова // Вісник НТУ «ХП». – 2012. – № 58 (964). – С. 156-160
21. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник. – ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України». – Київ, 2012

Химич І.Г.

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Досліджуючи та вдосконалюючи соціально-економічну систему в державі в цілому, найчастіше беруться до уваги економічні чинники та методи управління. Тобто, не враховується той факт, що суб'єктом господарювання виступає людина, на трудову поведінку та ефективність діяльності якої значний вплив здійснює чинник культури. За умов сучасної ринкової ситуації, яка характеризується фінансово-економічною нестабільністю, необхідною умовою виступає застосування певного механізму, що забезпечував би підтримку діяльності підприємств. Таку роль може виконати застосування корпоративної культури на вітчизняних підприємствах.

Дослідження в сфері зародження та розвитку корпоративної культури розпочалися ще у XIX ст. видатним іноземним вченим Е. Мейо. В сучасному світі дослідження в цьому напрямі здійснюють багато науковців, зокрема – це: А. Бурлакова, Л. Савчук, А.М. Виноградська, Й.С. Завадський, С.В. Ковалевський, І.Ф. Курас, Г.Л. Монастирський, Г.В. Осовська, О.А. Косовський, А. Сбитнев, В.О. Сизоненко, Ю.В. Соболев, В.С. Верлока, В.В. Стадник, М.А. Йохна, В.С. Сухарський, Н.П. Тарнавська, Р.М. Пушкар, Г.Л. Хаєт та ін.

У мінливому зовнішньому середовищі підприємство повинно бути максимально гнучким, чого неможливо досягти лише шляхом змін, ініційованих керівництвом. Великою мірою це залежить від корпоративної культури, адже, саме вона забезпечує гармонізацію колективних та індивідуальних інтересів працівників, мобілізує їхню ініціативу, виховує відповідальність, поліпшує комунікаційні процеси та морально-психологічний клімат [15, с. 88-89]. З одного боку, це призводить до певних труднощів, а з іншого – дає змогу значно підвищити продуктивність праці, звести до мінімуму плинність кадрів в умовах, коли конкуренція загострюється, і доводиться боротися за кожен копійку прибутку. Відомо, що успішні компанії характеризуються високим рівнем корпоративної культури, який формується у результаті зусиль, спрямованих на розвиток підприємства та на благо усіх зацікавлених сторін. Недарма, основні цінності й призначення таких фірм-гігантів як Hewlett Packard, Sony, Motorola залишаються незмінними, в той час, коли стратегія та практика бізнесу постійно адаптуються до мінливого світу.

Щоб оцінити вплив корпоративної культури, необхідно розпочати з основного, а саме – з визначення терміну. Культура (від лат. culture – оброблення, виховання, розвиток, освіта) є специфічним способом організації та розвитку людської життєдіяльності, який відображено у продуктах матеріальної і духовної праці, у системі соціальних норм і засад, духовних цінностей, у сукупності відношень людей до природи, між собою і до самих себе [1, с. 86-87].

Вперше словосполучення «корпоративна культура» використав у XIX ст. у військовій термінології німецький фельдмаршал Мольтке для визначення відносин в офіцерському середовищі. Із розвитком виробничих відносин, удосконалювався і науковий менеджмент. Уже наприкінці XIX ст. вивченням впливу людських взаємин усередині організації почали займатися представники Школи людських відносин менеджменту. Дослідженню впливу організаційної поведінки на діяльність підприємства сприяв Хоуторнський експеримент. Його провела на початку 30-х років XX ст. у Чиказькій компанії «Western Electric» група американських вчених, яку очолював Елтон Мейо. Метою роботи було дослідження діяльності організації у культурному аспекті. Висновки Е. Мейо щодо необхідності осмислення життя для індивідуума у компанії, розвитку почуття групової причетності на основі загальних цінностей стали своєрідним поштовхом до подальших спроб дослідження потреб та поведінки працівників з точки зору культури їх організації [1, с. 87]. У своїх працях вчений вказував на вдосконалення соціальної організації підприємства, яка розповсюджується на етичні норми та психологію працівників [17, с. 39]. Адже, якщо раніше передбачалося наукове обґрунтування оптимального використання машин та механізмів, а люди були на другому плані, то тепер всесторонньо вивчалися чинники управління роботою людей, бралися до уваги моральні та соціальні чинники, групові стосунки людей, їх потреби тощо [16, с. 10].

У світі бізнесу ідея про етичні правила поведінки працівників організації виникла в 1930-ті роки в Японії, об'єднавши самурайську етику та сучасні технології виробництва. Це було викликано гострою необхідністю підвищення ефективності виробництва за умови, що всі технологічні ресурси були вже вичерпані. Трохи пізніше американці запозичили та розвинули положення про корпоративну культуру, і на сьогодні її основа являє собою синтез двох начал: західного, орієнтованого на крайній індивідуалізм та особисту вигоду, і східного, при якому вища цінність людини складається в безмежному злитті із суспільством [9]. У другій половині XX ст. почали з'являтися перші більш-менш чіткі визначення корпоративної культури підприємства. Саме поняття «корпоративна культура» вже охоплює явища духовного та матеріального

життя колективу, а саме: домінуючі у ньому моральні норми та цінності, кодекс поведінки, ритуали та інше [1, с. 87].

Процес отримання позитивних результатів діяльності підприємства із застосуванням особливостей корпоративної культури – це чітка послідовність дій, яка призводить до послідовної зміни в усіх структурних елементах підприємства. Іншими словами, коли підприємство виступає як система управління, що складається із певних бізнес-процесів, то в цьому випадку процес виступає як формування певної цінності, яка автоматично трансформується у прибуток.

На думку науковця Л.Г. Хаєта, існує поняття корпоративної культури, яке визначається складною системою різноманітних якостей, куди входять моральні риси, освіта, духовні потреби, естетика зовнішнього вигляду менеджера та його офісу, вміння поводитися тощо. Це так званий індикатор стану підприємства, регулятор взаємовідношень між фірмами, працівниками, клієнтами, партнерами. Тому, вчений вважає, що дослідити корпоративну культуру підприємства можна лише при застосуванні системного підходу. Для цього необхідно проаналізувати систему чинників, з якими пов'язана корпоративна культура.

Насамперед, корпоративна культура повинна розглядатися з точки зору врахування чинника часу. Маються на увазі три шкали часів (одна в одній). По-перше, – це історичний період розвитку суспільства (історичний час), по-друге, – період розвитку підприємства, по-третє, – час швидких змін ринку та відповідної негайної реакції підприємства. Не існує негативної чи позитивної корпоративної культури. Різні періоди часу вимагають різної корпоративної культури і в цілому – різного менеджменту. З іншого боку, характер корпоративної культури та вид менеджменту визначають час змін, і взагалі можливість швидких змін відповідно до змін ринкової чи будь-якої іншої ситуації.

Далі слід вивчити зовнішнє середовище, у якому діє підприємство: культуру, демографію, політику і право, соціальні відносини, інформацію та освіту, економіку, технологію тощо. Стан цих елементів буде різним для різних держав, регіонів, галузей діяльності тощо. На корпоративну культуру надзвичайно сильно впливає національний менталітет, національний характер. Чим більша спільнота, тим стійкіша культура, що має більше ознак інерційності у процесі змін. Так, наприклад, зрозуміло, що корпоративна культура може бути змінена швидше, ніж національна.

Багато залежить від внутрішнього середовища, загальної характеристики самого підприємства: його функції на ринку товарів і послуг, вплив в суспільстві, розмірів підприємства, техніки і технології та, звичайно, кадрового складу, професіоналізму працівників, їх освіти, здібностей тощо.

Велике значення має взаємозв'язок корпоративної культури із управлінням на підприємстві. До нього належать: вид менеджменту, структура організації, методи комунікацій та прийняття рішень, система мотивації праці, кадрова політика та система навчання. Ці елементи настільки тісно пов'язані з корпоративною культурою, що їх важко вивчати окремо. Серед елементів управління на першому місці стоїть узагальнюючий інтегрований чинник – вид управління або вид менеджменту – парадигма управління, поєднання концептуальних характеристик головних методів управління.

Проте, слід мати на увазі, що все ж таки головними цінностями корпоративної культури є люди та інформація [19, с. 18-20].

Важливим чинником є раціональний колективізм, ввічливе ставлення до особистості та позитивний соціально-психологічний клімат на підприємстві. Це комплексний чинник. Тут вимогою є не тільки важливість команди бути єдиною при реалізації основних функцій підприємства, дружною, безконфліктною, але також і заохочення здорового індивідуалізму, надання можливостей для творчості й повного розкриття особистості. Без встановлення допустимої межі, балансу між колективізмом та індивідуалізмом не може бути комфортного середовища для працівників, успішної роботи підприємства в умовах швидких змін та необхідності постійних інновацій.

Зовнішні прояви корпоративної культури, безсумнівно, є вторинним чинником, наслідком чинників, розглянутих раніше. Тому, вагомість зовнішніх проявів корпоративної культури менша. Проте, виключити даний чинник із сукупності інших було б неправильно. Адже, цей чинник є свого роду візитною карткою підприємства. Деякі зовнішні прояви корпоративної культури (товарний знак, емблема фірми, прапор тощо) є носіями культури підприємства, ознаками його історичного коріння, вони зміцнюють відчуття єдиної команди, почуття гордості за своє підприємство. Нарешті, якість оформлення офісних та виробничих приміщень дуже сильно впливає на самопочуття працівників.

Серед життєвих цінностей на першому місці знаходиться здоров'я людини (працівника), тобто, це фізичне, духовне та соціальне благополуччя, яке досягається при особистісному зростанні людини (самореалізація, постановка і досягнення цілей, усвідомлення сенсу життя). Тому керівництво підприємства повинне піклуватися про здоров'я своїх працівників.

До перелічених чинників також можна віднести імідж та активність працівників підприємства. Проте, вибір чинників, і особливо оцінка їх вагомості, залежить від ситуації, оцінюваного об'єкта, тобто підприємства,

чия корпоративна культура вивчається, і, нарешті, від можливостей оцінювання (термінів, ресурсів і тощо) [19, с. 203-207].

Одним із найважливіших для підприємства чинником є корпоративна культура: в процесі бізнесу підприємець має справу з ресурсами, машинами, продуктами, документами, а також із закупівельними, виробничими, збутовими процесами. Він постійно спілкується з людьми як керівник, як менеджер, погоджується з фахівцями, веде переговори з партнерами, формує контакти з трудовим колективом. Від того, як буде налагоджений механізм людських відносин у внутрішньому та зовнішньому середовищі, буде залежати репутація та авторитет підприємця, його успіх на товарному ринку та серед ділових осіб.

Тому, кожен сучасний цивілізований підприємець повинен мати так званий морально-етичний кодекс підприємця – систематизований перелік норм, якими повинен керуватися кожен суб'єкт підприємницької діяльності у бізнесі. Основними положеннями якого, передусім мають бути:

- 1) впевненість у користі своєї праці не тільки для себе, але й для людей, суспільства, держави;
- 2) розуміння того, що люди бажають та вміють працювати, намагаються реалізувати себе разом з підприємцем;
- 3) віра у бізнес, ставлення до нього як до мистецтва, творчої справи;
- 4) визнання необхідності конкуренції та водночас прагнення до співпраці;
- 5) повага до себе як до особистості та до будь-якої особистості як до себе;
- 6) повага до будь-якої власності, державної влади, громадських рухів, соціального устрою, законів;
- 7) довіра до інших, повага до професіоналізму, компетентності;
- 8) визнання цінності освіти, науки і техніки, інформатики, культури;
- 9) турбота про екологію;
- 10) прагнення до нововведень;
- 11) гуманізм [2, с. 241-246].

Ефективність корпоративної культури проявляється в особливому стилі поведінки працівників підприємства, що формується у процесі досягнення стратегічних та поточних цілей. Високий рівень культури персоналу здатен вирішувати найскладніші задачі розвитку підприємства та забезпечувати довготривалі відносини з партнерами і клієнтами [14, с. 41].

Для дослідження корпоративної культури С.В. Ковалевський пропонує застосувати дві групи методів:

- 1) ідіографічна (від грецьк. *idies* – власний);
- 2) номотетична (від грецьк. *nomothetische* – законодавче мистецтво).

Дані групи методів є визначеними у працях М. Вебера, Віндельбанда, Ріккерта, Р. Штамmlера. Перша група включає методи історії та теорії культури, філософії, етики, мистецтвознавства та пов'язана з «нагадуючим входженням в культуру», вміщенням у внутрішню суть її явищ та цінностей, відображає слабо розчленований потік культурного досвіду,

виявляє індивідуальне. Друга група – методи соціології, економіки, політології та спрямована на принципи природно-наукового аналізу та інструментально-проектного способу його застосування, використовує всезагальне [6, с. 9].

На даний час, успішні підприємства відносяться до корпоративної культури як до важливого інструменту управління бізнесом та як до засобу для створення серйозних переваг на теперішньому ринку. Тому, що у сучасному бізнесі корпоративна культура виступає важливою умовою успішної роботи підприємства, фундаментом його динамічного росту, гарантом стремління до підвищення ефективності. З посиленням конкуренції з'являється необхідність у створенні додаткових конкурентних переваг, одним з яких є корпоративна культура. Адже, як тільки на ринку праці починається «війна за таланти» або за високу кваліфікацію працівників, то у підприємства з'являється необхідність бути «привабливим», як для власних працівників, так і для кандидатів у працівники. Переманювання «кращих» людей змушує менеджерів та власників піклуватися про корпоративну культуру, оскільки, чим вищий професійний та особистий рівень працівника, тим у більшій степені його мотивація із матеріальних чинників починає переміщуватися у нематеріальні. Його хвилює уже не тільки заробітна плата, а й стиль керівництва на підприємстві, рівень менеджменту, перспективи професійного росту, робота в команді однодумців. «Культурні потреби» безмежні: починаючи від інтер'єру робочих кабінетів і закінчуючи можливістю реалізувати амбіційні проекти та особисті мрії.

Корпоративна культура підприємства є одним із важливих чинників його конкурентоспроможності [6, с. 13-17]. На сьогоднішній день вся ідеологія корпоративної культури залежить, як правило, від «першого обличчя» підприємства. На більшості сучасних українських підприємствах немає служб корпоративного розвитку, а значить, ідея та уявлення керівника є тими орієнтирами розвитку, які розкриваються в різних управлінських практиках. Зрозуміло, що не завжди на підприємстві є умови для того, щоб розпочати роботу комплексно, тобто в повному об'ємі, щодо підвищення рівня культури своїх працівників. Керівнику часто представляються більш негайними та пріоритетними такі задачі як нестача фінансових ресурсів, податки і неплатежі, труднощі з доставкою ресурсів і збутом готової продукції та інше. Але вирішити ці проблеми самому, без допомоги колективу, що наслідують задачі підприємства, не зможе жоден керівник [5, с. 13-17].

Отже, з упевненістю можна вважати, що метою корпоративної культури на підприємстві є забезпечення високої прибутковості підприємства за рахунок максимізації ефективності виробничого

менеджменту та якісного покращення діяльності підприємства в цілому, а саме:

— удосконалення управління людськими ресурсами для забезпечення лояльності працівників до керівництва та до прийнятих ним рішень;

— виховання у працівників відношення до підприємства як до свого дому;

— розвиток здібностей і в ділових, і в особистих відносинах повинен спиратися на встановлені норми поведінки, вирішувати будь-які проблеми без конфліктів [5, с. 19-21].

Корпоративна культура підприємства виконує різноманітні функції. Так, Г.Л. Монастирський виокремив наступні групи щодо функції корпоративної культури:

1) ті, що визначаються внутрішнім станом формального механізму підприємства;

2) ті, що визначаються необхідністю адаптації підприємства до свого зовнішнього середовища.

До першої групи функцій належать такі:

1. Охоронна функція. Культура є своєрідним бар'єром для проникнення небажаних тенденцій та негативних цінностей, характерних для зовнішнього середовища, тобто вона нейтралізує дію негативних зовнішніх чинників. Культура охоплює специфічну систему цінностей, особливий клімат та способи взаємодії учасників підприємства і тим самим створює неповторну зовнішність підприємства, що дає змогу відрізнити її від інших підприємств, від зовнішнього середовища в цілому. Особливо актуальна ця функція культури для сучасних українських підприємств, що обумовлює необхідність особливої уваги керівників підприємств до проблеми формування корпоративної культури. Вона здатна обмежити простір невизначеності та змінити баланс сил на користь стабільності та стійкості.

2. Інтегруюча функція. Прищепивши певну систему цінностей, корпоративна культура створює відчуття ідентичності у індивідів та груп – її учасників. Це дає змогу кожному суб'єктові внутрішньо-організаційного життя краще усвідомити цілі підприємства, одержати найбільш сприятливе враження про підприємство, в якому він працює, відчутти себе частиною єдиної системи і визначити свою відповідальність перед нею.

3. Регулююча функція. Корпоративна культура включає неформальні, неписані правила. Вони вказують на те, як люди повинні поводитися в процесі роботи. Ці правила визначають звичні способи дій на підприємстві: послідовність здійснення робіт, характер робочих контактів, форми обміну інформацією. Таким чином, задаються однозначність та впорядкованість основних форм діяльності.

Інтегруюча та регулююча функції сприяють зростанню продуктивності праці на підприємстві, оскільки: відчуття ідентичності та сприйняття цінностей підприємства дають змогу підвищити цілеспрямованість та наполегливість учасників підприємства у виконанні своїх завдань; наявність неформальних правил, що упорядковують організаційну діяльність та дій, що усувають неузгодженість, створює економію часу в кожній ситуації.

4. Функція заміщення. Сильна корпоративна культура, спроможна до ефективного заміщення формальних, офіційних механізм, дає змогу підприємству не вдаватися до надмірного ускладнення формальної структури та збільшення потоку офіційної інформації та розпоряджень. Таким чином, відбувається економія на витратах управління на підприємстві. Оскільки, культура, на відміну від формального механізму, є феноменом, що самовідтворюється, – відтворюється мова культури, культурні комунікації, звичні форми поведінки в межах культурного середовища, то багато елементів культури для свого відтворення не вимагають спеціальних зусиль та витрат.

5. Адаптивна функція. Наявність корпоративної культури полегшує взаємне пристосування працівників до підприємства та підприємства до працівника. Адаптація здійснюється за допомогою сукупності заходів, званих соціалізацією. У свою чергу можливий протилежний процес – індивідуалізація, коли підприємство здійснює свою діяльність так, щоб максимально використовувати особистий потенціал та можливості індивіда для вирішення власних завдань.

6. Освітня та розвиваюча функція. Культура завжди пов'язана з освітнім, виховним ефектом. Керівники на підприємствах повинні піклуватися про підготовку та освіту своїх працівників. Результатом таких зусиль є приріст знань та навичок працівників, які підприємство може використовувати для досягнення своєї мети. Таким чином, підприємство розширює кількість та якість економічних ресурсів, що знаходяться в його розпорядженні.

7. Функція управління якістю. Оскільки, культура, зрештою, втілюється в результатах господарської діяльності – економічних благах, то корпоративна культура, пропагуючи уважніше та серйозніше ставлення до роботи, сприяє підвищенню якості товарів та послуг, що пропонуються економічною організацією. Іншими словами, якість роботи та робочого середовища переходить у якість продукції.

8. Орієнтуюча функція спрямовує діяльність підприємства та його учасників у необхідне русло.

9. Мотиваційна функція створює необхідні стимули для ефективної роботи та досягнення мети підприємства.

10. Функція формування іміджу підприємства, тобто його образу в очах тих, хто його оточує. Цей образ є результатом мимовільного синтезу людьми окремих елементів культури підприємства в яесь невловиме ціле, що здійснює величезний вплив як на емоційне, так і на раціональне ставлення до неї.

Культура пронизує процес управління від початку до кінця, відіграє вагомую роль в організації спілкування, обумовлюючи логіку мислення, сприйняття та інтерпретацію (надання індивідуального змісту спостереженням та встановлення зв'язку між ними) вербальної та особливо невербальної інформації.

До другої групи функцій корпоративної культури належать такі:

1. Функція орієнтації на споживача. Врахування цілей, запитів, інтересів споживачів, відображене в елементах культури, сприяє встановленню міцніших та несуперечливих відносин підприємства зі своїми покупцями і клієнтами. Багато сучасних підприємств позиціонують турботу про споживачів як найбільш значиму цінність.

2. Функція регулювання партнерських відносин. Корпоративна культура виробляє правила взаємин з партнерами, що передбачає моральну відповідальність перед ними. У цьому сенсі корпоративна культура розвиває та доповнює норми і правила поведінки, вироблені в рамках ринкової економічної культури.

3. Функція пристосування економічної організації до потреб суспільства. Дія цієї функції створює найбільш сприятливі зовнішні умови для діяльності підприємства. Її ефект полягає в усуненні бар'єрів, перешкод, нейтралізації дій, пов'язаних з порушенням або ігноруванням підприємством правил суспільної гри. Тобто, вигода підприємства полягає в усуненні економічних збитків [8, с. 247-250].

Культура містить у собі правила прийняття рішень, винагороду за успіхи, схильність до ризику, орієнтацію на зниження витрат або якість тощо. В цілому, вивчення корпоративної культури дозволяє зрозуміти:

1) основні уявлення, цінності, очікування та норми, що поділяються більшістю працівників підприємства;

2) традиції, правила та міфи, що існують на підприємстві;

3) ставлення працівників до типових ситуацій: адаптація нового співробітника, існуючі стереотипи вирішення конфліктних ситуацій, стереотипи ставлення до керівництва, стереотипи у ставленні до успіху (невдачі), стереотипи щодо якості роботи, якості обслуговування клієнтів тощо [3].

Формування корпоративної культури завжди пов'язане з певними інноваціями, які направлені на досягнення бізнес-мети, тобто на збереження конкурентоспроможності підприємства на ринку. Вони

проявляються та втілюються в особливому, новаторському типі мислення, здатності розглядати все, з чим має справу бізнесмен, з погляду користі для власної справи тощо [13, с. 379].

В умовах інформаційного суспільства, за якого знання стають основним джерелом багатства (прибутку) суспільства, інноваційна культура має підлягати загальному інноваційному процесу, тобто всесторонньому пошуку нововведень – інноваційних механізмів у всіх сферах суспільного життя, у тому числі і в політичному процесі. Стрижнем цих нововведень є створення знань [7].

Незважаючи на те, що підвищення рівня інноваційної культури є визначеним стратегічним пріоритетом держави, в нашій країні цим питанням не приділяється належної уваги, що може мати дуже негативні наслідки для інноваційного розвитку економіки. Тому, необхідно зосередити основні зусилля на таких трьох напрямках як:

- 1) істотне поліпшення популяризації наукового знання, зокрема: організація державної підтримки науково-популярних періодичних видань, створення науково-популярних програм на радіо та телебаченні, запровадження пільгових умов та матеріальних стимулів для написання та видання науково-популярних книг;

- 2) вдосконалення освітніх програм з урахуванням новітніх досягнень науки, зокрема: проведення спеціальних заходів для інформування викладачів середньої та вищої школи про останні досягнення науки і технологій, створення загальнодержавної системи дистанційного навчання із залученням найбільш кваліфікованих та авторитетних вчених;

- 3) підвищення інноваційної культури апарату управління, зокрема: організація навчання працівників міністерств та відомств з основ інноваційного менеджменту, організація циклів лекцій для державних службовців з проблем формування та реалізації науково-технологічної та інноваційної політики на основі зарубіжного та вітчизняного досвіду [11].

Корпоративна культура, в основному, є невидимою частиною підприємства. Та це не применшує її впливу на поведінку працівників, але ускладнює аналіз та управління нею. Вона може бути детально регламентована документами, можуть бути декларовані лише окремі її принципи і, врешті, вона може існувати без будь-яких письмових правил.

Корпоративна культура – цілісність, яка є багатоаспектною: існують норми поведінки, яких працівники дотримуються «де факто», а також ті, які вони вважають ідеалом; існує корпоративна культура, яка вже склалася, і така, до якої прагне колектив підприємства. Принципи працівників можуть дещо відрізнятися від принципів керівників. Чим ефективніше працює підприємство, чим більше воно сприяє зростанню матеріальних та духовних благ своїх працівників, чим більший внесок у

цю роботу власне корпоративної культури, тим більшою мірою поєднуються ці аспекти [19, с. 12-13].

На пострадянських теренах уявлення про корпоративну культуру з'явилися одночасно із приходом іноземних компаній. Першою це зробила фірма «McDonald's», у системі якої кожний працівник має свій персональний номер і над кожним з яких ведеться тотальний контроль [9]. Менеджери фірми «McDonald's» постійно підкреслюють важливість чотирьох основних понять, що характеризують стиль фірми: якість, сервіс, чистота, рівень цін [18, с. 247].

В Україні корпоративна культура залежить від двох основних параметрів: 1) від бачення керівником підприємства мети, способу формування, ведення та розвитку бізнесу, викладених у місії підприємства; 2) від тактичних прийомів і методів, які застосовуються на підприємстві, в управлінні, мотивації та стимулюванні персоналу зі сторони менеджерів та у відповідності з місією [12, с. 17].

Для сучасних підприємств корпоративна культура є найсильнішим мотиваційним чинником [19, с. 6]. А мотив, у свою чергу, є чинником, що веде до перетворення програми діяльності в активну діяльність, та дозволяє працівнику співвідносити конкретні ситуації із системою цінностей, якими він керується у своїй поведінці [10, с. 195].

Ефективне управління підприємством вимагає високого рівня культури керівника: інтелігентності, самовладдя, витримки, врівноваженості, стриманості, відповідальності, обов'язку, піклування про загальні інтереси, скромності, вміння слухати, уважності, чуйності, людяності тощо [4, с. 146].

З вище викладено, можна зробити висновок, що роль корпоративної культури підприємства в механізмі функціонування ринкової економіки є надзвичайно важливою та повинна відображатися в таких аспектах як:

- 1) якісній та безпосередній підтримці внутрішньої діяльності підприємства;
- 2) всесторонній підтримці, на основі інформаційних та комунікаційних процесів як в організації, так і за її межами;
- 3) якісній та безпосередній підтримці зовнішньої діяльності підприємства;
- 4) цінних порадах, які надаються на основі рекомендацій;
- 5) якості досвіду, тобто на основі оцінки результативності застосування рекомендацій в діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бурлакова А. Розвиток корпоративної культури в Україні / А. Бурлакова, Л. Савчук // Персонал. – К., 2005. – № 5. – С. 86-89
2. Виноградська А.М. Основи підприємництва: Навч. посібник. / А.М. Виноградська. – К.: Кондор, 2005. – 544 с.
3. Дослідження корпоративної культури: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tns-global.com.ua>
4. Завадський Й.С. Менеджмент / Й.С. Завадський – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2003. – Т. 2. – 640 с.
5. Ковалевський С.В. Корпоративна культура організацій XXI століття: Збірник наукових праць / С.В. Ковалевський. – Краматорськ: ДДМА, 2007. – 219 с.
6. Ковалевський С.В. Развитие культуры организации: гуманизация, качество деятельности, успех: Методы изучения культуры и ценности организации / С.В. Ковалевский, О.А. Медведева, Г.Л. Хагт. – Краматорск: ДГМА, 2007. – Кн. 1. – 195 с.
7. Курас І.Ф. Інноваційна культура української гуманістики: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rius.kiev.ua>
8. Монастирський Г.Л. Теорія організації: Навч. посібник / Г.Л. Монастирський. – К.: Знання, 2008. – 319 с.
9. Носова Л. Чи потрібна корпоративна культура освіти?: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pld.org.ua>
10. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Підручник / Г.В. Осовська, О.А. Косовський. – К.: «Кондор», 2006. – 664 с.
11. Підвищення рівня інноваційної культури: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.foresight.nas.gov.ua>
12. Сбитнев А. Структура и мотивы формирования корпоративной культуры / А. Сбитнев // Менеджмент и менеджер. – К., 2007. – № 9. – С. 9-19
13. Сизоненко В.О. Сучасне підприємництво: Довідник / В.О. Сизоненко. – К.: Знання-Прес, 2007. – 440 с.
14. Соболев Ю.В. Основы менеджмента: Учеб. пособие / Ю.В. Соболев, В.С. Верлока. – Х.: Издательский Дом «ИНЖЕК», 2004. – 352 с.
15. Стадник В.В. Менеджмент: Посібник / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К.: Академвидав, 2003. – 464 с.
16. Сухарський В.С. Менеджмент: Навч. посібник / В.С. Сухарський. – Тернопіль: Астон, 2001. – 340 с.
17. Тарнавська Н.П. Менеджмент: теорія та практика: Підручник / Н.П. Тарнавська, Р.М. Пушкар. – Тернопіль: Карт-бланш, 2005. – 486 с.
18. Томпсон А. Стратегический менеджмент / А. Томпсон: Пер. с англ. – М., 1999. – 308 с.
19. Хагт Г.Л. Корпоративна культура: Навч. посібник / Г.Л. Хагт, О.Л. Єськов, С.В. Ковалевський. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.

Нагорняк І.С.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Будь-яка підприємницька діяльність завжди пов'язана з ризиком. Мінливість економічного середовища та непередбачуваність господарської діяльності викликають небажані для підприємства наслідки, діапазон яких коливається від незначних за масштабами збитків і аж до повного банкрутства. Останнім часом багато керівників, усвідомивши необхідність забезпечення соціально-економічної безпеки на своїх підприємствах, створили спеціальні відділи, які займаються питанням забезпечення безпеки, що є підтвердженням теоретичної та практичної значущості досліджуваної проблеми. Проте більшість цих служб не мають ні розробленої та ефективно функціонуючої системи оцінки та забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства, ні володіють теоретичною базою для своєї роботи, що знецінює їх зусилля у забезпеченні соціально-економічної безпеки. Соціально-економічна безпека забезпечується даними службами неефективно в силу того, що не враховується уся сукупність загроз, які виникають, а також використовується несистемний підхід до оцінки функціональних складових, тобто, зазвичай, керівництво підприємства зосереджує свою управлінську діяльність на забезпеченні лише окремих елементів системи соціально-економічної безпеки. До прикладу, такими елементами часто є інформаційна чи силова складові, рідше – це дві чи три.

Тому особливу актуальність набуває проблема забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства, адже, правильне діагностування проблем економічної стійкості, систематизація загроз, ризиків є важливим завданням у забезпеченні стабільного функціонування підприємства.

Першочерговим питанням в рамках розробки стратегії забезпечення соціально-економічної безпеки підприємств вважаємо встановлення відмінностей між активно використовуваними в літературі дефініціями «ризик», «небезпека» і «загроза», а також можливих умов та ситуацій, за яких потенційний ризик переростає в загрозу стійкому функціонуванню підприємства, а потім й в небезпеку. Говорячи про специфіку соціально-економічної безпеки підприємства, необхідно також встановити способи їх запобігання, усунення та мінімізації наслідків.

Поняття ризику можна характеризувати як можливість настання несприятливих наслідків у діяльності економічного суб'єкта. При наявності фактора ризику формується ситуація, сприятлива для появи

небезпеки. Категорія небезпеки представляє собою можливість негативних впливів на економічний суб'єкт, котрі в результаті тягнуть за собою заподіяння шкоди (нанесення збитку), і, як наслідок, погіршення становища даного суб'єкта у цілому. Після настання небезпеки формується загроза, котра може реально потягнути за собою негативні наслідки, в тому числі нанести шкоду суб'єкту. В результаті робимо висновок, що загроза представляє собою найвищу ступінь небезпеки негативних наслідків, котра виникає після проходження суб'єктами двох попередніх стадій – ризику та небезпеки.

В результаті логічно приходимо до висновку, що для створення системи забезпечення соціально-економічної безпеки потрібно попередити або суттєво знизити наслідки, викликані ризиками та загрозами соціально-економічній безпеці суб'єкта.

Таким чином, загроза соціально-економічній безпеці підприємства представляє собою сукупність умов та факторів, які перешкоджають реалізації економічних інтересів суб'єкта і створюють можливість для нанесення йому збитку залежно від економічного потенціалу. Отже, для ефективного забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства слід проводити всебічний аналіз загальної сукупності загроз.

У загальному системна класифікація загроз представлена в таблиці 1.

Управління соціально-економічною безпекою є складовою загальної системи управління підприємством і співвідноситься як часткове та загальне. Процес забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства нерозривно пов'язаний із внутрішньою організацією управління підприємством як відкритою системою.

Під системою забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства розуміють комплекс організаційно-управлінських, технологічних, технічних, профілактичних і маркетингових заходів, спрямованих на кількісну та якісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз [6].

Зважаючи на це, механізм управлінського впливу на систему соціально-економічної безпеки підприємства має загальний характер, володіючи при цьому специфічними методами та інструментами забезпечення.

В умовах постійно існуючого ризику, який створює перешкоди у забезпеченні стабільного функціонування та досягнення головної мети діяльності підприємства, важливості набуває питання щодо організації стратегічного управління соціально-економічною безпекою. Стратегічне управління соціально-економічною безпекою представляє собою процес управління стратегічним плануванням та розробленою стратегією забезпечення соціально-економічної безпеки з урахуванням взаємозв'язку

внутрішнього середовища підприємства із зовнішнім та адаптації до їхніх змін для досягнення мети підприємства та захисту його від дії загроз, ризиків і досягнення безпечного функціонування. Стратегічне управління є складним процесом і містить багатоаспектну та комплексну оцінку середовища економічної діяльності підприємства, встановлення рівня впливу внутрішніх та зовнішніх загроз, а також розроблення системи заходів забезпечення належного рівня захищеності через формування та реалізацію відповідних стратегій.

Таблиця 1

Класифікація загроз соціально-економічній безпеці підприємства

Класифікаційна ознака	Види загроз
1. Безпосередність впливу	прямі; непрямі
2. Ступінь сформованості	реальні; потенційні
3. Можливість виявлення	явні; приховані
4. Масштаб можливого впливу на підприємство	соціально-економічній безпеці підприємства в цілому; соціально-економічним інтересам окремих структурних підрозділів підприємства
5. Види соціально-економічних інтересів, яким вони загрожують	поточним соціально-економічним інтересам підприємства; довгостроковим соціально-економічним інтересам підприємства
6. Тривалість	тимчасові; постійні
7. Ймовірність реалізації	з високим рівнем; з середнім рівнем; з низьким рівнем ймовірності реалізації
8. Розмір ймовірних збитків	з допустимим розміром збитків; з критичним розміром збитків; з катастрофічним розміром збитків
9. Можливість попередження	загрози, які можуть бути попереджені; загрози, які не можуть бути попереджені; загрози, які частково можуть бути попереджені; не прогнозовані

Належне управління соціально-економічною безпекою ускладнене рядом проблем, до яких належать нестабільність економіки та її державного регулювання, недосконалість і нестабільність правового середовища, значна тінізація ринку, сильна конкурентна боротьба, відсутність відповідного методичного та організаційного забезпечення. Тому при здійсненні стратегічного управління соціально-економічною безпекою слід брати до уваги:

— циклічність розвитку та особливості сучасного стану української економіки, що має безпосередній вплив на вибір інструментів, методик і моделей безпеки підприємства;

— необхідність використання системного, ситуаційного та цільового підходів при виборі стратегічних пріоритетів розвитку, що в умовах невизначеності зовнішнього середовища дозволяє окреслити перспективи розвитку з врахуванням ризиків;

— перевірені практикою методи, інструменти і моделі стратегічного управління [1, с. 215].

Хоч реалізація стратегічного управління соціально-економічною безпекою підприємства є досить складним процесом, проте воно дає ряд переваг, найвагоміші серед яких наступні:

— зведення до мінімального рівня негативних наслідків змін, що відбуваються зараз, а також факторів невизначеності в майбутньому;

— можливість враховувати об'єктивні (зовнішні та внутрішні) фактори, що формують зміни, зосередитись на вивченні цих факторів та визначенні рівня їх впливу на соціально-економічну безпеку;

— можливість отримати необхідну інформаційну базу для прийняття стратегічних і тактичних рішень по забезпеченні соціально-економічної безпеки підприємства;

— підвищення керованості системи соціально-економічної безпеки, оскільки за наявності системи стратегічних планів є змога порівнювати досягнуті результати з поставленими цілями, здійснювати ефективні мотивації та стратегічний контроль;

— забезпечення динамічності змін через реалізацію стратегічних планів на основі відповідної системи регулювання, контролю та аналізу;

— об'єднання зусиль керівників усіх рівнів управління та діяльності підрозділів підприємства, пов'язаних зі реалізацією стратегій забезпечення соціально-економічної безпеки.

Концепція стратегічного управління соціально-економічною безпекою підприємства має реалізацію лише в стратегічно орієнтованій організації, яка використовує систему стратегічного планування. Це дає можливість розробляти та втілювати в життя систему стратегічних планів, здійснювати

поточну діяльність, скеровуючись на досягнення поставлених стратегічних цілей.

Структурними елементами системи стратегічного управління соціально-економічною безпекою підприємства є (рис. 1):

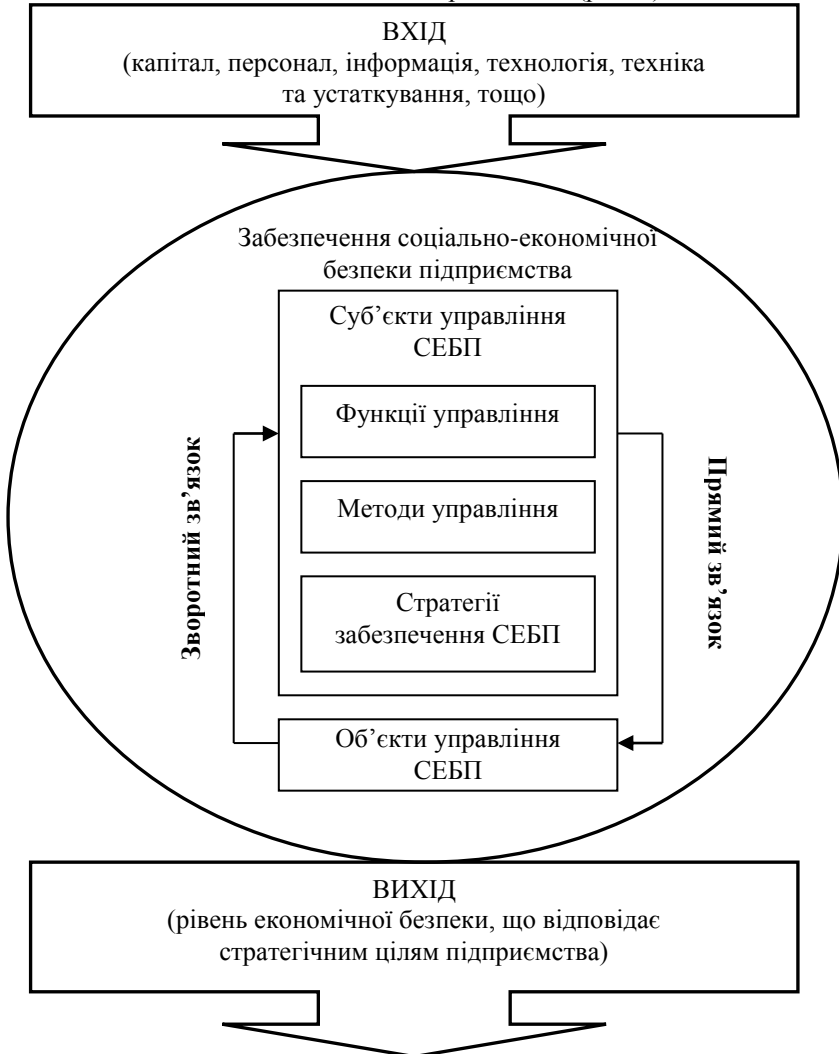


Рис. 1. Модель стратегічного управління соціально-економічною безпекою підприємства

Суб'єкти управління соціально-економічною безпекою підприємства – керівні ланки підприємства різних рівнів, об'єднаних до робочих груп згідно з функціональними складовими безпеки підприємства (фінансовою, інформаційною, кадровою, техніко-технологічною, силовою тощо). Суб'єктами можуть виступати працівники власної служби безпеки або залучені сторонні організації, фахівці, що надають послуги із захисту підприємницької діяльності.

Об'єкти управління соціально-економічною безпекою – конкретні сфери діяльності підприємства, що потребують забезпечення її належного рівня та на які спрямовані дії суб'єктів управління. За рівнем ієрархії об'єктом управління економічною безпекою може виступати підприємство у цілому, його окремих структурний підрозділ або визначена функціональна складова.

Конкретними об'єктами захисту виступають ресурси: фінансові, матеріальні, інформаційні, кадрові тощо.

Функції стратегічного управління соціально-економічною безпекою підприємства наведений в таблиці 2.

Під методами управління розуміємо потенційні способи взаємовпливу суб'єктів управління на рівень соціально-економічної безпеки, які умовно можна згрупувати в: інституційно-правові, адміністративні, економічні, організаційно-технологічні, інформаційні, соціально-психологічні.

Забезпечення соціально-економічної безпеки з використанням інституційно-правових методів передбачає: проведення моніторингу рівня соціально-економічної безпеки та її складових, прогнозування загроз, ризиків та розробку заходів щодо їх нейтралізації; коригування планових показників діяльності у контексті забезпечення безпеки; моніторинг законодавства та за нахист підприємства від дій і рішень органів державного управління; управління інституційними характеристиками безпеки в межах юридичних відносин із контрагентами; реєстрацію документів, прав власності.

За допомогою адміністративних методів управління відбувається формування організаційної структури; визначення повноважень та відповідальності посадових осіб, розпорядку роботи, порядку дій у тій чи іншій ситуації; регламентування інших дій суб'єктів управління соціально-економічною безпекою.

Завдяки використанню економічних методів відбувається вплив суб'єктів управління на параметри економічної діяльності підприємства.

Організаційно-технологічні методи мають на меті підвищення ефективності управління соціально-економічною безпекою.

Таблиця 2

Склад та зміст загальних функцій стратегічного управління соціально-економічною безпекою підприємства

Функції управління	Зміст функцій управління
Планування	— обґрунтування стратегічних цілей щодо забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства; — розробка системи стратегій; — складання стратегічного плану забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства, інтегрованого до системи стратегічного планування на підприємстві; — розробка програми впровадження запланованих заходів
Організація	— створення служби безпеки та формування робочих груп для здійснення управління соціально-економічною безпекою підприємства; — встановлення внутрішньої структури організаційного забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства; — наділення суб'єктів управління відповідними функціями, повноваженнями і відповідальністю; — визначення форм і методів підготовки і реалізації стратегії забезпечення соціально-економічної безпеки на підприємстві; — розробка процедур узгодження та координації дій щодо стратегії забезпечення соціально-економічної безпеки на підприємстві; — встановлення зворотного зв'язку між суб'єктами управління
Мотивація	— мотивація суб'єктів управління до використання прогресивних засобів та методів забезпечення соціально-економічної безпеки; — мотивації працівників сприяти забезпеченню належного рівня безпеки
Контроль	— проведення поточного моніторингу за ходом реалізації стратегій забезпечення соціально-економічної безпеки на підприємстві; — здійснення контролю виконання стратегічного плану забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства та оцінка ефективності заходів

Завдання реалізації інформаційних методів полягає в оперативному реагуванні на загрози інформаційного характеру.

Використання соціально-психологічних методів в управлінні скеровано на покращення мотивації персоналу в системі забезпечення безпеки підприємства. Їх застосування передбачає втілення заходів матеріального стимулювання; створення ефективної системи морального заохочення працівників; підбір кадрів з урахуванням психологічних характеристик працівників; діагностику психоемоційного стану працівників; забезпечення перспективного соціального й професійного росту; створення атмосфери корпоративного духу; формування сприятливого морально-психологічного клімату в колективі.

Визначаючи зміст поняття «стратегія забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства», вважаємо за доцільне більш детально розглянути дефініцію «стратегія». Отже, під стратегією І.Ансофф і Д.Стейнер розуміють спосіб встановлення цілей для корпоративного, ділового і функціонального рівнів. К.Барроу пропонує наступне тлумачення: «Стратегія – це узагальнена модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей шляхом координації та розподілу ресурсів компанії. Б.Берман, Дж.Еванс є авторами наступного визначення: «Стратегія – це комплексний план, сформований для здійснення місії організації та досягнення її цілей». Ю.Каракай стверджує, що стратегія – це комплекс цілей, принципів, що дозволяють розподілити необхідні ресурси на певний період часу, що являє собою горизонт планування, визначення цілей і принципів інноваційного товару. А.Чандлер вважає, що стратегія є методом встановлення довгострокових цілей організації, програми її дій і пріоритетних напрямків розміщення ресурсів [7, с. 327].

Отже, стратегія забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства – це довгостроковий якісно визначений напрям розвитку, спрямований на забезпечення програмного рівня безпеки функціонування підприємства.

Розроблення стратегії соціально-економічної безпеки підприємства ґрунтується на таких принципах:

- орієнтація на довгострокові глобальні цілі;
- забезпечення взаємозв'язку сукупності елементів економічної стратегії, за допомогою яких буде забезпечуватися досягнення глобальної стратегічної цілі діяльності підприємства;
- багатоваріантність напрямів розвитку;
- комплексність розроблення стратегії.

Існують різні підходи до класифікації стратегій соціально-економічної безпеки.

Так, Т. Іванюта та О. Заїчковський пропонують лише три типи стратегії безпеки підприємства:

- 1) раптового реагування на загрози;

2) прогнозування небезпек та загроз (включаючи цілеспрямоване дослідження економічної та криміногенної ситуації як всередині підприємства, так і в навколишньому середовищі);

3) відшкодування завданих збитків [5].

Залежно від стану рівня безпеки підприємства та його можливостей група авторів Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В. виділяють такі види стратегій забезпечення економічної безпеки [1, с. 220]:

- системного планового забезпечення;
- швидкого реагування;
- інституціоналізації та послідовного зміцнення;
- комплексного гарантування;
- відшкодування збитку;
- раптового реагування;
- сегментованого забезпечення;
- часткового врахування;
- делегування функцій.

Домашенко М.Д. пропонує розрізняти стратегії забезпечення безпеки підприємства залежно від зони соціально-економічної безпеки підприємства з присвоєнням кожній стратегії ідентифікатора С (рис.2).



Рис. 2. Стратегії забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства залежно від зон безпеки

Виділено чотири основні стратегії забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства [4]:

— стратегія підтримки, котра передбачає збереження існуючого стану соціально-економічної безпеки, контроль результатів діяльності і

попередження виникнення можливих загроз економічним та соціальним інтересам підприємства;

— стратегія посилення - скерована на проведення заходів посилення одного з показників соціально-економічної безпеки підприємства;

— стратегія адаптації, спрямована на проведення заходів пристосування виду діяльності до певних економічних умов і навпаки, а також пристосування складових соціально-економічної безпеки підприємства до тих або інших вимог зовнішнього середовища;

— стратегія модифікації (стратегія змін) - передбачає проведення змін, що стосуються виду діяльності, а також проведення необхідних змін складових соціально-економічної безпеки підприємства.

Соціально-економічна безпека підприємства характеризується сукупністю якісних і кількісних показників. Найважливішими серед останніх є рівень безпеки, який визначається станом використання ресурсів за критеріями рівня соціально-економічної безпеки підприємства. Цей показник залежить від спроможності керівництва підприємства та спеціалістів (менеджерів) ефективно уникати можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки негативного впливу окремих складових зовнішнього і внутрішнього середовища. Залежно від рівня соціально-економічної безпеки підприємств ряд економістів пропонують використовувати стратегії, представлені у таблиці 3 [8].

Отже, з погляду аналізу попередніх умов функціонування підприємства та передбачення змін, що формують загрози безпеці, можемо усі стратегії умовно поділити на такі, що:

- 1) попереджують можливі загрози;
- 2) усувають існуючі загрози;
- 3) відновлюють рівень соціально-економічної безпеки.

Стратегія забезпечення соціально-економічної безпеки, формулюючи цілі і визначаючи об'єкти стратегії, повинна містити:

— характеристику зовнішніх і внутрішніх загроз соціально-економічній безпеці підприємства;

— ідентифікацію факторів, що зміцнюють або руйнують стійкість його соціально-економічного становища на короткострокову і середньострокову (3-5 років) перспективу;

— визначення критеріїв і параметрів (граничних значень) показників, що визначають інтереси підприємства відповідно до вимог його соціально-економічної безпеки;

— розробку соціально-економічної політики, що включає механізми оцінки параметрів, які впливають на стан безпеки підприємства;

— напрями діяльності підприємства щодо реалізації стратегії.

Таблиця 3

Види стратегій забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства залежно від її рівня

Соціально-економічна безпека підприємства	Стратегії стабілізації	Стратегії розвитку	Комплекс заходів зі стабілізації та розвитку соціально-економічної безпеки підприємства
Високий рівень Безпеки	Стратегія прискороного зростання	Стратегії подальшого розвитку	— оптимізація складу та структури поточних витрат; — постійне збільшення ринкової частки; — удосконалення системи мотивації та стимулювання працівників; — концентрація зусиль на підвищенні ефективності використання ресурсів; — оновлення матеріально-технічної бази
Середній рівень безпеки	Стратегія обмеженого зростання		— посилення інноваційної та інвестиційної активності підприємств; — коригування цінової політики з урахуванням динаміки середньогалузевих цін на продукцію підприємства; — освоєння нових ринків збуту
Низький рівень безпеки	Стратегія стабілізації	Стратегія підтримки	— збільшення ефективності використання власного капіталу; — визначення найбільш рентабельних напрямів бізнесу та їх розвиток; — оновлення матеріально-технічної бази; — підвищення ефективності використання ресурсів
Мінімальний рівень Безпеки			
Кризовий рівень Безпеки	Стратегія скорочення діяльності	Стратегія виживання	— удосконалення політики залучення позикових фінансових ресурсів; — ліквідація нерентабельних напрямів діяльності підприємства

Формування адекватної та ефективної стратегії забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства передбачає аналіз теоретико-методологічних та функціонально-організаційних питань наступних напрямків:

— структура моделі стратегії забезпечення соціально-економічної безпеки;

— характеристика основних факторів, що визначають параметри стратегії;

— основні кількісні показники, що використовують в стратегії забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства;

— використання комплексних методів аналізу в процесі аналізу стратегії забезпечення [2; 3].

Отже, соціально-економічна безпека є досить важливою проблемою, дослідження якої дозволяє зробити значний крок щодо підвищення можливостей підприємства. Розробка та реалізація стратегії забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства має велике практичне значення у забезпеченні стабільної діяльності підприємства в поточному та стратегічному періодах.

Лише володіючи достатньою кількістю інформації про конкурентний статус підприємства, особливості зовнішньої взаємодії та внутрішньої будови, керівництво підприємства може визначити стратегію, що сприятиме досягненню стратегічних цілей підприємства.

Стратегічне управління соціально-економічною безпекою слід розглядати як процес управління стратегічним плануванням та розробленою стратегією забезпечення економічної безпеки з урахуванням взаємозв'язку внутрішнього середовища підприємства із зовнішнім та адаптації до їхніх змін для досягнення мети підприємства та захисту його від впливу загроз, ризиків і досягнення безпечного функціонування.

Стратегічний підхід в управлінні соціально-економічною безпекою підприємства містить ряд переваг, які дозволяють звести до мінімального розміру вплив негативних факторів, підвищити інформованість та визначеність майбутнього становища підприємства, забезпечити керованість й ефективність змін та досягнення цілей функціонування підприємства.

Список використаних джерел:

1. Васильців Т.Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення: [монографія] / Васильців Т.Г., Волошин В.І., Бойкевич О.Р., Каркавчук В.В.; за ред. Т.Г. Васильціва. – Львів: Арал, 2012. – 386 с.
2. Герасимчук В.Г. Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність: монографія / В.Г. Герасимчук. – К.: Вища школа, 2005. – 265 с.
3. Грунин О. Экономическая безопасность организации / О. Грунин, С. Грунин. – СПб.: Питер, 2002. – 160 с.
4. Домашенко М.Д. Формування зон економічної безпеки зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств / М.Д. Домашенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. № 4, Т. 2 – С. 181-185
5. Іванюта Т.М. Економічна безпека підприємства: [навч. посіб.] / Т.М. Іванюта, А.О. Заїчковський – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
6. Лысенко Ю.Г. Механизмы управления экономической безопасностью / Ю. Г. Лысенко, С.Г. Мищенко, Р.А. Руденский. – Донецк : ДонНУ, 2002. –78 с.
7. Мойсенко І.П. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства: навч. посібник [Текст] / І.П. Мойсенко, О.М. Марченко. – Львів, 2011. – 380 с.
8. Стадник В.П. Економічна безпека в системах ринкових трансформацій / В.П. Стадник // Збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. Серія : Економіка та менеджмент. – 2012. – Вип. 9 (34), Ч. 2 – С. 483-489

Дячун О.Д.

ПРОГНОЗУВАННЯ ПРОДАЖУ ТА ЙОГО МЕТОДИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Успішна діяльність компаній у сфері продажу вимагає здійснення такої управлінської функції як прогнозування. Що воно собою представляє? Автори, що займаються цією проблемою, по різному трактують його сутність. Одні вважають, що прогнозування продажу полягає в складанні обґрунтованих графіків реалізації продукту (величини обсягу продажу) [1].

Інші вчені, зокрема Спіро, Уільям Соснтон і Грегорі Рич, під прогнозуванням обсягу продажу розуміють оцінку обсягу продажу (в грошових одиницях або одиницях продукції), якого окрема фірма очікує досягнути за певний період часу на даному ринку і при запропонованому маркетинговому плані [3, с. 432].

Існує думка, що прогнозування продажу полягає у визначенні їх обсягу в грошовому або кількісному вираженні на певні періоди часу у майбутньому [5].

У наведених визначеннях містяться елементи підміни понять прогнозування плануванням продажу.

Для визначення сутності прогнозування продажу необхідно вказати, що воно собою представляє взагалі.

У Вікіпедії зазначається, що прогнозування – процес передбачення майбутнього стану предмета чи явища на основі аналізу його минулого і сучасного, систематично оцінювана інформація про якісні й кількісні характеристики розвитку обраного предмета чи явища в перспективі [2].

Крім цього варто врахувати, що:

- прогнозування продажу-це науково-обґрунтований процес;
- результати прогнозування носять імовірнісний характер;
- прогнозування опирається, з одного боку, на інформацію за минулий період, з іншого боку, враховує зміну факторів, що впливають на його результати в перспективі.

З врахуванням сутності прогнозування взагалі і викладених міркувань можна запропонувати наступне визначення прогнозування продажу. Отже, прогнозування продажу – це науково-обґрунтований процес передбачення на майбутній період обсягів продажу товарів, які носять імовірнісний характер, і здійснюваний на основі відповідної інформації за минулі роки з врахуванням зміни в перспективі факторів, що впливають на його результат. Головна мета прогнозування полягає у визначенні такого обсягу продажу у перспективі, який для фірми є найбільш ефективним.

Відповідно до цього вона розприділяє свої ресурси таким чином, щоб досягнути відповідних показників.

Результатом прогнозування є розроблений прогноз продажу на майбутній період. Отже, прогнозування це процес передбачення величини продажу на перспективу, а прогноз – це кількісний результат цього процесу. Таким чином, «прогнозування» та «прогноз», які часто використовуються як синоніми, хоча і взаємопов'язані, але вони за своїм змістом різні.

Поглиблене розуміння прогнозування продажу вимагає розкриття основних його особливостей. До них відносяться:

— прогнозування ґрунтується на реальних умовах діяльності фірми на ринку, факторах, які впливають на величину прогнозу;

— воно містить в собі елементи імовірності, які торкаються ситуацій в майбутньому. У зв'язку з цим результати отримані в процесі прогнозування повинні характеризуватися ступенем імовірності;

— результати прогнозування виконують функцію орієнтації при плануванні величини продажу;

— при розробці прогнозу не ставляться завдання його деталізації;

— прогноз носить багатоваріантний характер.

Розглядаючи сутність прогнозування, треба мати на увазі відмінності в таких поняттях як прогноз продажу і план продажу та потенційний і прогнозований обсяг продажу. Прогноз продажу – це той його обсяг, який може бути досягнутий при певних умовах або реалізації подій. План продажу – кількість товарів, яка буде продана при виконанні певних дій.

Величина прогнозу використовується при складанні плану продажу, уточненні його величини в цьому процесі.

Прогноз продажу є первинним, а план продажу – вторинним, залежним від результатів прогнозування. В кількісному відношенні прогнозів може бути декілька, а планів – один.

Також, як зазначалось вище, треба розрізняти потенційний і прогнозований обсяг продажу. Ототожнення цих понять, яке інколи має місце, ґрунтується на тому, що вони обидва розробляються на певний віддалений період. Потенційна величина продажу представляє собою той його обсяг, який матиме місце при найбільш сприятливих умовах діяльності підприємства. В той же час прогнозований продаж ґрунтується на умовах, які реально будуть діяти у відповідному часовому періоді. Тому за величиною прогноз продажу, як правило, є меншим потенційного продажу.

Прогнози продажу відіграють важливу роль у маркетинговій діяльності компанії. Вони є необхідними для організації нормальної роботи не тільки відділу маркетингу (служби продажу), але й інших функціональних

підрозділів фірми. В таблиці 1 наведений їх перелік з зазначенням цілей використання прогнозів.

Таблиця 1

**Перелік підрозділів підприємства, які використовують
в своїй діяльності прогнози продажу ***

№ п.п	Підрозділи	Призначення використання прогнозів продажу
1.	Відділ маркетингу	1. Розробка стратегій продажу 2. Складання маркетингових планів 3. Розробка елементів комплексу маркетингу 4. Додаткове залучення торгового персоналу
2.	Планово-економічний відділ	1. Складання різних виробничих планів за часовою ознакою 2. Розрахунки введення додаткових виробничих потужностей
3.	Виробничо-диспетчерський відділ	1. Обґрунтування показників оперативно-виробничих планів 2. Визначення характеру і змісту зв'язків даної служби з іншими функціональними підрозділами підприємства
4.	Відділ по закупках матеріальних ресурсів	1. Планування потреби в сировинних та матеріально-технічних ресурсах 2. Вибір постачальників матеріальних ресурсів 3. Вишення питань щодо постачання ресурсів (зі сторони чи власне виробництво)
5.	Конструкторський відділ	1. Вишення питання щодо технічного вдосконалення існуючих товарів 2. Розробка нових товарів
6.	Відділ кадрів	1. Планування роботи з кадрами (найм, підготовка, скорочення чисельності)

* Примітка. Розроблено автором

Пристаюючи до здійснення прогнозування продажу, треба визначити його предмет та форми. Що виступає в ролі предмета прогнозування? Здавалось би це питання є риторичним. Однак це не зовсім так. Предметом прогнозування є:

- обсяг продажу товарів компанією;
- величина споживання товарів клієнтами.

В першому випадку прогнозуванню підлягають можливості з продажу товарів підприємством - виробником. Це логічно і вірно. В цьому розділі буде зроблений наголос на порядку прогнозування продажу товарів продавцем (виробничим підприємством). Проте не можна обмежуватися лише цим предметом прогнозування. При розробці прогнозу споживання товарів клієнтами (а це швидше за все маркетингове завдання) фірма може

визначити, що потенційно вона могла би продавати своїх виробів значно більше. Провівши аналіз обсягів продажу, підприємство змогло би визначити ті клієнтські сегменти, в яких споживання його товарів є порівняно низьким, і відповідно спрямувати свої зусилля на збільшення їх продажу.

Отже, при орієнтації компанії на подвійний предмет прогнозування, досягаються дві важливі цілі:

- визначається величина продажу товарів виробника;
- встановлюється можливий обсяг споживання клієнтами відповідних товарів, що дозволить надати прогнозуванню ринкового спрямування.

Щодо форм прогнозування, то треба відмітити, що існує дві її різновидності:

— прогнозування ринку в цілому, при якому визначається прогноз продажу певного товару, який виробляється всіма підприємствами. Після розрахується частка ринку даної фірми і, таким чином, розрахується прогнозна величина продажу її товарів;

— пряме прогнозування, при якому підприємство безпосередньо визначає величину прогнозу, базуючись на інформації про власні обсяги продажу своїх товарів. При цьому прогнозуванням ринку в цілому воно не займається. В більшості випадків маркетологи віддають саме цій формі прогнозування, хоча даний підхід є менш ефективним. Він не враховує в достатній мірі загальні тенденції ринкового продажу.

Обґрунтованість прогнозування продажу в певній мірі залежить від використовуваних його принципів. Відомо, що прогнозування продажу є відповідальним і складним завданням, Застосування відповідних принципів може забезпечити належну точність отриманих в процесі прогнозування відповідних результатів.

До основних принципів прогнозування продажу можна віднести:

— об'єктивність прогнозування. Вона полягає у забезпеченні відповідності стану середовища, на яке опирається прогнозування, і його результатів. Реалізація цього принципу прогнозування досягається за рахунок:

- а) використання достовірної інформації за минулий період;
- б) застосування в прогнозуванні найбільш ефективних в даних умовах методів. Нижче буде вказуватися, що існують різні методи прогнозування. В кожній конкретній ситуації треба вибрати той із них, який в найбільшій мірі враховує характер та зміст середовища, вид прогнозування і т.п.;
- в) одночасне використання декількох методів прогнозування. Досить часто в компаніях паралельно використовуються такі методи як регресивний аналіз та метод експоненційного згладжування. За допомогою регресійного аналізу досягається більша точність прогнозів (коли при

прогнозуванні треба врахувати різні фактори). Аналогічним чином прогнози поєднуються з математичними методами, зокрема з таким як експоненційне згладжування [див.3,с.150];

— мінімізація кількості ринкових факторів, що впливають на результати прогнозування. Чим можна пояснити необхідність використання цього принципу? Значна кількість факторів ускладнює процес прогнозування. Прогнозист зіштовхується з проблемою визначення їх реального впливу на величину прогнозу. По-друге, чим більше число факторів, тим вища імовірність дублювання їх впливу на результати прогнозування. І по-третє, модель регресивного аналізу, яка будується на основі значної кількості факторів, буде досить складною з точки зору розуміння їх впливу на обсяги продажу товарів;

— використання різних оцінок результатів прогнозування (оптимістичних, найбільш імовірних та песимістичних). Це пов'язано з можливостями розвитку різних ринкових ситуацій (сприятливі умови, найгірші ситуації, проміжні передбачування між цими двома крайностями);

— відповідність прогнозування цілям використання його результатів. Нагадаємо, що такою ціллю є обґрунтування планових завдань з продажу товарів. Тому ця відповідність торкається, насамперед, термінів, на які розробляються прогнози. Останні повинні кореспондувати з термінами, на які складаються плани з продажу. Крім цього, зазначена відповідність стосується і тих факторів, що впливають як на величину прогнозу, так і на величину планових завдань з продажу товарів. В цьому випадку досягається більша кореляція між прогнозами і планами;

— врахування граничних можливостей прогнозування. Мова в даному випадку йде про точність прогнозування продажу різних товарів. Наприклад, можливості прогнозування обсягу продажу існуючих на ринку товарів в цьому відношенні значно більші, ніж, допустимо, товарів-новинок. На прогноз обсягу продажу останніх можуть впливати фактори, повний перелік яких важко наперед передбачити. Це ж саме стосується товарів сезонного продажу, товарів, збут яких намічається на зовнішніх ринках. Тому менеджери, розробляючи прогнози продажу цих товарів, повинні прийняти до уваги обмеження можливостей прогнозування їх продажу.

Прогнозування продажу, що здійснюється компаніями, є досить різноманітним. Це обумовлюється, насамперед, великою кількістю різних маркетингових планів, які доводиться їм розробляти. Тому виникає потреба у класифікації прогнозів з продажу. З цією метою використовуються різні класифікаційні ознаки (див. табл.2).

Короткострокові прогнози охоплюють прогнози до одного кварталу (місяць, квартал). Їх особливість полягає в тому, що в них найголовнішим є врахування коливань ринкового попиту. Сама ж динаміка обсягів продажу відходить на другий план.

Таблиця 2

Ознаки класифікації прогнозування та його види*

№ п.п.	Ознаки класифікації прогнозів	Види прогнозів
1.	Терміни, на які складаються прогнози	1. Короткострокові 2. Середньострокові 3. Довгострокові 4. Прогнози, що відповідають тривалості сезону
2.	Об'єкти прогнозування	1. Прогноз усього асортименту виробів 2. Прогноз продажу окремих товарів
3.	Характер ринків	1. Всього ринку фірми 2. Окремих видів сегментів 3. Внутрішніх ринків 4. Зовнішніх ринків 5. Торгових зон
4.	Характер процесу прогнозування	1. Пошукові 2. Інтуїтивні 3. Нормативні
5.	Точність кількісної оцінки результатів	1. З однозначною оцінкою 2. З інтервальними оцінками
6.	Ступінь імовірності настання результатів	1. Імовірнісний 2. Інваріантний

* Примітка. Розроблено автором

Короткострокові прогнози продажу використовуються переважно в оперативно-виробничому плануванні.

Середньострокові прогнози продажу зазвичай складаються на один рік. Основне їх призначення – використання при розробці бюджету компанії. Останній є важливим фінансовим документом підприємства. Наявність в ньому помилок є недопустимим.

Довгострокові прогнози охоплюють період часу в три і більше років. Наприклад, для компаній, що виробляють електронно-обчислювальну техніку, трирічний період достатньо відображає довгострокову перспективу. Для підприємств, що займаються обробкою металу, цей часовий період може сягати до 10 років.

Довгострокові прогнози розробляються з врахуванням макромасштабних факторів: демографічних, природних, політичних, загальноекономічних, технічних та інших.

Розробляючи довгострокові прогнози, треба мати на увазі два важливих моменти:

— вони не претендують на особливу точність:

— їх завдання полягає в тому, щоб показати загальні ймовірнісні зміни в обсягах продажу компанії в майбутньому, які зможуть суттєво вплинути на її діяльність.

Сферою використання довгострокових прогнозів є обґрунтування ними довготермінових планово-фінансових розрахунків, введення нових виробничих потужностей, підготовки виробничих кадрів і т.п.

Крім цього, за часовою ознакою виділяють ще і прогнози, які відповідають тривалості сезону продажу товарів. Такий підхід характерний, зокрема, для швейних підприємств. Вони виробляють товари для чотирьох сезонів (літа, осінь, зима і весна). Завдання цих фірм полягає в тому, щоб розпродати свої вироби до початку наступного сезону. Звідси і випливають вимоги до розробки прогнозів. Вони повинні складатися на період, який відповідає тривалості сезону.

Дана ситуація має місце і на інших підприємствах, що виготовляють продукцію сезонного користування (взуттєвих фірмах, деяких харчових підприємствах, підприємствах з виробництва спортивного спорядження та інших).

Виділення прогнозів за термінами, об'єктами та ринками дозволяє надати їм конкретного цільового спрямування, зробивши можливим і необхідним їх використання при розробці різних маркетингових планів.

Пошукові прогнози ґрунтуються на наявній інформації за минулий період (роки, квартали, місяці).

Сутність інтуїтивного прогнозування полягає у застосуванні прогнозистом при розробці прогнозів суб'єктивних знань. Іншими словами, воно опирається на його інтуїцію. Звідси і назва цього виду прогнозування.

При нормативному прогнозуванні передбачається визначення на майбутній період загальних цілей компанії та її стратегічних орієнтирів і на цій основі дається оцінка майбутнього розвитку фірми (обсягів продажу).

За точністю кількісної оцінки результатів прогнозування виділяють прогнози з однозначною оцінкою та прогнози з інтервальними оцінками. Наприклад, прогноз зростання обсягу продажу в наступному періоді складе 5 %. Це прогноз першого виду. Якщо в результаті прогнозування буде встановлено, що зазначене зростання знаходитиметься в межах від 4,5 % до 5,5 %, то воно відноситься до другого виду.

Ймовірнісне прогнозування передбачає, що його результат формується в умовах середовища, яке характеризується певною невизначеністю. Це

обумовлює можливість отримання декількох варіантів прогнозів, які відповідають варіантам середовища.

При інваріантному прогнозуванні має місце один варіант майбутнього середовища, а відповідно і один результат прогнозування.

При прогнозуванні продажу можуть використовуватися різні методи. Вони діляться на такі групи:

- якісні;
- кількісні;
- причинно–наслідкові.

Деякі зарубіжні автори останню групу методів прогнозування відносять до кількісних методів. Вони пояснюють це тим, що причинно–наслідкові методи передбачають використання статистичної інформації за минулі роки. Це є єдиним, що їх поєднує. Проте відмінності між ними є більш значущими:

а) кількісні методи прогнозування рекомендуються до застосування в умовах відносно стабільної економічної ситуації, коли прослідковується певна закономірність у зміні в динаміці показників, що характеризують обсяги продажу. В той же час причинно–наслідкові методи використовуються при нестабільній економічній ситуації, яка не дозволяє встановити обґрунтовану динаміку показника продажу;

б) крім статистичної інформації причинно–наслідкові методи передбачають використання факторів, які впливали на обсяг продажу у минулому періоді та будуть визначати його величину і в прогнозованому часі. Виходячи з цього, причинно–наслідкові методи прогнозування продажу доцільно виділити в окрему групу.

Якісні методи прогнозування продажу ґрунтуються на результатах опитування певних осіб. До них відносяться:

- опитування експертів;
- вивчення споживачів;
- опитування торгових представників;
- випробування товару і пробний продаж.

Отже, серед якісних методів прогнозування одним із основних є експертні методи. Їх результативність в значній мірі залежить від обґрунтованого формування групи експертів. Ними можуть бути співробітники власної компанії, що мають досвід в збутовій діяльності, сторонні спеціалісти, які працюють у цій сфері, керівні працівники із фірми клієнта, що займаються питаннями закупівлі товарів. Найчастіше склад експертної групи формується з різних представників (власної компанії, фірм клієнта та сторонніх організацій).

Експертне прогнозування може здійснюватися в трьох формах:

— на конкретний час. Наприклад, експерт з імовірністю на 92 % вважає, що обсяг продажу товару А цієї компанії протягом наступного року становитиме 750 млн. грн.;

— у вигляді інтервалу обсягу продажу. Прикладом може бути припущення експерта з імовірністю на 95 %, що продаж товарів А в наступному році становитиме величину між 745 і 755 млн. грн.;

— у вигляді двох або більше інтервалів продажу (див. табл. 3).

Таблиця 3

Триінтервальний обсяг продажу товару А*

Інтервали обсягу продажу млн. грн.	Імовірність продажу %	Очікуваний обсяг продажу, млн. грн.
740,0 – 744,9	25,0	185,0 – 186,2
745,0 – 749,9	50,0	372,5 – 374,9
750,0 – 755,0	25,0	187,6 – 188,8
Середньоочікуваний обсяг продажу		745,1 – 749,9

* Примітка. Розроблено автором

Багато інтервальний обсяг продажу з різною імовірністю є цілком реальним, оскільки прогнозування здійснюється на протязі певного періоду часу (року) і ситуації можуть мінятися від оптимістичних до песимістичних.

Серед експертних методів прогнозування важливе місце займає метод Дельфі. В літературі він виділяється в окремий метод. Такий підхід є недостатньо обґрунтованим. Метод Дельфі є різновидом експертних методів. Різниця між ними полягає лише в тому, що у першому випадку (при використанні методу Дельфі), експерти, які залучені до розробки прогнозу, разом між собою не зустрічаються.

Прогнозування з використанням методу Дельфі здійснюється в такій послідовності:

1. Формується група експертів;
2. Керівник групи роздає кожному експерту перелік запитань, кінцева мета яких полягає у виробленні прогнозу продажу товарів на майбутній період;
3. Кожен учасник експертної групи складає індивідуальний прогноз;
4. Аналітик згруповує індивідуальні прогнози в єдиний прогноз продажу;
5. Зведений прогноз продажу розсилається кожному експерту;
6. Зведені прогнози вивчаються окремо кожним експертом з метою прийняття спільного рішення;

7. При згоді експертів з отриманим зведеним прогнозом продажу процес прогнозування завершується.

У протилежному випадку процедура розробки прогнозу повторюється до тих пір, поки не буде отримано спільного результату. Варто підкреслити, що відсутність спільних експертних засідань підвищує обґрунтованість величини прогнозу продажу, оскільки думки одних експертів не впливають на прийняття рішення іншими учасниками експертної групи.

Досить ефективним методом якісного прогнозування є вивчення споживачів, особливо в ситуаціях незначної їх кількості. Тому зазначений метод прогнозування доцільно застосовувати на ринках товарів виробничо-технічного призначення. З успіхом він може бути використаний і на споживчих ринках у тих випадках, коли підприємства, прогножуючи обсяги продажу, спілкуються з маркетинговими посередницькими організаціями. На цих ринках прогнозування здійснюється шляхом безпосереднього опитування клієнтів торговими працівниками. При цьому встановлюється, яку кількість товарів покупець має намір закупити в прогнозованому періоді. Варто в процесі такого опитування спрогнозувати ситуацію, яка вплине на величину прогнозу. Це дозволить підвищити об'єктивність очікуваного обсягу продажу і, таким чином, уникнути необґрунтованих оптимістичних чи песимістичних оцінок цього показника з боку сторін (продавців і клієнтів).

Метод прогнозування на основі вивчення споживачів може бути використаний і при прямому дослідженні споживчого ринку (фінальних покупців). Його послідовність наступна:

- складаються опитувальні анкети. Доцільно їх розробляти різними фірмами, що виробляють аналогічні товари;
- визначається обсяг вибірки кінцевих споживачів, які підлягатимуть опитуванню;
- проводиться безпосереднє опитування;
- зібрана інформація підлягає аналізу і на її основі розраховується прогноз продажу відповідних товарів.

Варто відзначити, що таке пряме вивчення споживчого ринку для цілей прогнозування продажу не забезпечує в достатній мірі об'єктивності величини прогнозу в порівнянні з промисловим ринком. Тому на цих ринках він застосовується рідше.

Серед якісних методів прогнозування продажу варто відзначити і такий як опитування торгових працівників. Послідовність визначення величини прогнозу з використанням цього методу така:

- торгові працівники індивідуально оцінюють свій продаж товарів на прогнозований період по клієнтах і товарах;

— керуючі по територіях зводять дану інформацію по відповідній території;

— проводиться спільне обговорення зведених результатів між керуючими територіями і продавцями з метою отримання узгоджених показників;

— керуючий збутом, отримавши узгоджену величину прогнозу, розробляє кінцевий його варіант.

Цей метод прогнозування продажу має як переваги, так і певні недоліки. До переваг можна віднести:

— забезпечення досить високої точності прогнозу для невеликих періодів прогнозування (як правило 3 – 6 місяців). Це пояснюється тим, що торгові працівники мають безпосередні контакти з споживачами, досить добре володіють короткотерміною ситуацією і, як наслідок, можуть з високою імовірною точністю передбачити очікуваний обсяг продажу на цей період;

— оперативність розрахунку прогнозу продажу. Оскільки до прогнозування залучається власні торгові представники, на діяльність яких фірма може використовувати різні важелі впливу (економічні, організаційні, розпорядчі тощо), то і терміни складання прогнозів значно скорочуються;

— незначні затрати ресурсів на виконання прогнозованих операцій, оскільки вони відносяться до службових функцій торгових представників;

— зменшується кількість скарг з боку торгових представників, пов'язаних з їх матеріальним стимулюванням за виконання квот чи інших подібних показників, так як прогнози склалися ними особисто.

Недоліками методу прогнозування на основі опитування торгових представників є:

— ставлення деяких торгових представників до прогнозування продажу як до «паперової роботи», що не може негативно впливати на його кінцеву оцінку;

— базування результатів прогнозування як на оптимістичних, так і песимістичних оцінках торгового апарату. Залежно від того, які із них переважають, розроблений прогноз продажу може бути завищеним або заниженим;

— певна частина торгового персоналу свідомо занижує кількісні оцінки величини прогнозу, оскільки це пов'язано з їх майбутньою винагородою. В літературі для усунення цього недоліку пропонується пов'язувати затрати на продаж з розміром винагороди. Проте і такий крок не буде достатньо зацікавлювати торговий персонал в прийнятті реальних, не занижених прогнозованих обсягів продажу, бо невисоких затрат можна досягти, в першу чергу: за рахунок меншого обсягу продажу;

— відомо, що на величину продажу товарів впливають макроекономічні фактори. Продавцям, які практично весь свій час затрачають на виконання поточної роботи, досить складно давати об'єктивні оцінки цим факторам.

Усунення вказаних недоліків в прогнозування вимагає комплексного підходу в управлінні продажем (навчання торгових працівників, орієнтація в стимулюванні продажу на прийняття реальних квот, вирішення питань просування по службовій драбині залежно від рівня обґрунтованості величини прогнозів і т.д.).

Якісні методи прогнозування продажу включають і такі методи як випробовування товару та пробний продаж.

Ці методи використовуються при прогнозуванні продажу нових товарів (абсолютно нових або оновлених).

Випробування товарів проводиться в такій послідовності:

- завчасно визначається для цілей випробування певний ринок;
- покупцям цього ринку пропонується товар;
- для визначення реакції покупців на даний товар їм рекомендують для заповнення щоденник, в якому вони повинні вказати недоліки нового виробу, дати загальні зауваження, умови роботи і т.п.;
- на основі отриманої інформації прогнозується можливий обсяг продажу на відповідний період.

На думку маркетологів цей метод прогнозування можна використовувати лише у випадках, коли є можливість вибору товарів.

Метод пробного продажу є більш ефективним. Його сутність можна пояснити наступною послідовністю дій:

- встановлюється точно визначена територія, на якій буде продаватися товар;
- отримані результати щодо величини продажу на цій території підлягають ретельному аналізу та узагальненню. Його метою є виявлення випадкових факторів, що вплинули на обсяг продажу, з наступним коректуванням початково отриманих даних;
- розміри продажу товарів на попередньо визначеній території перераховуються в загальнонаціональному масштабі, враховуючи чисельність потенційних покупців;
- очікуваний обсяг продажу в загальнонаціональному масштабі і буде представляти собою прогноз продажу на певний період.

Варто замітити що пробний продаж, як метод прогнозування; доцільно використовувати на етапі випровадження товару на ринок. В подальшому обсяги продажу можуть зменшуватися, оскільки товар поступово втрачає свою новизну.

В основі кількісних методів на відміну від якісних методів прогнозування продажу в основі лежить точний розрахунок величини продажу, який ґрунтується на використанні масиву статистичних даних. Вони застосовуються у випадках, коли закономірні тенденції у зміні величини продажу, які були характерні для минулого періоду, залишаються такими і для прогнозованого періоду. Іншими словами, кількісні методи прогнозування доцільно використовувати при стабільності економічної ситуації як в минулих роках, так і в прогнозному періоді. Це дозволяє екстраполювати тренд в обсягах продажу, який склався в минулому періоді, на прогнозовані роки.

До найбільш поширених кількісних методів прогнозування відносяться:

- прогнозування з використанням ковзних середніх величин;
- експоненційне згладжування;
- прогнозування з застосуванням методу найменших квадратів;
- графічний метод;
- метод Бокс-Дженкінса.

Метод прогнозування з використанням ковзних середніх величин є досить поширеним із-за його простоти. При цьому методі прогнозована величина продажу в майбутньому періоді дорівнюватиме його середньому обсягові за минулі роки. Такий підхід пояснюється тим, що фактори, які діяли як в допрогнозованому періоді, так і в майбутньому є незмінними. Проте з часом вони можуть мінятися. Тому треба брати дані за декілька минулих періодів, їх усереднювати і націй основі визначати прогноз продажу на майбутнє. Чим більша кількість років минулого періоду включена в розрахунок, тим прогноз продажу буде точнішим [3,с.444].

Середня ковзна величина за i -тий рік визначається як частка від ділення суми обсягів продажу за останні роки на кількість років, обсяг продажу за які врахований в розрахунку середніх ковзних величин.

Такий підхід до прогнозування продажу є доцільним при умові, що його обсяги по роках мало змінюються. У тих випадках, коли має місце тенденція величини продажу по роках до зростання, навіть і незначного, то може виявитися, що прогноз продажу буде меншим за його фактичну величину в деяких роках минулого періоду. Це нелогічно. Тим більш, що в умовах стабільної економіки закономірним є збільшення обсягу продажу в динаміці. Щоб уникнути такої ситуації варто дещо змінити підхід до використання в прогнозуванні ковзних середніх величин. При цьому величина прогнозу продажу буде розраховуватися в такій послідовності:

- збирається статистична інформація про фактичні обсяги продажу за минулі роки;
- визначаються ковзні середні величини (найкраще троякі);

— послідовно попарно порівнюються значення цих величин і встановлюється їх зростання;

— розраховується середній приріст цих величин за досліджуваний період як відношення їх суми до кількості ;

— шляхом сумування цього приросту з фактичним обсягом продажу в останньому році досліджуваного періоду і визначається величина прогнозу на наступний рік.

Викладене проілюструємо в таблиці 4.

Для порівняння розрахуємо прогноз продажу на 2016 рік, за викладеною методикою в згаданих вище літературних джерелах:

а) при використанні ковзної середньої величини за три останні роки. Він становитиме 577 млн.грн.;

б) при використанні ковзної середньої величини за п'ять останніх років. Він складатиме 574,6 млн. грн.

Таблиця 4

Розрахунок величини прогнозу з використанням ковзних середніх трояких величин*

Роки	Фактичний обсяг продажу, млн. грн.	Значення ковзних середніх величин, млн. грн.	Зростання попарних середніх ковзних трояких величин, млн. грн.	Усереднене зростання ковзних трояких величин, млн. грн.	Прогнозований обсяг продажу на 2016 рік, млн. грн.
2008	549	-	-	-	-
2009	555	-	-	-	-
2010	550	551	-	-	-
2011	560	555	+4	-	-
2012	568	559	+4	-	-
2013	575	568	+9	-	-
2014	576	573	+5	-	-
2015	580	577	+4	-	-
2016 (прогноз)				5,2	585,2

* Примітка. Розроблено автором

Якщо проаналізувати динаміку фактичних обсягів продажу, яка наведена в таблиці 4, то неважко зробити висновок, що прогнозований обсяг продажу в розмірі 585,2 млн. грн. є найбільш обґрунтованим.

У випадках, коли статистичні дані за минулі роки, «різношерсті», тобто одні із них є більш значимими і точнішими, а інші - навпаки, застосовується метод прогнозування, який носить назву експоненційного

згладжування. Цей метод був відкритий незалежно один від одного Брауном (1958 р.) і Хольтом (1957 р.) При цьому виді прогнозування використовуються значення числового ряду за минулі роки. Його сутність полягає у застосуванні згладжуючої константи. В даному випадку прогнозна величина обсягу продажу розраховується за такою формулою:

$$ОП_{t+1} = a x_t + (1-a) ОП_t, \quad (1)$$

де $ОП_{t+1}$ – прогнозна величина продажу в часовому періоді $t+1$;

a – константа згладжування;

x_t – фактичний обсяг продажу в часовому періоді t ;

$ОП_t$ – прогнозований обсяг продажу в t -ому часовому періоді.

Приклад розрахунку величини прогнозу продажу за методом експоненційного згладжування наводиться в таблиці 5.

Таблиця 5

**Розрахунок величини продажу
за методом експоненційного згладжування***

Роки / квартали	Фактичний обсяг продажу, млн..грн. ($a=0,3$)	Прогнозна величина продажу, млн.грн.	Розрахунок прогнозної величини продажу
2013/ 04	100	-	-
2014 /01	102	100	$100 * 1$
2014 /02	109	100,6	$102 * 0,3 + 100 * 0,7$.
2014 /03	97	103,1	$109 * 0,3 + 100,6 * 0,7$
2014 /04	105	101,2	$97 * 0,3 + 103,1 * 0,7$
2015 /01	115	102,3	$105 * 0,3 + 101,2 * 0,7$
2015 /02	106	106,1	$115 * 0,3 + 102,3 * 0,7$
2015 /03	114	106,7	$106 * 0,3 + 106,1 * 0,7$
2015 /04	120	108,9	$114 * 0,3 + 106,7 * 0,7$
2016 /01	-	112,2	$120 * 0,3 + 108,9 * 0,7$

* Примітка. Розроблено автором

Із даних таблиці 5 видно, що величина прогнозу продажу залежить від величини константи згладжування. Її значення може знаходитися в таких межах:

$$0 < a < 1.$$

Вибір конкретного значення константи згладжування, яке здійснюється довільно, впливає на величину прогнозу продажу. Якщо вона велика, то це означає, що більшої ваги набувають фактичні обсяги продажу за минулий

період. Константа з нижчим значенням підвищує вплив на прогноз продажу більш віддалених періодів. Тому важливу роль в прогнозуванні продажу тут відіграє правильне визначення величини константи згладжування.

На практиці спеціаліст, який займається прогнозуванням, приймає її величину на основі:

- вивчення інформації, яке використовується в прогнозуванні;
- своєї інтуїції, яка сформувалася за певний період часу;
- врахування подібності умов, що мали місце в минулому і прогнозованому періодах;
- термінів прогнозу.

В літературі є пропозиції щодо необхідності використання оптимального значення констант згладжування. Для її знаходження рекомендується застосовувати квазіньютонівський алгоритм максимізації правдоподібності (імовірності).

Експоненційне згладжування як метод прогнозування продажу має як переваги, так і недоліки.

Переваги полягають у:

- простоті в роботі;
- можливості з боку прогнозиста визначати вплив на точність прогнозу того чи іншого періоду.

Разом із тим йому властиві і деякі недоліки. До них відносяться:

- неможливість передбачити зростання чи спадання ринку;
- довільний вибір значення константи згладжування, яке прогнозист визначає самостійно.

Не дивлячись на вказані недоліки, ряд компаній з успіхом використовують експоненційне згладжування в практиці прогнозування продажу.

Теорії і практиці відомий і такий метод прогнозування продажу, як метод найменших квадратів. Він відноситься до методів екстраполяції. Суть його полягає в мінімізації суми квадратних відхилень між величинами, що спостерігаються, і розрахунковими величинами. Прогноз продажу буде точнішим тоді, коли відомі між цими параметрами будуть меншими.

Прогноз продажу при зазначеному методі визначається за формулою 2:

$$y_{t+1} = a + bx_n, \quad (2)$$

де y_{t+1} – прогнозний обсяг продажу;

$t+1$ – прогнозний період;

a і b – коефіцієнти;

x_n – умовне позначення часу (номер прогнозованого року);

$$a = \frac{\sum_{i=1}^n x_i^2 \sum_{i=1}^n y_i - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n x_i y_i}{n \cdot \sum_{i=1}^n x_i - \left(\sum_{i=1}^n x_i\right)^2} \quad (3)$$

$$b = \frac{n \cdot \sum_{i=1}^n x_i y_i - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n y_i}{n \cdot \sum_{i=1}^n x_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n x_i\right)^2} \quad (4)$$

де n – кількість років, за які використана статистична інформація для прогнозування продажу;

x_i – номер i -го року;

y_i – обсяг продажу в i -му році.

Для розрахунку прогнозованого обсягу продажу побудуємо допоміжну таблицю (див. табл. 6)

Таблиця 6

Вихідні дані для розрахунку прогнозованого обсягу продажу на 2016 рік за методом найменших квадратів*

Роки	Номер часового періоду (x)	Значення a^2	Обсяг продажу, млн. грн	$x_i y_i$
2009	1	1	100	100
2010	2	4	120	240
2011	3	9	135	405
2012	4	16	140	560
2013	5	25	150	750
2014	6	36	160	960
2015	7	49	175	1225
	$\sum x_i = 28$	$\sum x_i^2 = 140$	$\sum y_i = 980$	$\sum x_i y_i = 4240$

* Примітка. Розроблено автором

В даному випадку $n=7$. Тоді:

$$a = \frac{140 \cdot 980 - 4240}{7 \cdot 140 - 28^2} = 94,3$$

$$b = \frac{(7 \cdot 4240) - (28 \cdot 980)}{7 \cdot 140 - 28^2} = 11,4$$

Прогноз продажу на 2016 рік становитиме:

$$y_{t+1} = 94,3 + 8 \cdot 11,4 = 185,5 \text{ млн. грн.}$$

Для прогнозування продажу можна користуватися і графічним методом. Він досить простий. Сутність цього методу полягає в наступному:

- збирається інформація про фактичні обсяги продажу за минулі роки;
- будується система координат. На осі абсцис відкладаються часові періоди, а на осі ординат - обсяги продажу;
- пересічення перпендикулярів, опущених відповідно з двох осей, фіксується точкою;

- через ці точки проводиться пряма лінія, яка є рівновіддаленою від усіх цих точок;

- з точки, яка знаходиться на осі абсцис і відповідає прогнозованому року, опускається перпендикуляр до пересічення з проведеною прямою лінією, яке фіксується точкою;

- з даної точки опускається перпендикуляр на вісь ординат. Точка пересічення і буде визначати величину прогнозованого продажу.

Точність прогнозування продажу за допомогою графічного методу залежить від уміння прогнозиста правильно (рівновіддалено від усіх точок) провести пряму лінію.

Графічний метод визначення прогнозу продажу проілюстровано на рис. 1 (використані дані табл. 6).

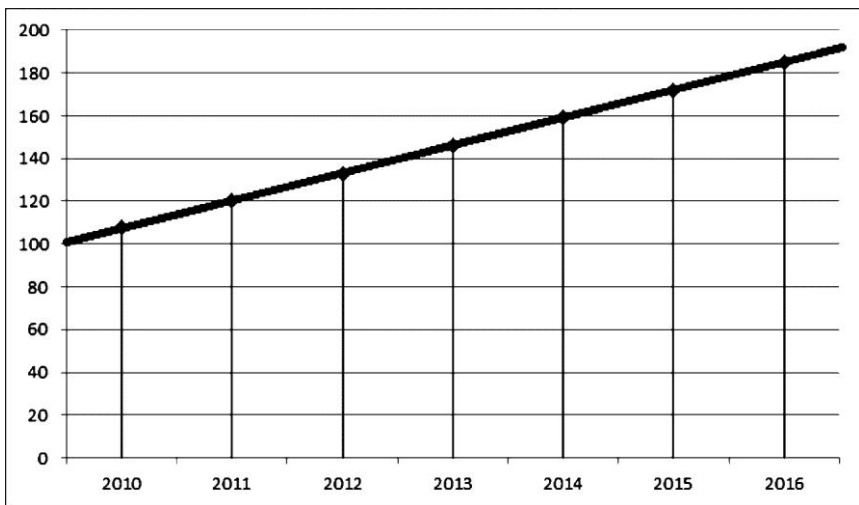


Рис. 1. Графічний метод розрахунку прогнозу продажу на 2016 рік

Із рисунку 1 видно, що прогнозований обсяг продажу на 2016 рік складає приблизно 185 млн. грн. Практично ця цифра відповідає

результату, отриманого з використання прогнозування за методом найменших квадратів.

Наприкінці ХХ століття прогнозування продажу поповнилося ще одним, досить ефективним, методом, авторами якого є Г.П. Бокс і І.Р.Дженкінс. Звідси і походить назва цього методу прогнозування продажу. Він поєднує моделі авторегресії та ковзного середнього, утворюючи змішану модель ARIMA, яка серед інших моделей цього класу є основною. Модель авторегресії представляє собою модель часових рядів. В ній значення часового ряду в певний момент є лінійно залежним від тих значень цього ж ряду, що їм передують. Часові ряди представляють собою сукупність даних певного показника, в даному випадку обсягів продажу, за відповідну кількість послідовних часових періодів. Останні можуть описувати різні часові ряди – як стаціонарні, так і нестаціонарні. Стаціонарні часові ряди характеризуються постійною середньою, а його дані коливаються навколо неї з відносно незмінною дисперсією. Модель ARIMA відноситься до моделей класу лінійних.

Прогнозування продажу з використанням методу ARIMA не передбачає застосування чіткої моделі. Тут задається тільки їх загальний клас. І має місце опис часового ряду. Це дозволяє визначити поточний стан змінної величини. Після цього алгоритм самостійно обирає необхідні моделі прогнозування.

Третю групу методів прогнозування продажу представляють причинно-наслідкові методи. До них відносяться :

- регресійні моделі;
- економетричні моделі;
- імітаційне моделювання;
- моделі дифузії та інші.

Найбільш поширеними серед методів даної групи прогнозування продажу є регресійні моделі. При їх використанні треба:

— ідентифікувати причини-фактори, що впливають на величину продажу;

— оцінити зміни причин-факторів у прогностному періоді;

— встановити залежність між зміною-причин факторів і обсягом продажу товарів;

— визначити прогностну величину продажу.

— Побудова регресійної моделі здійснюється в такій послідовності:

— вибираються передбачувані змінні фактори, які є найкращими де термінаторами обсягу продажу. До них ставляться дві вимоги:

— можливість кількісного вимірювання цих факторів або простішої процедури їх прогнозування в порівнянні з прогнозуванням обсягу продажу;

- вирішуються питання про характер зв'язку між обсягом продажу та кожним передбачуваним змінним фактором (лінійний чи криволінійний);
- проводиться регресійний аналіз для отримання коефіцієнтів і визначення якості відповідності;
- будується регресивна модель.

Викладена послідовність побудови регресійної моделі повторюється до тих пір, доки не буде отримана задовольняюча модель, яка дозволить прогнозувати обсяги продажу з прийнятим рівнем точності.

Регресійні моделі (рівняння) бувають двох видів:

- моделі лінійної парної регресії;
- моделі лінійної множинної регресії.

Досить ефективною моделлю прогнозування продажу є економетрична модель. Вона представляє собою систему взаємопов'язаних рівнянь, параметри якої розраховуються на основі використання методів статистичної обробки інформації. Вони в сукупності визначають зміни, які будуть прогнозуватися, а також ті передбачувані змінні, рівні яких визначаються в межах модельованої економічної одиниці.

Сучасний стан комп'ютеризації зробив можливим використання такого методу прогнозування як імітаційного моделювання. Воно представляє собою особливі форми проведення експериментів на ЕОМ з математичними моделями, які з певним ступенем імовірності описують закономірності функціонування реальних систем [8, с.21]. Імітаційною моделлю можна маніпулювати. Його результатом є встановлення того, як вона діє.

Використання в прогнозуванні імітаційних моделей дозволяє експериментатору встановити взаємозв'язки між певними факторами (явищами), які мають кількісне визначення, і прогнозованим обсягом продажу. Основним принципом, закладеним в цей метод прогнозування, є повторюваність. Він і дозволяє пов'язати теперішнє значення показника з його майбутньою величиною (прогнозом).

При використанні у прогнозуванні продажу імітаційного моделювання виконуються наступні дії:

- дається словесний опис системи чи процесу, що досліджується, його особливостей і цілей, у досягненні яких має допомогти імітаційна модель;
- точно ставляться завдання: визначаються першорядні параметри моделі, встановлюються взаємозв'язки між ними;
- системи і процеси піддаються формалізованому опису, розробляються відповідні комп'ютерні програми;
- за допомогою комп'ютера проводяться імітаційні експерименти, аналізуються отримані результати, прогнозується майбутній стан системи, процесу з урахуванням змін тих чи інших початкових умов [9].

До цього часу розглядалися методи прогнозування продажу, які тією чи іншою мірою базуються на даних про обсяги продажу за минулий період. Проте підприємства досить часто виходять на ринок з новим товаром. Зрозуміло, що вони теж прогнозують очікувані обсяги його продажу. Для цих цілей використовуються моделі дифузії. Дифузія – це процес поширення нововведень у суспільстві, закономірності поширення продуктів, технологій та ідей серед потенційних споживачів (користувачів) з моменту їхньої появи [10].

Моделі дифузії для прогнозування продажу були розроблені Є. Роджерсом та Ф. Бассом. Є.Роджерс є автором моделі, яка з точки зору сприйняття покупцями нового товару включає п'ять сегментів:

- інноватори;
- ранні послідовники;
- послідовники;
- пізні послідовники;
- консерватори.

На його думку, міжособистісне спілкування між членами зазначених сегментів (груп) виступає як рушійна сила дифузійного процесу інновацій. Потенційний споживач, придбавши новий товар, становиться інформаційним джерелом для членів інших груп. Між тими, що володіють знаннями про новий товар в певний період часу, і тими, кому вони будуть передаватися, має місце пропорційна залежність. Або іншими словами, збільшення числа прихильників нового продукту відповідає кількості взаємодії між прихильниками інновацій і числом тих, що ще не наважилися на здійснення покупки нового товару.

Виходячи з цих міркувань Є.Роджерсом була запропонована така модель дифузії (рівняння) (див. формулу 5):

$$N_t - N_{t-1} = K \cdot N_{t-1} \cdot (M - N_{t-1}), \quad (5)$$

де $(N_t - N_{t-1})$ - приріст числа покупців в період часу t ;

N_t - загальна кількість потенційних покупців в момент часу t ;

N_{t-1} - кількість покупців, що придбали новий товар в період часу до t ;

K - коефіцієнт інноваційності;

$(M - N_{t-1})$ - кількість потенційних покупців, яких можна залучити до купівлі нового товару;

M - місткість ринку [10].

У даній формулі замість числа покупців можна застосовувати обсяги продажу.

На відміну від Є. Роджерса, Ф. Бассом для побудови моделі дифузії використано тільки два сегменти:

— особи, які довідалися про новий товар із джерел інформації (реклами);

— люди, які дізналися про новий товар від осіб першої групи.

Ця ідея і лягла в основу дифузійної моделі прогнозування продажу Ф. Басса.

Список використаних джерел:

1. Составление прогноза продаж [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Memosales.ru/planirovanie/sostavlenie-prognoza-prodash
2. Прогнозування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: uk.wikipedia.org/wiki
3. Спіро Розанн, Стентон Уільям, Рич Трегорі. Управління продажем. – М.: Видавничий дім Гребеннікова, 2007
4. Вертоградов В. Управление продажами.- СПб: Издательский дом «Питер», 2005.
5. Основи оптової торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: bibliograph.com.ua/biznes-31/107.htm
6. Джеффри Ланкастер. Продажа и управление снабжением. – Минск: Амалфея, 1999
7. Методи прогнозування продажу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: innovations.com.ua/articles/13498/temp
8. Ситник В.Ф., Орленко Н.С. Імітаційне моделювання: Навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни.—К.: КНЕУ, 1999
9. Методи прогнозування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: newground.ru>upriod/vensel/doki/r5-p2-3.doc
10. Мілютіна Ю.С. Методичні засоби визначення параметрів ринків інноваційних турпродуктів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: mmi.fem.sumdu.ua>sifes/default/files/mmi 2012

Хрупович С.Є.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ. РОЗРОБКА МОДЕЛІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПИВОВАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Формування в Україні ринкових відносин – складний і ще не завершений процес. Він передбачає обґрунтоване визначення взаємозв'язків між виробництвом і соціально-економічними потребами держави, прогнозування розвитку промисловості на основі інституційних змін, впровадження новітніх технологій, інвестування всіх сфер діяльності з метою виробництва конкурентоспроможної продукції. Аналіз власного досвіду ринкових зрушень доби незалежності України та досвід інших постсоціалістичних країн свідчать, що важлива роль у системі ринкових перетворень відводиться промислового виробництва, де створюються необхідні для життя суспільства блага.

Особливо актуальною на сьогодні бачиться проблема побудови ефективної системи управління збутом на невеликих пивоварних підприємствах. Нераціональна регіональна та інвестиційна політика 90-х років минулого століття створила нерівні умови для їх розвитку і, як наслідок, - зменшення частки середніх регіональних підприємств та домінування іноземного капіталу в загальній структурі акціонерної власності виробників, що загрожує економічній стабільності вітчизняної пивоварної промисловості. Тому пріоритетним завданням підприємств галузі є створення ефективної системи управління збутовою діяльністю, яка би враховувала інтереси невеликих виробників. Така система потребує вирішення низки теоретичних та методико-прикладних завдань, пов'язаних з економічним оцінюванням збутової діяльності: проведенням системних досліджень кон'юнктури ринку, створенням кваліфікованого відділу маркетингу і логістики, плануванням стратегії розвитку збутової діяльності, формуванням інформаційного та аналітичного забезпечення збутової системи.

Економічний розвиток країни, добробут усіх верств населення залежать від головних товаровиробників, котрі розвивають виробництво – підприємств. Згідно статті 62 Господарського Кодексу України «Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської

діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами» [10, с. 44].

На сучасному етапі побудови ринкових відносин особливо актуальними для підприємств є вирішення проблем, що стосуються системи управління збутовою діяльністю, оскільки існує необхідність її гнучкого пристосування до швидкозростаючих потенційних вимог ринку з метою підвищення конкурентоспроможності.

Із усієї кількості підприємств автор розглядає тільки ті, для яких головним результатом діяльності і джерелом отримання прибутку є вироблена і реалізована на ринку продукція. Збут продукції в нових умовах господарювання для вітчизняних виробників є одним із найважливіших завдань, від ефективності вирішення якого залежить результат діяльності цілого підприємства.

На рубежі ринкових реформ вся продукція реалізовувалася за єдиними для всіх виробників аналогічних товарів цінами. Така ситуація не передбачала здорової ринкової конкуренції, боротьби за споживача, тому і якість радянських товарів була нижчою, ніж зарубіжних. Структурно-трансформаційні зміни, які відбуваються в економічній системі України, змінюють роль підприємства на ринку, вимагаючи від виробників переходу до активної збутової політики. Поступово більшість ринків перетворилися в ринки покупця, де попит менший, ніж виробничі потужності, з'явилися перешкоди для реалізації продукції. Зміни в характері ринків, невизначеність за трансформаційних умов вимагають перегляду як теоретичного, так і практичного підходу до реалізації виготовленої підприємствами продукції.

Не зосереджуючись детально на аналізі всіх підходів до визначення функцій маркетингу, оскільки вони ґрунтовно висвітлені у працях відомих українських дослідників-економістів [2; 6; 18; 21], хотілося б проаналізувати саме значення маркетингу у господарській діяльності підприємства, що реалізується через поєднання наступних функцій: маркетингові дослідження; розробка стратегії маркетингу; товарна політика; цінова політика; політика розподілу; комунікаційна політика; контроль маркетингу.

У контексті визначення головних елементів маркетингу С. Гаркавенко зазначає, що ними є товар, ціна, розподіл і просування. Саме розподіл цим науковцем визначено як вибір оптимальної схеми доставки продуктів від виробника до споживачів, її реалізація, а також післяпродажне обслуговування споживачів [5, с. 20-22]. Ф. Котлер використовує іншу термінологію, пропонуючи товар, ціну, розподіл і просування розглядати в контексті комплексу маркетингу [15, с. 63].

Що стосується місця збуту в господарській діяльності підприємства, то це питання пропонуємо з'ясувати, виходячи із системного підходу. У цьому зв'язку професор Є. Крикавський вказує: «Розглядаючи підприємство як господарську систему, найефективнішим моментом вивчення її організаційно-економічної структури треба вважати системний підхід, заснований на необхідності розгляду ряду елементів як єдиного цілого, що володіє властивостями, відсутніми у складових його частин.»[17, с. 334]. Заслугує на увагу і думка Н. Гавришко, котра (автор), виходячи із системного підходу, вважає, що маркетинг можна розглядати як підсистему менеджменту, а збут - як підсистему господарської діяльності підприємства поряд із постачанням і виробництвом [5, с. 29].

Поділяючи думку цих учених, зауважимо, що маркетинг також є і однією з конкретних функцій менеджменту як процесу управління економічними ресурсами з метою отримання фірмою поставлених цілей. Узагальнюючи численні теоретичні підходи, констатуємо, що реалізація продукції є складовим елементом підсистеми «збут» господарської діяльності підприємства. Водночас вважаємо, що «збут» не є «одним з головних елементів маркетингу», як стверджували В. Липчук, А. Дудяк та С. Бугіль. Взявши до уваги категорію «розподіл» як один із головних елементів маркетингу, зауважимо, що поняття «збут» є більш ширшим, ніж «розподіл», і саме як підсистема виробничого підприємства, «збут» охоплює наступні складові (рис. 1).

СИСТЕМА «ПІДПРИЄМСТВО»		РОЗПОДІЛ (дистрибуція)	ТОВАРОРУХ	РЕАЛІЗАЦІЯ
		ЗБУТ		
ПОСТАЧАННЯ	ВИРОБНИЦТВО			

Рис. 1. Збут і його складові у системі «підприємство»

Аналіз наведених точок зору щодо визначення місця і ролі збуту доповнимо підходом до вирішення цієї проблеми російським вченим І. Герчиковою. Зокрема, вона наголошує на тому, що маркетинг включає реалізацію політики збуту (визначення каналів і методів збуту, розрахунок затрат на організацію цього процесу). Проте сама організація збуту і

проведення комерційних операцій відносяться до оперативно-господарської діяльності підприємства, на підвищення ефективності якої спрямовані всі функції управління, в тому числі і маркетинг [7, с. 225].

На наш погляд, при визначенні поняття «збут» як економічної категорії помилковим є намагання деяких економістів трактувати його зміст у вузькому розумінні. Складність «збуту» визначається багатогранністю сутнісних сторін, які відображає ця категорія. У зв'язку з цим немає єдиного підходу до визначення суті збуту, а тому це питання є дискусійним, а відтак потребує глибшого дослідження. Потрібно більш чітко бачити різницю між збутом, реалізацією, а також розподілом. Неоднозначно до визначення поняття «збут» підходять Л. Балабанова та А. Балабаниць у книзі «Маркетинговий аудит системи збуту» [3], розглядаючи його (збут) у широкому й вузькому розумінні. Мабуть не викликає заперечень трактування збуту у широкому розумінні як процесу організації, транспортування, складування, підтримки запасів, доробки, просування до оптових і роздрібних торговельних ланок, передпродажної підготовки, пакування і реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання прибутку. Проте, сумнівним є твердження цих авторів відносно того, що збут у вузькому розумінні (продаж, реалізація) – це процес безпосереднього спілкування продавця й покупця, спрямований на отримання прибутку, а також такий, що вимагає знань, навичок і наявності певного рівня торговельної компетенції. Незважаючи на проведений вище аналіз суті поняття «збут», Л. Балабанова та А. Балабаниць пропонують: «...для однозначності трактування понять доцільно у випадку, коли мова буде йти про збут в широкому розумінні, використовувати поняття «розподіл», а у вузькому – обмежуватися терміном «збут»» [3, с. 14]. Незважаючи на те, що на с. 13 цього ж видання автори стверджують про доцільність розмежування цих двох понять, вважаємо, що висновки науковців щодо відмінності цих термінів є неуточненими і надто узагальненими.

Інша група економістів, трактуючи категорію «збут», робить наголос на системному підході. Так, О. Проволоцька визначає «збут» як вид комерційної діяльності підприємства, який складається з цілісного процесу доведення продукції до кінцевого споживача та сукупності маркетингових заходів щодо вивчення потреб, формування та стимулювання попиту на продукцію підприємства, з метою задоволення потреб споживачів та отримання прибутку [20, с. 6]. Вважаємо, що з точки зору системного підходу «збут» необхідно розглядати не як вид комерційної діяльності підприємства, а як вид господарської діяльності, оскільки в процесі збуту виконуються ще й операції виробничо-технологічного характеру. На нашу думку, найбільш конкретно з використанням системного підходу до

визначення сутності «збуту» підійшов колектив українських вчених під керівництвом С. Мочерного, який розглядає «збут» як комплекс післявиробничих операцій, що здійснюють юридичні та фізичні особи з моменту виготовлення продукції і до її продажу покупцеві. До них належать доробка, сортування, фасування, пакування, транспортування, складування, зберігання, доставка до оптових та роздрібних покупців, продаж [12, с. 593]. При цьому визначається, що реалізація продукції – це продаж товарної продукції споживачам. Моментом реалізації є надходження від замовника (платника) коштів за отриману ним продукцію на розрахунковий рахунок підприємства [14, с. 156].

Ми приєднуємося до думки цих вчених, так як вважаємо, що позитивними сторонами в даному визначенні сутності економічних категорій «збут» і «реалізація» є наступне: по-перше, трактування поняття «збут» містить логічну послідовність; по-друге, розглядаючи «збут» як комплекс післявиробничих операцій, авторами використано системний підхід; по-третє, виділено момент продажу («реалізації») як складову частину системної економічної категорії «збут».

На наш погляд, існує суттєва різниця між визначенням сутності економічної категорії «збут» як підсистеми господарської діяльності підприємства і визначенням понять складових цієї підсистеми: «розподілу» і «реалізації». З цих міркувань неприпустимо «збут» ототожнювати із «розподілом», або у вузькому розумінні підходити до цієї економічної категорії як до продажу чи реалізації. Тут найсуттєвішим є те, що при вузькому підході до суті значення «збут» є незрозумілим, куди дівся проміжок часу, що відповідає збутовим операціям від завершальної стадії виготовлення продукції до моменту її продажу.

Дослідження характеристики збуту пропонуємо проводити також і з використанням системного аналізування на основі міждисциплінарного підходу шляхом застосування загальнонаукових методів, що дозволяє врахувати специфіку категорії «збут» у системі наук. Що стосується маркетингу, як однієї з функцій управління виробничим підприємством, пропонуємо розглянути зміст поняття «збут» у контексті цієї економічної науки. Спираючись на авторитетну думку вітчизняних вчених Є. Савельєва, Д. Штефанича, відзначимо, що збут є тією клітинкою, з якої виріс маркетинг. Надалі автори аргументують ці висновки наступним: «В цьому розумінні маркетинг несе в собі значною мірою проблеми економіки збуту. Оскільки остання є складовою частиною більш широкої науки та навчальної дисципліни – економіки та організації підприємств - правомірним є висновок про те, що маркетинг являє собою частину економіки та організації виробництва. При цьому для підприємства у використанні маркетингу все більшого значення набувають його

інструменти, які забезпечують формування концепції управління» [21, с. 15]. Виходячи з цього, відмітимо, що взаємовідносини між збутом та економікою і організацією виробництва базуються на тому, що на підприємстві цикл «постачання-виробництво-збут» носить системний характер. Будь-яка система є сукупністю елементів, які знаходяться у відповідних зв'язках та відносинах, утворюючи між собою певну цілісність.

На нашу думку, вивчення збуту як елементу системи «підприємство» доцільно розглянути в розрізі нової економічної концепції – логістики підприємства, оскільки логістика – це наука, яка до недавнього часу була відома лише вузькому колу спеціалістів. Серед робіт російських і українських вчених, котрі внесли суттєвий вклад у розвиток логістики як науки можна виділити праці Б. Анікіна, А. Гаджинського, М. Гордона, А. Роднікова, В. Дегтяренко, Є. Крикавського, В. Смеричинського, Л. Балабанової, А. Германчук, О. Карого [19; 9; 7]. Аналіз вітчизняної та зарубіжної літератури показав, що єдиного термінологічного підходу до визначення суті логістики немає. Російський науковець А. Родніков визначає логістику, як «науку про планування, контроль і управління транспортуванням, складуванням і іншими матеріальними і нематеріальними операціями в процесі доведення сировини і матеріалів до підприємства, переробки сировини, матеріалів і напівфабрикатів, доведення готової продукції до споживача у відповідності з інтересами і вимогами останнього, а також передачу, зберігання і обробку відповідної інформації» [19, с. 127]. Очевидно, що в наведеному вище тлумаченні логістики справедливо виділяються ті чи інші її сторони, проте не прослідковується найважливіше завдання цієї науки – вона повинна оптимізувати всі види економічних ресурсів, що використовує підприємство для отримання комерційних цілей і для задоволення потреб споживачів з максимальною ефективністю. В цьому сенсі Б. Анікін стверджує, що найважливіший аспект логістики: «можливість впливати на стратегію корпорації і на створення нових конкурентних переваг для фірми на ринку, тобто на її кінцеві цілі» [19, с. 12].

Проте у більш вузькому контексті, як на нашу думку, влучно до визначення змісту поняття «логістика» підійшов провідний вітчизняний вчений Є. Крикавський. Поділяючи думку цього науковця, визначимо, що логістика – це галузь економічної науки, що вивчає теорію оптимального управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками в економічних адаптивних системах із синергічними зв'язками [16, с. 199].

Для розвитку ринкових відносин актуальними є процеси інтеграції маркетингу і логістики у систему управління підприємством, які базуються на взаємодії маркетингу, що орієнтується на ринок, і логістики,

орієнтованої на потік. Ми вважаємо, що така інтеграція створює можливості для ефективного управління процесом збуту на підприємстві з метою отримання ним прибутку та для споживачів як засіб задоволення своїх потреб у бажаному продукті. Слід зазначити, що вищенаведений підхід не передбачає інтеграцію логістики у систему маркетингу. І логістика, і маркетинг є конкретними функціями системного управління підприємством.

Введення концептуальних засад логістики, новизна цього процесу для промислового підприємства полягає в тому, що змінюються пріоритети між взаємозв'язком всіх підсистем: постачанням, виробництвом, збутом на користь більшого значення ролі управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками. Таким чином, важливою складовою нашого дослідження є також одна із субсистем логістики продукуючого підприємства - логістика збуту. Є. Крикавський визначив головну мету логістики збуту як організацію збутової діяльності відповідно до замовлень клієнтів із мінімальними загальними витратами [16, с. 203]. Беручи до уваги те, що логістика збуту – це важливий аспект організації процесу збуту на підприємстві, вважаємо, що цей науковий напрямок потребує глибшого вивчення. Визначаючи сутність і методичні засади формування логістики збуту, слід врахувати, що вона є субсистемою функціональної сфери управління наскрізними потоками на підприємстві (логістики), і тому її доцільно трактувати як розподільчу (дистрибуційну) логістику, оскільки ця сфера стосується процесів розподілу готових виробів замовників. Поділяючи думку Є. Крикавського, визначаємо, що логістика збуту скерована на комплексне планування, управління та фізичне опрацювання потоку готових виробів у супроводі необхідного інформаційного потоку в межах від моменту здачі-приймання товарів з виробництва до замовника (споживача) з метою оптимізації витратних та часових характеристик вказаної частини матеріальних та нематеріальних потоків [16, с. 61- 62].

Враховуючи те, що необхідність введення маркетингових засад управління підприємством пов'язано із проблемами реалізації продукції, які виникли при переході від ринку продавця до ринку покупця, вважаємо за доцільне виділити два моменти, що стосуються збутової логістики. Відповідно до цього, російський науковець Б. Анікін пропонує напрямки інтеграції маркетингу і логістики на виробничому підприємстві визначити як такі, що трактуються, виходячи із двох сторін: перша - це дослідження потреб ринку, що вивчає маркетинг, і друга сторона – це способи і методи найбільш повного задоволення цих потреб з допомогою логістики. Крім того, інтеграція маркетингу і логістики - це один із ефективних шляхів удосконалення збутової діяльності на підприємстві [19, с. 185].

У контексті нашого дослідження особливе зацікавлення викликає науково-теоретичний розгляд категорійного апарату сутності поняття «розподіл». Аналіз більшості літературних джерел дає змогу констатувати, що в них сформульовано теорію про розподіл як система заходів товаровиробника по забезпеченні збуту виготовленого ним товару на ринку з метою задоволення запитів споживачів і отримання прибутку [7, с. 358; 2, с. 314]. Поділяючи думку Є. Голікова і А. Балабанової, зауважимо, що вибір оптимальної системи розповсюдження продукції, її реалізація та післяпродажне обслуговування розглядаються в контексті політики розподілу продукції підприємства. Ось чому ми вважаємо, що важливим для теорії та практики розвитку цієї політики є правильне визначення організаційних форм процесу доведення продукції до споживачів.

Найфундаментальнішим прикладним посібником із досліджуваної проблематики, на наш погляд, є праця американських вчених Луїса В. Штерна, Адель І. Ель-Ансарі, Ен. Т. Кофлана «Маркетингові канали». В останньому, п'ятому виданні цього підручника позитивним є те, що, поперше, у ньому значна увага надається теоретичним і практичним аспектам методики створення маркетингових каналів та питанням стратегії управління цими каналами; по-друге, видання містить рекомендації, які сприяють прийняттю правильних рішень щодо організації взаємозв'язків між учасниками процесу розподілу [22].

Аналіз ряду визначень свідчить, що дослідники процесу доведення продукції до споживачів, подаючи сутність однакової проблеми, використовують поняття «каналу збуту» чи «каналу розподілу». На нашу думку, вживання терміну «канал розподілу» є доцільним з таких міркувань: поняття «збут» та «розподіл» мають різну економічну сутність. Вживаючи термін «збут», маємо на увазі те, що він є однією з трьох складових підприємства як господарської системи поряд із постачанням і виробництвом. А «розподілом» є діяльність виробника по забезпеченні збуту його товару на ринку через внутрішньофірмові або ж посередницькі канали. Позаяк розподіл лише забезпечує збут, то ця економічна категорія є елементом збуту і розглядається нами як одна з його організаційних форм.

У зарубіжній і вітчизняній економічній літературі немає єдиного підходу до визначення поняття «канал розподілу». Зокрема, виходячи із системного підходу, Луїс В. Штерн та його співавтори трактують канал як сукупність взаємозалежних та взаємозв'язаних організацій, які беруть участь у досягненні єдиного результату [12, с. 12]. У цьому ж контексті російські вчені В. Попков і М. Потолкова, а також А. Романов пропонують тлумачити канал збуту як шлях просування товару від виробника до

споживача [8, с. 56; 9, с. 201]. Однак у цих визначеннях відсутні посилання на відношення власності щодо товару і не розкрито конкретно об'єкти та суб'єкти цього процесу. Для того, щоб дати вірне визначення сутності «канал розподілу», з'ясуємо такі питання: що є об'єктом розгляду системи розподілу; хто є суб'єктами; а також до якого моменту часу власність щодо об'єкту розподілу належить кожному з його учасників.

Отож, вважаємо, що об'єктом системи розподілу є товари конкретного виробника, а також послуги виробника та посередницьких організацій. Суб'єкти – це юридичні і фізичні особи, котрі сприяють руху товарів від виробника до споживача, проте, за певних обставин, суб'єктом системи розподілу може бути лише один виробник. Право власності на об'єкт у процесі розподілу належить виробнику до того часу, допоки він не отримає кошти за виготовлену продукцію. При проходженні по каналах розподілу можуть створюватися і додаткові послуги іншими суб'єктами системи розподілу, тому і право власності на них належить уже тим організаціям, які створили ці послуги. Виходячи з цього, будемо констатувати, що найбільш вдало до суті поняття «канал розподілу» підійшли Ф. Котлер, С. Гаркавенко та А. Балабанова [15, с. 329; 6, с. 365; 2, с. 374]. Ми приєднуємося до думки цих учених і визначаємо канал розподілу як сукупність юридичних і фізичних осіб, які беруть на себе право власності на товар чи послугу, або сприяють передачі цього права іншим особам на шляху руху товару від виробника до споживача.

Складовою частиною системи розподілу виробничого підприємства є процес товароруху, що забезпечує потік товарів і послуг від виробника до споживачів через наступні маркетингові заходи: транспортування, складування товарів та обслуговування замовлень. Правильно зауважили професори В. Горфінкель та В. Швандор, що товарорух – це сфера потенційно високої економії витрат і забезпечення більш повного задоволення клієнтів [23, с. 321]. У цьому сенсі німецький вчений Г. Ассель трактує значення товароруху у відношенні до затрат на цей процес і, посилаючись на дослідження, визначає їх на рівні 20 % від суми продаж [1, с. 503].

Створення теоретичних основ проектування каналів розподілу вимагає обґрунтування логістичної функції збуту, або маркетинг-логістики. Погоджуючись з авторитетною думкою вітчизняних та зарубіжних учених [15, с. 981; 6, с. 392], котрі асоціюють процес товароруху із маркетинг-логістикою, відзначимо, що логістичні функції системи розподілу передбачають діяльність щодо планування, виконання і контролю фізичного переміщення всіх видів потоків (матеріалів, готових виробів, інформації), які супроводжують переміщення товару за обраним каналом розподілу з метою задоволення потреб споживачів та отримання прибутку.

Аргументованою є думка російського вченого А. Романова [9, с. 208] відносно того, що «товарорух є потужним інструментом стимулювання збуту. Мірою ефективності системи товароруху слугує відношення затрат фірми до її результатів. Головний результат, який досягається в системі товароруху, – це рівень обслуговування споживачів». Узагальнення теоретичних досліджень дає змогу визначити межі застосування логістики в процесі просування товару від виробника до споживача. Так, А. Гаджинський та Ю. Неруш [5, с. 124; 114, с. 8] пропонують розглянути схему відтворення капіталу (рис. 2).

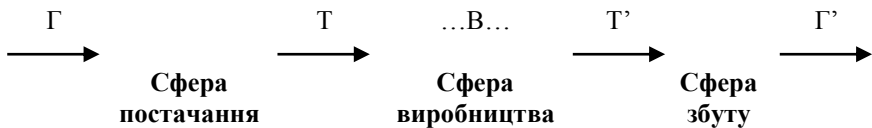


Рис. 2. Процес відтворення капіталу та функціональні сфери логістики

Отож, як бачимо, з рисунка, об'єктом вивчення розподільчої логістики є матеріальні потоки у сфері збуту готової продукції. Маркетинг також, як відомо, вивчає цю ділянку у сфері відтворювального процесу. Нинішній етап розвитку промислових ринків вимагає від учасників розподілу своєчасного задоволення попиту, виявленого маркетингом. Налагоджена система логістики повинна розвивати і доповнювати маркетингові цілі підприємства через створення єдиної мобільної технологічної системи. Як у вітчизняній, так і у зарубіжній літературі ведуться серйозні дискусії щодо тривалості процесу товароруху. Головний аргумент полягає у тому, що науковці не можуть дійти згоди відносно того, де починається збутова логістика. Так, російські вчені М. Гордон та С. Карнаухов [9, с. 17] зазначають, що: «Процес товароруху починається на складах готової продукції і закінчується із надходженням товару на матеріальні і споживчі склади». Погоджуючись з іншими підходами, розглянемо тривалість процесу товароруху на рис. 3. Представлені схематично інформаційні потоки дозволяють координувати товарорух по всій довжині каналу розподілу.

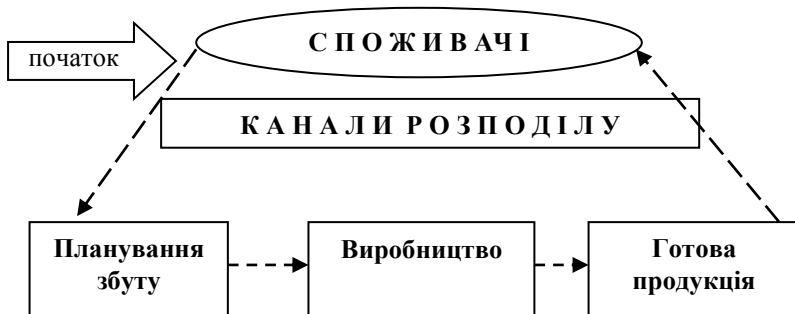


Рис. 3. Схема інформаційних потоків у процесі товароруху

Отже, в результаті дослідження семантики тлумачення терміну «збут», використовуючи системний і міждисциплінарний підходи, пропонуємо розглядати збут як одну із підсистем господарської діяльності підприємства (підсистеми: постачання-виробництво-збут), у якій продукція, що пройшла всі стадії виробничих операцій, підлягає доробці, фасуванню і пакуванню, просуванню по каналах розподілу, що супроводжується виконанням комплексу логістичних операцій: транспортування, складування і обслуговування продажі, а також реалізації її кінцевому споживачу.

Переходу від ринку продавця до ринку покупця властиві суттєві зміни в стратегії виробництва і в збутових системах. Якщо в директивній економіці рішення про випуск продукції передувало розробці збутової політики, а організацію процесу доведення готової продукції до споживача було підпорядковано виробництву, то в умовах підвищеної конкуренції постали вимоги до складання виробничої програми, орієнтованої на обсяги та структуру ринкового попиту. Пристосування до інтересів споживачів в умовах перенасичення ринку вимагає від виробників в свою чергу виготовляти продукцію, що відповідає їх вимогам. Виходячи з цього, окреслимо суть, значення та тривалість збутової діяльності промислових підприємств. У сучасних умовах господарювання всі операції по забезпеченню функціонування збуту, як підсистеми господарської діяльності підприємства, за часом виконання можна поділити на три головні етапи:

— передвиробничий: передує виробництву, оскільки пов'язаний із вивченням попиту, продукції конкурентів, плануванням обсягів збуту, підписанням договорів постачання;

— післявиробничий: охоплює увесь цикл робіт із підготовки виготовленої продукції до реалізації (пакування, складування, вантажні

роботи, транспортування, маркетингові послуги) та реалізація її споживачам;

— післяпродажне обслуговування.

Аналіз ряду літературних джерел [2; 3; 18; 21] дозволяє встановити загальні підходи до визначення суті збутової діяльності. В деяких виданнях автори стверджують: «Збутова діяльність в маркетингу полягає в тому, що доводить товари до споживача в тому місці, в тій кількості і тій якості, яка необхідна» [21, с. 26]. Це визначення, як ми вважаємо, є недостатньо конкретним. Викладене вище поняття охоплює логістичний аспект, що є позитивною стороною цього трактування, проте тут відсутні посилення на кінцеві цілі збутової діяльності (отримання прибутку). Тому звернемося до української економічної літератури, де провідні позиції поступово завойовує розширене трактування вище означеного процесу. Так, наприклад, Л. Балабанова та А. Балабаниць роблять влучний висновок, вказуючи на те, що збутова діяльність охоплює планування обсягів реалізації товарів з урахуванням прогнозованого рівня прибутку; пошук і вибір найкращого партнера – постачальника або покупця; проведення торгів, враховуючи встановлення ціни, відповідної якості товару та інтенсивності попиту; виявлення та активне використання факторів, здатних прискорити збут продукції та збільшити прибуток від реалізації [3, с. 15].

Порівнявши аналіз різних підходів щодо суті досліджуваної економічної категорії, констатуємо, що наша позиція полягає в наступному. Погляд на підприємство крізь призму системного підходу дозволяє встановити необхідність розгляду збутової діяльності як системного процесу організаційно-економічних операцій, який містить як маркетинговий (дослідження ринку, аналіз кон'юнктури, визначення обсягів збуту, вибір та управління каналами розподілу), так і логістичний аспекти (транспортування, складування, управління запасами, обслуговування замовлень), здійснюється з метою досягнення економічних результатів від реалізації продукції споживачам та формування позитивного іміджу підприємства на ринку.

Усе сказане дає нам змогу узагальнити мету та визначити предмет, об'єкти та суб'єкти в змісті збутової діяльності. Отож, вважаємо, що мета збутової діяльності підприємства полягає у виявленні та задоволенні потреб споживачів у необхідній продукції з отриманням максимального економічного результату та соціального ефекту для всіх учасників системи. Предмет збутової діяльності – виготовлена продукція та надання супровідних послуг при її реалізації. Об'єкти – кінцеві споживачі. Суб'єкти – виробничі підприємства, посередницько-торговельні організації, консультаційні та юридичні організації.

Резюмуючи розгляд категорійного апарату поняття «збут» у господарській діяльності підприємства, зазначимо, що формування системи управління збутовою діяльністю необхідно здійснювати з урахуванням системного підходу та спираючись на вище досліджену теоретичну базу з метою створення цілісної моделі, яка б уможливила економічний розвиток підприємства, створила передумови для збільшення обсягів збуту і підвищення конкурентоспроможності продукції на ринку.

У господарській діяльності вітчизняних пивоварних підприємств особливе місце повинно відводитися створенню дієвої системи управління збутовою діяльністю, яка б дозволила уможливити ефективний розвиток малих та середніх виробників у регіонах України. Вироблення методичного забезпечення такої системи обумовлено необхідністю змін структури вітчизняного ринку пива в напрямку збільшення частки невеликих підприємств, а також збільшення обсягів виробництва пива у західному регіоні. Методичний інструментарій для визначення шляхів удосконалення функціональної складової системи управління збутовою діяльністю не розроблено в теоретичному аспекті і не використовується в практичній діяльності пивоварними підприємствами. Ми пропонуємо вирішувати це питання регіональним виробникам пива із прив'язкою до факторів, які забезпечують оптимізацію збутових витрат. Таким чином, збільшення обсягів реалізації пивоварними підприємствами, завоювання нових ринків і посилення іміджу торговельної марки пропонуємо розглядати у контексті моделювання функціональної складової системи управління збутовою діяльністю. Це передбачає удосконалення всіх елементів системи, а впровадження системи моделей у господарську діяльність пивоварних підприємств дозволить оптимізувати збутові витрати і реалізувати резерви підвищення результативності використання збутових витрат на кожному етапі їх утворення. У межах створення системи моделей удосконалення функціональної складової пропонується розробити:

- модель ОСУ відділом маркетингу і логістики;
- модель обґрунтування результативності витрат на маркетинг;
- схему оптимізації каналів розподілу через проектування транспортних маршрутів;
- модель удосконалення рівня обслуговування на засадах мотивування учасників розподілу (дистрибуції).

Розгляд теоретичних аспектів та аналіз практичної діяльності пивоварних підприємств дозволили зробити висновок: в умовах посиленої конкуренції та монополізації ринку вже недостатньо удосконалення окремих напрямків збутової діяльності, необхідний комплексний підхід до її управління, перебудова всієї маркетингової стратегії з орієнтацією на

споживача. А це можливо, на нашу думку, лише за умов використання комплексної системи управління підприємством. Ми вважаємо, що передумовою удосконалення збутової діяльності є, в першу чергу, створення дієвої організаційної структури управління відділом маркетингу і логістики. Система управління, яка зорієнтована переважно на вертикальні зв'язки, є непридатною за умов прискороного розвитку ринку пива, і повинна трансформуватися. Розвинути горизонтальні зв'язки між всіма підрозділами підприємства можна лише за умов використання принципів логістики, що дозволить уникнути дезорганізації служби збуту та інших відділів підприємства. Система обміну інформацією про виробництво, збут, ринкову кон'юнктуру в цілому дозволить відділу маркетингу і логістики здійснювати прогнози розвитку підприємства і, відповідно, приймати швидкі рішення. Економічний відділ, у свою чергу, плануватиме бюджет на маркетингові цілі, відповідно до вимог ринку. Так як налагоджений процес пивоварного виробництва, який включає декілька переділів, унеможливорює його скорочення і за рік може бути виконано лише визначену кількість циклів приготування пива, то в цій галузі логістика дасть можливість прискорити обіг фінансових ресурсів у сфері реалізації готової продукції. Пропонуємо модель структури управління відділом маркетингу і логістики для середніх за розміром вітчизняних пивоварних підприємств (250-300 чоловік), створену на засадах реалізації функцій маркетингу та логістики, інтегрованими в організаційну структуру управління (ОСУ) підприємством. Виділимо функції, які повинен виконувати відділ: комплексне дослідження, аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури; формування програми маркетингу (планування обсягів реалізації, комунікаційної політики та програми збуту); здійснення всіх операцій з навантаження, транспортування, складування та обслуговування продажі, що відносяться безпосередньо до збуту; реалізація продукції; контролювання результатів збутової діяльності за відповідний період.

Розроблена модель ОСУ відділом маркетингу і логістики передбачає розподіл функціональних обов'язків між секторами, групами і службами. Очолює відділ лише один керівник директор відділу маркетингу і логістики, в склад інших функціональних підрозділів невеликих пивоварних підприємств недоцільно вводити окремо керівників. Кожен спеціаліст відповідає за результати маркетингової діяльності перед керівником. Проте найбільший за чисельністю підрозділ (транспортну службу) необхідно очолювати відповідальним спеціалістом – керівником служби транспортування і складування. У цьому зв'язку варто зазначити, що запропонована структура відділу маркетингу і логістики передбачає наявність деяких функціональних підрозділів, діяльність яких орієнтована

на обслуговування певних територіальних ринків (рис.4). Впровадження такої моделі управління збутовою діяльністю дає можливість усунути відособленість керівників вищої і нижчої ланок від процесу прийняття та активної реалізації управлінських рішень.

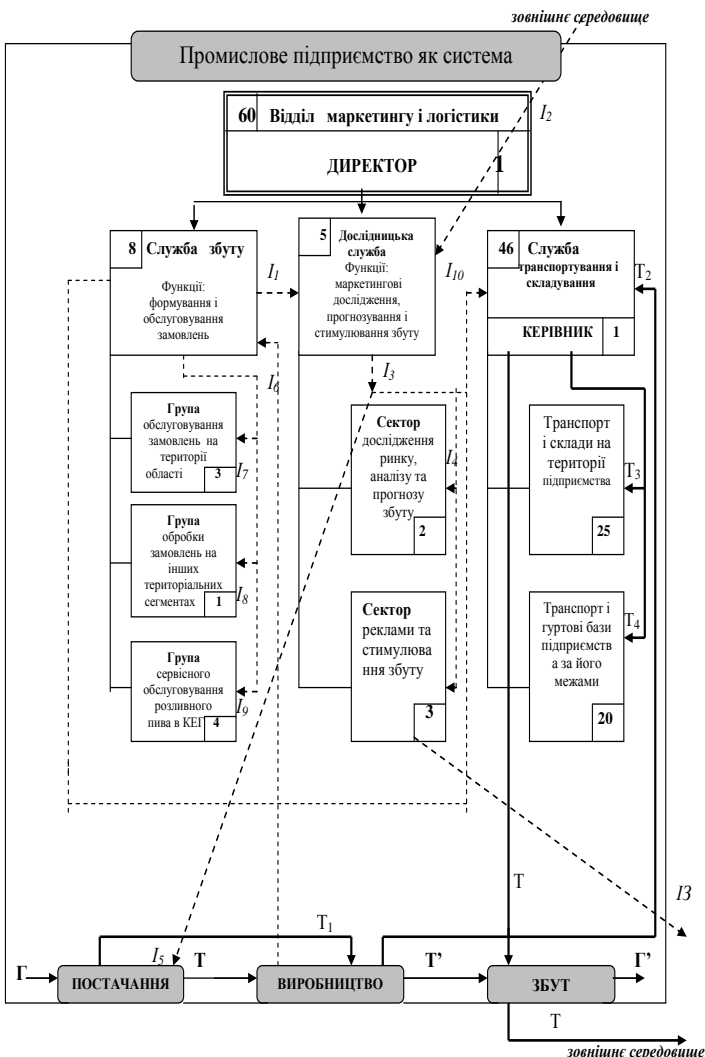


Рис. 4. Організаційна структура управління відділом маркетингу і логістики невеликого пивоварного підприємства (250 чоловік)

Умовні позначення:

→ функціональні зв'язки; Г,Т –матеріальний потік (фінансовий і товарний); І – інформаційний потік ($I_1, I_3 - I_{10}$ – внутрішня інформація підприємства; I_2 - інформація від споживачів; I_3 - інформація для споживачів); цифрове позначення у кожному блоці – розрахована кількість працівників підрозділу.

Організаційна структура управління відділом маркетингу і логістики побудована з використанням моделі циклу обертання матеріальних, фінансових та інформаційних потоків. Вітчизняна практика не виробила методики реформування організаційних відділів підприємства з орієнтацією водночас на маркетинг та логістику. Теорію побудови моделі реформування підприємств матеріально-технічного постачання в Росії розробили Т. Барановська та В. Лойко [4, с. 71-72]. Ми пропонуємо використати деяку символіку та формалізацію типів зв'язку моделі російських учених при розробці методичних положень та принципів побудови моделі організації відділу маркетингу і логістики на вітчизняних пивоварних підприємствах. Основою побудови авторської моделі зв'язків відділу є комплекс потоків, що відображає функціональні зв'язки між усіма структурними підрозділами підприємства та містить інформацію про ситуацію як на підприємстві, так і загалом ринкової кон'юнктури.

Введемо наступні формальні позначення в систему, якими описуються потоки і зв'язки:

Т – товарний потік;

Г – фінансовий потік;

Т', Г' - приріст у фінансовому і товарному еквіваленті;

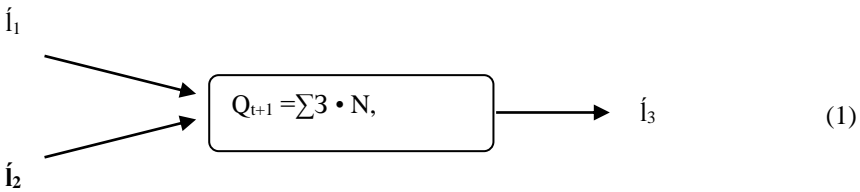
І – інформаційний потік;

————→ позначення для зв'язку товарних і фінансових потоків;

- - - - -> позначення для зв'язку інформаційних потоків.

Проаналізуємо економічну ефективність запропонованої моделі організації збутової діяльності невеликих пивоварних підприємств. Для цього пропонуємо розробити поетапний процес руху потоків відповідно до місць їх формування.

І. На основі аналізу інформації, отриманої в результаті проведення маркетингових досліджень про попит споживачів на пиво, визначається обсяг збуту на майбутній період (місяць, квартал, рік). Тут ми рекомендуємо використати метод, в основу якого покладено орієнтацію на традиційні зв'язки підприємства, скориговані на відсоток залучення нових споживачів:



де Q_{t+1} - обсяг збуту у прогнозованому періоді; Z - постійний обсяг замовлень (довготривалі традиційні зв'язки); N - відсоток можливого збільшення обсягів збуту, встановлений дослідницькою службою на основі проведених у поточному періоді маркетингових досліджень.

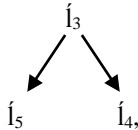
Використовуючи цей метод, пивоварні підприємства матимуть можливість поступово орієнтуватися на маркетинг замість орієнтації на виробництво. У цьому зв'язку варто додати, що запропонована організаційна структура управління (ОСУ) відділу маркетингу і логістики є достатньо гнучкою, проте занадто швидка зміна її з повною орієнтацією на маркетинг і логістику є неефективною, так як для будь-якої адаптації потрібен час. У цьому блоці має місце використання таких напрямків інформаційних потоків:

\dot{I}_1 – потік інформації із служби збуту про стан замовлень;

\dot{I}_2 – потік інформації від споживачів;

\dot{I}_3 – потік, який містить інформацію про обсяг збуту на майбутній період.

II. Надалі потік \dot{I}_3 поділяється на два вихідних інформаційні потоки:



\dot{I}_4 – потік, який прямує до сектору реклами і стимулювання збуту й несе інформацію про необхідність стимулювання продажу та формування нового попиту;

\dot{I}_5 – потік прямує до відділу постачання і створює спершу інформаційний, а пізніше трансформується у товарний потік T_1 . Надалі товарний потік спрямовується на процес виробництва. У цій ділянці проходить цикл перетворення вихідної сировини на готову продукцію. Якщо виробничий процес спроектувати на процес відтворення капіталу, то саме тут має місце перетворення: $T \rightarrow T'$ Завдяки цьому створюється товарний потік T_2 :

T_2 – потік продукції, яка пройшла всі стадії технологічної обробки, розливу в тару, коркування, маркування, і готова до реалізації споживачам.

Внаслідок цього можемо стверджувати, що інформаційний потік I_5 став еквівалентний товарному потоку T_2 : $I_5 \sim T_2$.

Інформаційний потік I_4 , реалізований у секторі реклами і стимулювання збуту, створює додатковий потік I_3 :

I_3 – потік, який містить інформацію про підприємство, споживчі характеристики пива і повинен спонукати споживачів до покупки продукції виробника. Таким чином, I_3 створює мотиви для здійснення визначеною кількістю споживачів (яка відповідає дослідженим N потребам майбутніх споживачів) вибору відносно товарів фірми, а ланцюгова реакція, викликана цим «поштовхом», сприятиме формуванню подальшої зацікавленості у потенційних покупців.

III. Циркуляція інформаційних матеріальних та фінансових потоків на підприємстві здійснюється за схемою:

«інформація → гроші → товар → виробництво → товар' → гроші'». Тобто, відома схема кругообігу капіталу «гроші-товар-гроші'» починається не із вкладу речового капіталу, а з інформаційного ресурсу. Враховуючи це, проектуємо надалі маршрут потоків відділу маркетингу і логістики. У процесі виробництва, окрім товарного потоку, створився і новий інформаційний потік I_6 , що містить в собі дані про обсяги виробництва і надходить у службу збуту. Тут працівники здійснюють обробку замовлень, зіставляючи їх з фактичними обсягами виробництва, а відтак і формують маршрути надходження готової продукції відповідно до нових показників виробництва. У службі збуту інформаційний потік I_6 розпадається на наступні потоки:

I_7 – містить інформацію про споживачів на території області;

I_8 – потік, який враховує попит на продукцію підприємства на всіх інших територіальних сегментах;

I_9 – потік, що містить інформацію про заклади громадського харчування, де реалізовується продукція в КЕГах (розливне пиво).

IV. Надалі опрацьована інформація окремо по кожному потоку I_7 , I_8 , I_9 переходить у єдиний потік I_{10} , якому властиві наступні характеристики:

I_{10} – містить дані про обсяг замовлень кожної торговельної бази, а також про приріст виготовленої продукції, яку необхідно реалізувати завдяки сформованому попиту в нових споживачів, спричинених потоком I_3 . Реалізація додаткового обсягу продукції не обов'язково повинна проходити через залучення нових споживачів. Завжди має місце факт купівлі постійними клієнтами більшої кількості різноманітного асортименту товарів підприємства.

Після надходження інформаційного потоку I_{10} і товарного T_2 у транспортну службу відбувається процес відвантаження продукції на склад підприємства. Внаслідок цього на гуртові бази заводу та регіональні

склади офіційних представників підприємства надходить готова продукція у вигляді товарних потоків T_3 і T_4 , які сформувалися із потоку T_2 . Годі кінцевий товарний потік T' , що надходить до споживачів, буде таким:

$$T' = T_2 \sim I_5.$$

V. Інформаційний потік I_5 утворився внаслідок розкладання потоку I_3 на інформаційні потоки I_4 та I_5 . Так як потік I_4 реалізувався у секторі реклами і стимулювання збуту у потік I_3 , то представимо його зв'язок із вихідним потоком I_3 :

$$I_3 = I_5 \cdot I_4; \{ I_5 \sim T'; I_4 \sim I_3 \}.$$

Отже, маємо тотожність:

$$I_3 = T' \cdot I_3. \quad (2)$$

Усе сказане вище дає змогу визначити наступні зв'язки між потоками та прогнозними оцінками обсягів збуту:

$$\left\{ \begin{array}{l} I_3 = \sum Z \cdot N; \\ I_3 = T' \cdot I_3 \end{array} \right. \quad (3)$$

Вказана система рівнянь демонструє нам вплив логістики і маркетингу на результати діяльності підприємства як цілісної системи. Таким чином, визначаємо, що перше рівняння демонструє вплив на визначення обсягів реалізації Q_{t+1} маркетингу. Друге рівняння, орієнтуючись на потік, показує, як за допомогою логістики можна посилити ефект маркетингової орієнтації підприємства. Виявлений внаслідок проведення маркетингових досліджень попит повинен своєчасно задовольнятися шляхом якнайшвидшої доставки виготовленого товару до споживача.

VI. На цьому етапі характеристики моделі зв'язків у відділі маркетингу і логістики врахуємо вплив фінансового (грошового) потоку Γ . Товарний потік T' реалізується торгівельними організаціями і перетворюється в еквівалентний грошовий потік Γ' . Реалізація продукції здійснюється з середньою нормою прибутку r , вираженою у відсотках і встановленою кожним підприємством самостійно. Враховуючи це, визначимо обсяги реалізації у вартісному еквіваленті за формулою:

$$\Gamma' = \Gamma \cdot (1 + r / 100) \quad (4)$$

Прибуток, отриманий підприємством, визначимо як різницю грошової суми, що надійшла від реалізації продукції, і тієї суми коштів, що еквівалентна вкладу у виробництво всіх ресурсів:

$$\Pi = \Gamma' - \Gamma \quad (5)$$

Формулу для прибутку Π ми вираховували, виходячи з того, що за один оборот грошових, товарних і інформаційних потоків на підприємстві проходить один виробничий цикл. Проте використання логістики може прискорити оборотність обігових коштів. Тобто, один налагоджений інформаційний потік може спричинити наступний ефект:

$$\Gamma'_n = \Gamma \cdot (1 + r \cdot n / 100) \quad (6)$$

де n – кількість виробничих циклів за поточний період.

Узагальнена модель системи.

На протязі року на підприємстві буде здійснено n виробничих циклів, тобто вихідний грошовий потік Γ обернеться n разів. В цьому випадку прибуток за період, де було здійснено n виробничих циклів, буде:

$$\Pi_n = \Gamma'_n - \Gamma = \Gamma \cdot (1 + r \cdot n / 100) - \Gamma; \quad (7)$$

$$\Pi_n = \Gamma (1 + r \cdot n / 100 - 1); \quad (8)$$

$$\Pi_n = \Gamma (r \cdot n / 100). \quad (9)$$

Розроблена модель організаційної структури управління відділом маркетингу і логістики, побудована на засадах інтеграції функцій маркетингу і логістики є дієвим важелем удосконалення системи управління збутовою діяльністю, її впровадження в управлінську діяльність регіональних пивоварних підприємств дозволить раціонально залучати у процес виробництва матеріальні, фінансові та інформаційні потоки. Запропоновані організаційні заходи можливо реалізувати без значних фінансових ресурсів, проте така трансформація відділу маркетингу вимагає підвищення кваліфікації його кадрового складу.

Список використаних джерел:

1. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия: [учебник для ВУЗов]. / Ассель Г. – М.: Инфра, 1999. – 804 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг: [підручник] / Л.В. Балабанова – Донецьк: в-во Дон. ДУЕТ, 2002. – 562 с.
3. Балабанова Л.В. Маркетинговий аудит системи збуту: [навч. посіб.] / Л.В. Балабанові, А.В. Балабаниць. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 224 с.
4. Барановская Т.П. Модель реформирования предприятия материально-технического снабжения / Т.П. Барановская, В.И. Лойко // Экономика и математические методы. – 2012. – Т. 38, № 1. – С.66-75
5. Гавришко Н.В. Облік і аналіз маркетингової та збутової діяльності: управлінський аспект: дис. канд.екон.наук: 08.06.04 / Гавришко Н.В. – Тернопіль, 2001. – 256 с.
6. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник / Світлана Степанівна Гаркавенко. – К.: Лібра, 2004. – 708 с.
7. Герчикова И.Н. Менеджмент: ученик / И.Н. Герчикова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1994. – 685 с.
8. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: [учебн. пособ.-3.е изд.]. – М.: Изд. Дом «Дашков» и К, 2011. – 412 с.
9. Гордон М. П. Логистика товародвижения / М. П. Гордон, С. Б. Карнаухов. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. – 168 с.
10. Господарський Кодекс України. К.: «Форум», 2004. – 251 с.
11. Економіка підприємства: навч. посіб. / [А.В.Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П. Нахаба та ін.] / за ред А.В. Шегди. – К.: Знання-Прес, 2001. – 335 с.
12. Економічна енциклопедія: у трьох томах / [Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – Т.1. – 864 с.
13. Економічна енциклопедія: у трьох томах / [Редкол.:В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – Т.2. – 848 с.
14. Економічна енциклопедія: у трьох томах / [Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – Т.3.– 952 с.
15. Котлер Ф. Основы маркетинга / Филипп Котлер. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2003. – 656 с.
16. Крикавський Є.В. Логістика підприємства: [навч. посіб.]. – Львів: Державний університет «Львівська політехніка», 1996. –160 с.
17. Крикавський Є.В. Формування економічного потенціалу підприємств на основі логістики: дис. ... доктора екон. наук: 08.06.01 / Крикавський Євген Васильович. – Львів, 1997. – 418 с.
18. Липчук В.В. Маркетинг: основи теорії та практики: навч. посіб. / Липчук В.В., Дудяк Ф.П., Бугіль С.Я.; за заг.ред. В.В. Липчука. – Львів: «Новий світ-2000»; «Магнолія плюс», 2003. – 288 с.
19. Логистика: [уч. пособ.] / под. ред. Б.А. Аникина. – М.: ИНФРА. – М, 1997. – 327 с.
20. Проволоцька О.М. Управління збутом промислової продукції в комплексі маркетингу [Електронний ресурс]: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец 08.06.01 / О.М. Проволоцька. – Укр. академія зовн. торгівлі. – К., 2003. – 20 с.
21. Галузевий маркетинг: [навч. посіб.] / Савельєв С.В., Штефаніч Д.А., Юрїїв В.П. та ін.; за заг ред. С.В. Савельєва та Д.А Штефаніча. – К.: ЗМН, 1997. – 176 с.
22. Маркетинговые каналы / [Штерн Льюис В., Эль-Ансари Адель И., Кофлан Энн Т.]; 5-е изд.: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2012. – 624 с.
23. Экономика фирмы: [учебник для ВУЗов] / Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А Швандора. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 461 с.

Кареліна О.В., Гарматій Н.М.

МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ЗАСОБАМИ СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Однією із головних проблем сучасного українського суспільства є тривала економічна рецесія, що набирає обертів із 2008 р. і вже торкнулася усіх верств. Для подолання вкрай негативних економічних тенденцій необхідні значні зусилля провідних науковців і практиків усіх галузей суспільної діяльності.

Для сучасної економіки України характерна швидка зміна умов господарювання, що підвищує актуальність застосування економіко-математичних методів для моделювання та прогнозування економічних процесів. Типовими для управління підприємством є ситуації прийняття рішення в умовах невизначеності. Використання комп'ютерної техніки та спеціалізованого економічного програмного забезпечення є надійним засобом прийняття оптимальних управлінських рішень.

Еволюція світової економічної системи привела до формування інформаційної економіки, що базується на знаннях, у якій найбільша частка ВВП забезпечується діяльністю із виробництва, обробки, зберігання і розповсюдження інформації та знань, причому до цієї діяльності залучені понад половину зайнятих. В Україні інформаційна економіка ще у зародковому стані, однак світові тренди економічного розвитку об'єктивні і невідворотні, тому теоретична і практична розробка питань інформатизації економічних процесів забезпечить нашій державі можливість припинити зниження економічних показників та відкріє шлях до розвитку.

Проблеми застосування економіко-математичних методів та програмного забезпечення для підвищення якості управління соціально-економічними системами вирішуються у роботах А. М. Гатауліна, А. Б. Горстко, Л. В. Канторовича, Т. М. Сорокіна, А. С. Шапкіна та інших.

Розглянемо можливості програм ProjectExpert та AuditExpert компанії Expert Systems. ProjectExpert – аналітична програма розробки бізнес-планів та оцінки інвестиційних проектів. ProjectExpert перевіряє заплановані інвестиційні рішення без втрати фінансів, надає необхідну звітність інвесторам та кредиторам, обґрунтовує для них ефективність участі у проекті.

Фінансово-економічне моделювання компанії потребує вибору та розробки структури об'єктів моделювання. У системі ProjectExpert

моделюється діяльність двох об'єктів, а саме самої фірми та її зовнішнього оточення (рис.1). До складу останнього входять такі складові: валюта, інфляція, податки, фінансування. Крім того зовнішнє оточення має необмежену кількість трудових ресурсів, матеріалів, напівфабрикатів та обладнання.

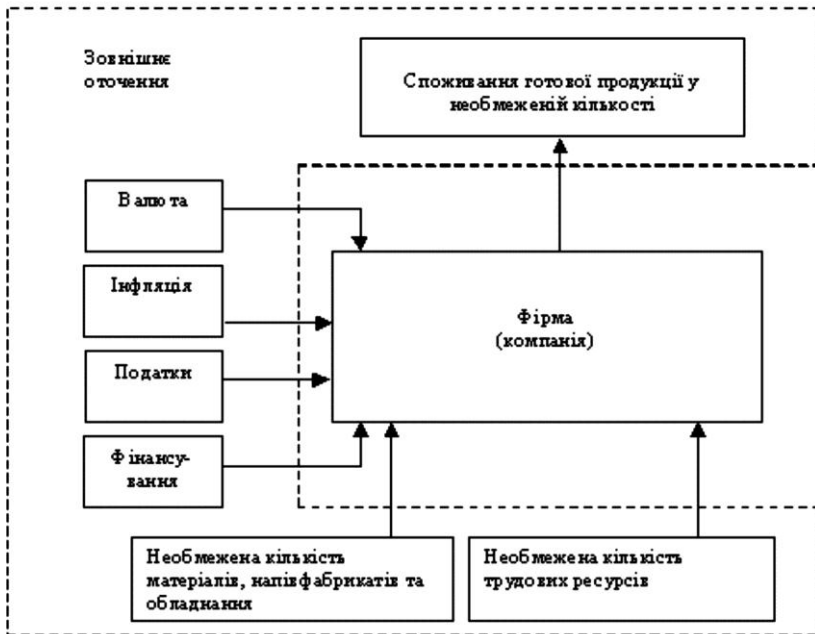


Рис. 1. Об'єкти моделювання фінансово-економічної діяльності компанії у програмі ProjectExpert

Для можливості моделювання діяльності фірми різного масштабу та галузевої приналежності в її моделі не визначається внутрішня організаційна структура фірми, особливості її виробничих потужностей та інше. Вона складається тільки з початкових та розрахункових фінансово-економічних параметрів, які згруповані в окремі групи даних (рис. 2).

Початкові параметри моделі описуються у таких групах даних: стартовому балансі, графіку придбання матеріалів та напівфабрикатів, графіках виробництва та збуту готової продукції, плані по персоналу, загальних витратах та інвестиційному плані.

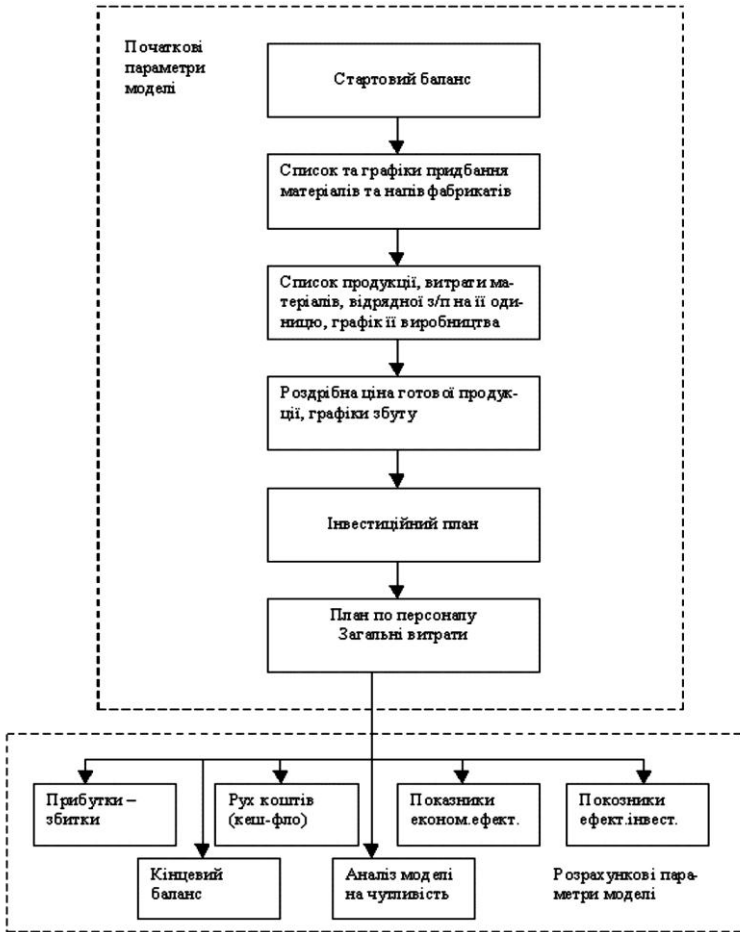


Рис. 2. Модель фінансово-економічної діяльності фірми ProjectExpert

Розрахункові параметри описують прибутки–збитки фірми, рух її коштів (кеш-фло), кінцевий баланс, показники економічної ефективності, показники ефективності інвестицій та чутливість їх до зміни значень початкових параметрів моделі.

Результати діяльності фірми оцінюються за даними бухгалтерської звітності, показниками економічної ефективності та показниками ефективності інвестицій.

Показники економічної ефективності можна поділити на 5 груп: коефіцієнти ліквідності, ділової активності, структури капіталу, рентабельності та інвестицій.

Ефективність інвестицій залучених до підприємства визначається такими показниками: чистий приведений дохід (NPV), грн.; індекс прибутковості (PI), рази; період окупності (РВР), міс.; внутрішня норма рентабельності (IRR), %.

Розрахунки показників ефективності (інтегральних показників) виконуються з готівковими потоками, які дисконтуються, і є притоками готівки або надходження грошових коштів (CashInflows) та відтоками готівки або виплати грошових коштів (CashOutflows) у процесі реалізації проекту.

Головне вікно системи ProjectExpertпокажемо на рис. 3.

Сума надходжень (Π_1), яка використовується у процесі розрахунків показників ефективності інвестицій, формується за допомогою таких статей: надходження від продажу; доходи по короткостроковим цінним паперам; інші надходження; надходження від реалізації активів; продаж прав власності; доходи від інвестиційної діяльності.

Сума виплат (Z_1) включає: прями виробничі витрати; витрати на відрядну заробітну плату; загальні витрати на персонал; вклади у короткострокові цінні папери; податки; кеш-фло від операційної діяльності; витрати на придбання активів; придбання прав власності (акцій); інші виплати.

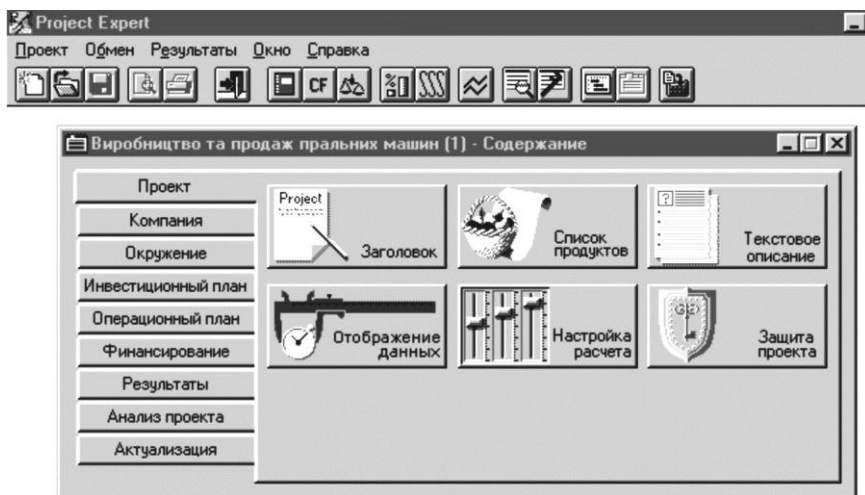


Рис. 3. Головне вікно системи ProjectExpert

Основні операції можна виконати засобами інструментальної панелі (рис. 4).

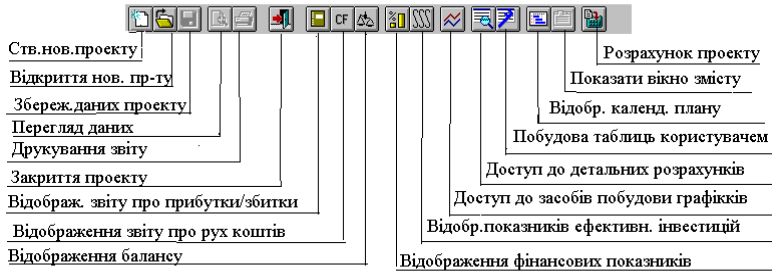


Рис. 4. Інструментальна панель головного вікна ProjectExpert

Розглянемо форми етапу «Компания». Форма «Стартовый баланс» описує початковий стан фірми і призначена для введення активів та пасивів балансу. Форма «Банк. Система учета» визначає місяць, з якого починається фінансовий рік, та принцип обліку запасів готової продукції: FIFO, LIFO, по середньому. У тих випадках, коли однією з цілей проекту є аналіз діяльності підрозділів компанії і оцінка їх внеску в загальний фінансовий результат, слід описати внутрішню структуру компанії і міру участі кожного підрозділу у виробництві окремих продуктів. Такий опис створюється за допомогою форми «Структура компании». Для аналізу ефективності роботи підрозділів компанії і визначення собівартості окремих видів продукції, необхідно описати походження усіх видів витрат, не пов'язаних з реалізацією продукції. Для вирішення цього завдання призначений діалог «Разнесение издержек».

Розглянемо форми етапу «Окружение». Форма «Валюта» дозволяє вибрати основну та другу валюти для розрахунків на внутрішньому та зовнішньому ринках (наприклад, гривня та долар США), ввести курс основної валюти до другої, темпи зростання або падіння курсу. Форма «Ставка рефинансирования» визначає цю ставку та тенденції зміни її величини. Форма «Инфляция» дозволяє внести індекс інфляції по роках або місяцях по п'яти групах витрат: збуту, прямим витратам, загальним витратам, заробітній платі та нерухомості, а також визначити тенденцію його зміни протягом визначених років. Форма «Налоги» призначена для ведення списку найменувань податків, відповідних їм ставок та податкових баз, періодичності виплат податків.

Розглянемо форми етапу «Инвестиционный план». Інвестиційний план формується з календарного плану, списків активів та ресурсів, а також

розрахунків витрат, які потрібні на його виконання. Календарний план - це перелік робіт з визначеними термінами початку та кінця виконання кожної з них. Форма «Календарний план» (рис. 5) призначена для: створення календарного плану проекту; визначення потрібних ресурсів для кожної роботи; формування активів проекту - земля, будинки та споруди, обладнання, передплачені витрати; вибору термінів та способу амортизації активів; побудови діаграми Ганта; формування річного календаря. Форма «Список активів» дозволяє виконати редагування амортизаційних параметрів будь-якого активу. Форма «Ресурси» використовується для введення та редагування ресурсів - люди, матеріали, обладнання, послуги, будинки та споруди.

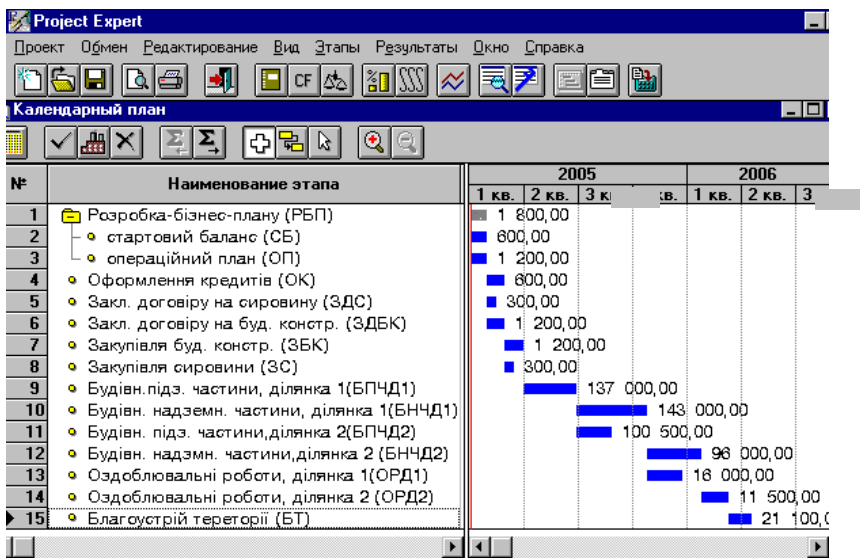


Рис. 5. Календарний план будівництва корпусу у вигляді діаграми Ганта

Розглянемо форми етапу «Операционный план». Форма «План сбыта» дозволяє ввести план збуту готової продукції по періодах - рік, квартал або місяць, роздрібну ціну товару, визначити умови ціноутворення (нестандартну інфляцію, нестандартні податки, сезонні коливання ціни, стрибкоподібні зміни ціни та знижку), умови виплат (продажі за фактом, за авансом, у кредит або за складною схемою), умови постачань (час на збут, запас готової продукції). Форма «План производства» використовується для введення графіка виробництва (необмежене

виробництво або фіксований обсяг виробництва), придбання матеріалів та комплектуючих для виготовлення одиниці готової продукції, відрядних та інших витрат одним із двох способів: значенням сумарних прямих витрат або відповідним списком витрат матеріалів, комплектуючих та операцій. У формі визначається також тривалість виробничого циклу. Форма «Материалы и комплектующие» визначає найменування, одиниці вимірювання та ціну матеріалів та комплектуючих, а також загальні дані по них (передплата, страховий запас), обсягзакупівель та ціноутворення. Обсягзакупівель може визначатися одним з чотирьох способів: закупівлі по мірі необхідності, мінімальна партія, кількість закупівельна місяць або графік закупівель. Форма «План по персоналу» розподіляє персонал по функціях діяльності: управлінню, виробництву та маркетингу і по кожній посаді вводять кількість робітників та заробітну плату на цій посаді. Крім того, вона дозволяє встановити варіант виплати заробітної плати (періодичні, разові або за схемою), затримку платежів у днях та сезонні коливання. Форма «Общиеиздержки» дозволяє їх ввести за функціями діяльності: управління, виробництво та маркетинг.

Розглянемо етап «Финансирование». Форма «Акционерныйкапитал» визначає акціонерів, суму вкладених коштів, номінальну вартість та кількість акцій, відсоток привілейованих акцій та вид дивідендів. Форма «Займы» використовується для введення інформації про кредити (назва, дата, сума та термін), по операціях: виплати відсотків (відсоткова ставка, регулярність виплати відсотків та віднесення відсотків на витрати або прибуток з урахуванням ставки рефінансування), надходження кредитів (однією сумою або разові, держфінансування), повернення кредитів (в кінці, регулярно, разові платежі). Форма «Инвестиции» призначена для позик, які надані компанією іншим підприємствам у тимчасове користування під відсотки. У формі визначають назву, сума, дату та термін, на який видаються позики, тип інвестицій, відсоткову ставку, регулярність виплат, суму, яка повертається, та податок. Форма «Распределениеприбыли» дозволяє визначити регулярність виплати дивідендів та частки прибутку у відсотках, які йдуть на виплату дивідендів та формування резервів компанії. Форма «Льготы по налогу на прибыль» визначає частку у відсотках від прибутку, яка буде звільнена від оподаткування.

Запуск процедури розрахунку моделі може бути виконаний через меню за допомогою пунктів «Результаты», «Перерасчет» або натисненням на функціональну клавішу F9 або натисненням на піктограму «Калькулятор».

У випадку, коли система під час розрахунків не видасть повідомлень, наприклад, про відсутність деяких початкових даних, то після закінчення розрахунків можна переглядати та аналізувати вихідні форми на закладці

«Результаты». На основі проведеного аналізу вихідних форм можна внести зміни у вхідні параметри моделі і виконати новий розрахунок моделі. Процедура внесення змін у модель фірми, перерахунок її та аналіз вихідних результатів можна виконувати до тих пір, поки отримаєте бажаний результат.

Звіт про «Прибыли-убытки» дозволяє визначити, які складові формують прибуток підприємства. Звіт про рух грошових коштів або «Кэш-фло» (від англ. CashFlow) показує грошові надходження і виплати, пов'язані з основними статтями прибутків і витрат. Форма «Баланс» відображає структуру активів, зобов'язань і власних засобів підприємства на кожному етапі реалізації проекту. Форма «Отчет об использовании прибыли» відображає структуру розподілу прибутку, отриманого компанією в ході реалізації проекту. Форма «Детализация результатов» відкриває доступ до перегляду таблиць, що містять детальну інформацію про фінансово-господарську діяльність підприємства.

Project Expert має широкі можливості для графічного відображення даних і результатів фінансового аналізу. Побудова і виведення графіків на друк здійснюється в діалозі «Графики».

На завершальному етапі роботи над проектом виконується підготовка звіту, в який включаються початкові дані, підготовлені в різних розділах програми, результати розрахунків і текстова інформація. Це завдання вирішується за допомогою модуля «Отчет», що забезпечує різноманітні можливості оформлення і друку вихідних документів. Робота з цим модулем починається в діалозі «Список отчетов». Модуль «Экспертное заключение» служить для автоматизації роботи користувача при аналізі проектів. За допомогою цього модуля можна створювати експертні висновки за проектом.

У розділі програми «Анализ проекта» міститься набір інструментів для дослідження фінансової ефективності розробленого проекту. Можна вивчити динаміку фінансових коефіцієнтів, розглянути показники ефективності інвестицій, досліджувати чутливість проекту і його стійкість до змін випадкових чинників, оцінити ефективність роботи кожного підрозділу компанії і визначити прибутковість проекту для його учасників.

Розглянемо форми етапу «Анализ проекта». Форма «Финансовые показатели». У практиці фінансового аналізу використовуються показники, що грають роль індикаторів ліквідності, стійкості, рентабельності, ділової активності компанії. Аналіз усієї сукупності фінансових показників в динаміці і порівняння їх з аналогічними оцінками діяльності інших підприємств, діючих в порівнянних умовах, дозволяє зробити обґрунтовані висновки про фінансове положення компанії і перспективи її розвитку.

Одним з головних інструментів аналізу інвестиційного проекту є показники ефективності інвестицій. Результати розрахунку цих показників відображаються у вікні «Эффективность инвестиций». Для акціонерів і кредиторів компанії, ефективність проекту визначається співвідношенням вкладених ними коштів і отриманих прибутків. Аналіз прибутків учасників фінансування проекту виконується в діалозі «Доходы участников».

Одним із завдань аналізу проекту є визначення чутливості показників до змін різних параметрів. Чим ширше діапазон параметрів, в якому показники ефективності залишаються в межах прийнятних значень, тим вище «запас міцності» проекту, тим краще він захищений від коливань різних чинників. Дослідження чутливості проекту виконується в діалозі «Анализ чувствительности» (рис. 6).

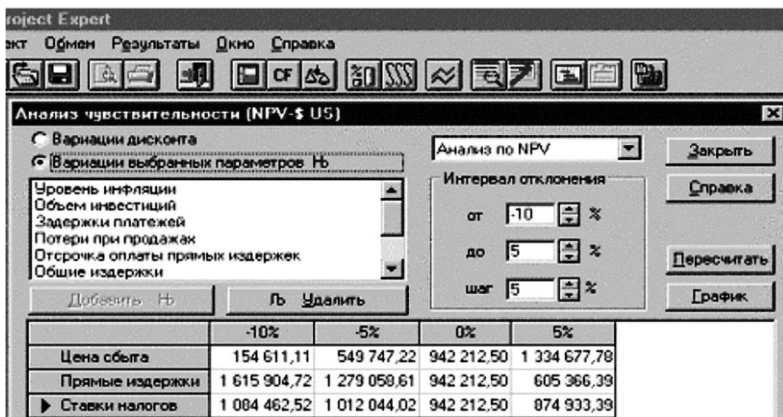


Рис. 6. Форма «Анализ чувствительности» программы Project Expert

У формі «Анализ безубыточности» можна провести аналіз проекту за такими показниками: точка беззбитковості (у штуках чи в основній валюті); запас фінансової міцності (в основній валюті чи у відсотках); операційний важіль. Дослідження дії випадкових чинників на результати реалізації проекту виконується у формі «Монте-Карло».

Вартість бізнесу розраховується у формі «Оценка бизнеса».

Розділ «Актуалізація» призначений для здійснення контролю за ходом виконання проекту. Тут можна ввести актуальні дані про фактичні виплати і надходження, проглянути актуалізований звіт про рух грошових коштів і отримати звіт про розходження планових і фактичних грошових потоків.

AuditExpert – аналітична система діагностики, оцінки і моніторингу стану одного чи групи підприємств на основі даних фінансової і управлінської, включно із консолідованою звітністю. AuditExpert орієнтований на фінансово-економічні служби компаній, банки і аудиторські фірми, державні органи, що контролюють фінансовий стан підвідомчих організацій. Оскільки AuditExpert, як і Project Expert – програмний продукт фірми ExpertSystems, інтерфейси цих програм подібні. Зупинимось на особливостях AuditExpert.

Експрес-аналіз дозволяє підприємствам виявити напрями діяльності, які потребують корекції. Але щоб розібратися в причинах виникнення проблемних тенденцій, необхідно використовувати розширений набір фінансових даних. Тому для глибокого аналізу в якості джерела інформації підприємству корисно використовувати не тільки баланс і звіт про прибутки і збитки, а й звіти про рух грошових коштів і капіталу, дані дебіторської і кредиторської заборгованості тощо. На підставі аналізу розширеного набору даних можна формувати рекомендації щодо зниження собівартості продукції та потреби в оборотному капіталі, поліпшенню показників фондовіддачі та платоспроможності підприємства та ін Його результати також можуть бути використані при управлінні виробництвом і реалізацією продукції та послуг, при створенні бізнес-планів інвестиційних проєктів. Потреба в оцінці фінансового стану підприємства може виникнути у підприємства при аналізі доцільності нової емісії акцій або у кредитора при оцінці ризиків фінансування у проєкти підприємства.

Діагностика підприємств зводиться до аналізу не тільки їх поточного фінансового стану, але і його змін у часі, тобто виявлення тенденцій. Проте, форми фінансової звітності постійно змінюються. Тому дані фінансової звітності необхідно перетворювати до єдиного базису, в якості якого в AuditExpert використовуються форми, що відповідають IAS (International Accounting Standards – міжнародні стандарти фінансової звітності) або GAAP. Головна причина вибору в якості базису міжнародних стандартів проста – метою західного бухгалтерського обліку є зовсім не задоволення інтересу фіскальних органів, а отримання інформації для вирішення управлінських завдань, для чого, власне, і потрібно фінансова діагностика.

AuditExpert дозволяє вирішувати актуальні завдання проведення аналізу фінансового стану для різних категорій користувачів. Аудиторським компаніям система «AuditExpert» дозволяє в ході перевірок підприємств здійснювати фінансовий аналіз, а також виявляти незвичайні коливання у звітності при отриманні аудиторських доказів. Базовою інформацією для проведення аналізу служать фінансові звіти

підприємства: форма № 1 «Бухгалтерський баланс» і форма № 2 «Звіт про фінансові результати» (рис. 7).

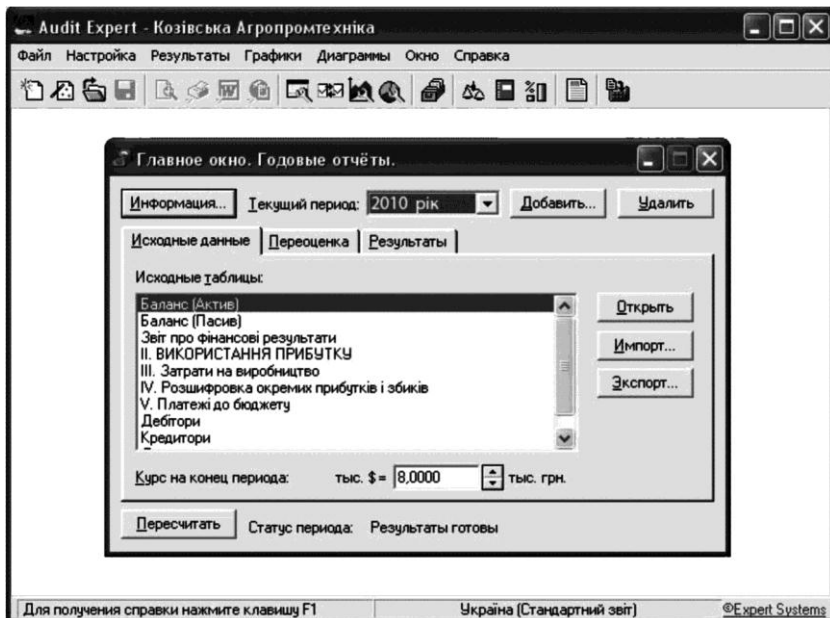


Рис. 7. Інтерфейс головного вікна програми AuditExpert

Для проведення поглибленого аналізу AuditExpert дозволяє використовувати додаткову інформацію: відомості про використання прибутку, майно та заборгованості, інші дані бухгалтерської та управлінської звітності, зміст і формат таблиць введення яких можна визначити самостійно. AuditExpert надає такі аналітичні можливості:

1. Виконати експрес-аналіз фінансового стану – в стислі терміни обчислити на підставі поданих форм № 1 і 2 бухгалтерської звітності підприємств стандартні показники ліквідності, фінансової стійкості, рентабельності і ділової активності підприємств. (рис. 8).

2. Провести горизонтальний (динамічний), вертикальний (структурний), а також трендовий аналіз показників діяльності підприємств.

3. Порівняти значення фінансових показників з нормативами і з показниками підприємств галузі.

4. Оцінити час досягнення фінансовими показниками рекомендованих значень, побудувавши прогноз цих показників. Оцінити ризики втрати

ліквідності, ймовірності банкрутства, провести факторний аналіз рентабельності власного капіталу, використовуючи вбудовані методики.

5. Провести регламентований фінансовий аналіз в ході аудиторських перевірок.

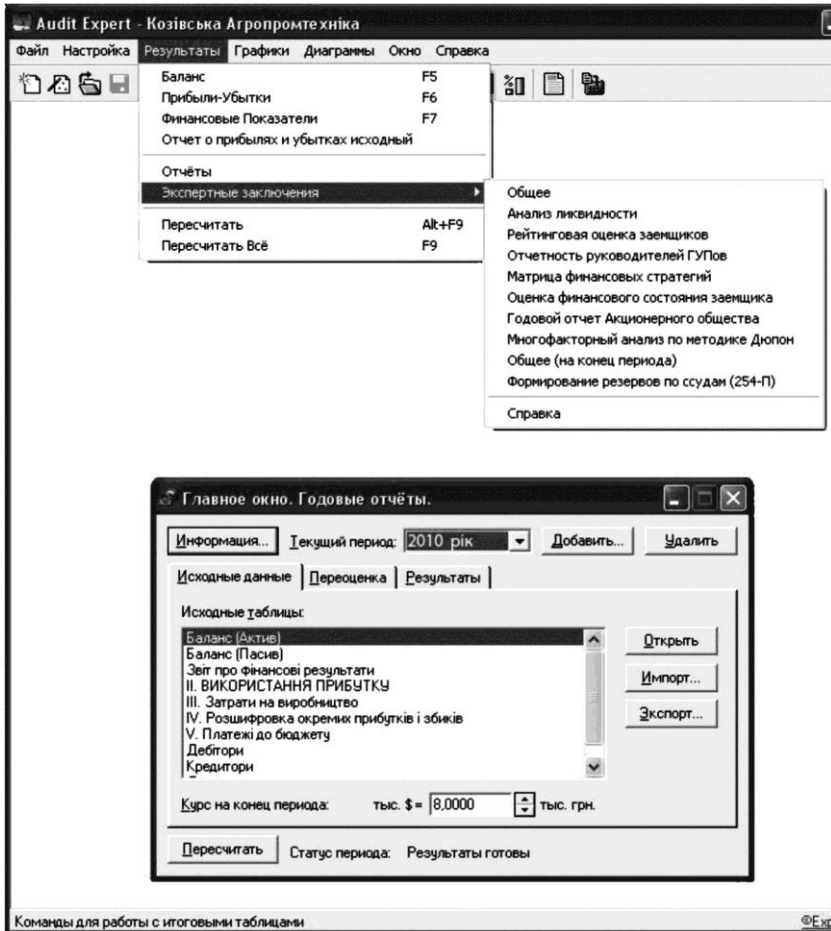


Рис. 8. Аналітичні інструменти AuditExpert

6. Реалізувати власну методику аналізу, описавши вихідні та підсумкові форми і розрахувавши будь-які фінансові показники.

7. Сформувані звіти та отримати автоматичні експертні висновки за результатами аналізу. Менеджменту підприємства система AuditExpert

дозволяє здійснювати як внутрішній фінансовий аналіз, так і подати інформацію для контролюючих відомств, кредиторів і акціонерів.

8. Оцінити ризики втрати ліквідності, ймовірності банкрутства шляхом аналізу структури балансу, якості активів. Провести аналіз безбитковості і факторний аналіз рентабельності власного капіталу.

9. Оцінити кредитоспроможність: як власну – з позиції банку, так і кредитоспроможність контрагента при наданні йому товарного кредиту.

10. Провести регламентований аналіз відповідно до нормативних актів контролюючих відомств.

11. Розробити власні методики аналізу, описуючи вихідні форми і підсумкові аналітичні таблиці, створюючи і розраховуючи додаткові фінансові показники.

12. Оцінити надійність групи контрагентів – постачальників або покупців.

13. Отримати автоматичні експертні висновки і сформувані звіти за результатами аналізу.

Для обліку інфляційних процесів, при перетворенні звітності проводиться перерахунок її показників в стабільну валюту.

Можливості по консолідації звітності кількох підприємств, їх ранжуванню і прогнозуванню роблять систему AuditExpert незамінною для порівняльної оцінки компаній і створення систем фінансового моніторингу.

Пропонуємо також застосовувати студентам, викладачам та фінансовим фахівцям, які опрацьовують великі масиви інформації, програми нового покоління, які відносяться до експертних систем, типу Matlab.

Актуальними економічними дослідження об'єктів економічних систем є дослідження на основі кластерного аналізу. Якщо має місце ґрунтовні дослідження об'єктів економічного середовища, то мова іде про велику кількість розрахунків та масивів інформації досліджуваних об'єктів. Тому пропонується використовувати програмне середовище Matlab, що дозволяє обробляти великі масиви інформації «матричним методом» за дуже малий проміжок часу.

Представимо приклад кластерного аналізу основних банків України, дані взяті із офіційного сайту Національного банку України та сайтів банківських установ.

Для кластеризації банків вхідні дані, представлені у таблиці 1, приведемо через формулу 1,2 до нормованих значень:

$$Z_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_j}{S_j}, \quad (1)$$

Де $j=1,2,3,4$ – номер показника, $i = 1, 2, \dots n$ - номер спостереження

$$\bar{X}_j = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_{ij}, \quad (2)$$

$$S_j = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_{ij} - \bar{x}_j)^2} = \sqrt{(\bar{x}_{ij}^2) - (\bar{x}_j)^2}, \quad (3)$$

Між двома спостереженнями Z_0 s Z_1 використовують зважену евклідову відстань:

$$\rho_{BE}(z_i, z_v) = \sqrt{\sum_e^n W_e (Z_{ie} - Z_{ve})^2}, \quad (4)$$

Де W_1 – вага показника $0 < W_1 < 1$

1. Для класифікації шести банківських установ, які характеризуються певними економічними показниками (Y_1, Y_2, Y_3, X_1), потрібно:

- 1) знайти матрицю нормованих вихідних даних Z ;
- 2) побудувати матрицю відстаней між спостереженнями;
- 3) реалізувати ієрархічну алгомеративну процедури кластерного аналізу;
- 4) побудувати дентограму;
- 5) описати економічне значення отриманих результатів.

Вхідні дані:

Y_1 – кошти клієнтів.

Y_2 - кредити та заборгованість клієнтів.

Y_3 – активи установи (млрд.,грн.)

X_1 – балансовий капітал (млрд.. грн.)

Таблиця 1

**Фінансові показники банківських установ
 для здійснення кластерного аналізу.[1,2,3]**

Назва банківської установи	Y1	Y2	Y3	X1
Приватбанк	106,3	139	176,6	20,2
Ощадбанк	44,8	61,3	83,4	17,7
Укрексімбанк	39,4	49,8	66,5	19,4
РФБАваль	27,8	36	51,2	8,1
Укрсоцбанк	18,4	32,1	40,3	9,1
Укргабанк	7	14,1	21	1,49
Укрсиббанк	17,3	17,2	25,3	2,8
Пумбанк	6,7	3,1	10,5	1,49

Представимо обчислення в програмі MATLAB:

Введемо дані матриці які відповідають значенням таблиці 1.

```
>> A=[106.3 139 176.6 20.2; 44.8 61.3 83.4 17.7; 39.4 49.8 66.5 19.4; 27.8
36 51.2 8.1; 18.4 32.1 40.3 9.1; 7 14.1 21 1.49; 17.3 17.2 25.3 2.8; 6.7 3.1 10.5
1.49]
```

A =

```
106.3000    139.0000    176.6000    20.2000
44.8000    61.3000    83.4000    17.7000
39.4000    49.8000    66.5000    19.4000
27.8000    36.0000    51.2000    8.1000
18.4000    32.1000    40.3000    9.1000
7.0000     14.1000    21.0000    1.4900
17.3000    17.2000    25.3000    2.8000
6.7000     3.1000    10.5000    1.4900
```

Знайдемо середнє значення показників:

```
>> M1=[106.3 44.8 39.4 27.8 18.4 7 17.3 6.7]
```

M1 =

```
106.3000 44.8000 39.4000 27.8000 18.4000 7.0000 17.3000 6.7000
```

```
>> mean(M1)
```

ans =

```
33.4625
```

```
>> M2=[139 61.3 49.8 36 32.1 14.1 17.2 3.1]
```

M2 =

```
139.0000 61.3000 49.8000 36.0000 32.1000 14.1000 17.2000 3.1000
```

```
>> mean(M2)
```

ans =

```
44.0750
```

```
>> M3[176.6 83.4 66.5 51.2 40.3 21 25.3 10.5]
```

```
M3[176.6 83.4 66.5 51.2 40.3 21 25.3 10.5]
```

M3 =

```
176.6000 83.4000 66.5000 51.2000 40.3000 21.0000 25.3000 10.5000
```

```
>> mean(M3)
```

ans =

```
59.3500
```

```
>> M4=[20.2 17.7 19.4 8.1 9.1 1.49 2.8 1.49]
```

M4 =

```
20.2000 17.7000 19.4000 8.1000 9.1000 1.4900 2.8000 1.4900
```

```
>> mean(M4)
```

```
ans =
10.0350
Знайдемо стандартне відхилення:
>> A1=[104.3 44.8 39.4 27.8 18.4 7 17.3 6.7]
A1 =
104.3000 44.8000 39.4000 27.8000 18.4000 7.0000 17.3000 6.7000
>> A2=[3346.25 3346.25 3346.25 3346.25 3346.25 3346.25 3346.25 3346.25]
A2 =
1.0e+003 *
3.3462 3.3462 3.3462 3.3462 3.3462 3.3462 3.3462 3.3462
Середнє відхилення становитиме:
>> sta(A)
ans =
32.5264 42.8428 53.2150 8.0426
Ведемо матрицю стандартних відхилень:
>> A3=
[33.4625 44.0750 59.3500 10.0350;
33.4625 44.0750 59.3500 10.0350;
33.4625 44.0750 59.3500 10.0350;
33.4625 44.0750 59.3500 10.0350;
33.4625 44.0750 59.3500 10.0350;
33.4625 44.0750 59.3500 10.0350;
33.4625 44.0750 59.3500 10.0350]

A3 =
33.4625 44.0750 59.3500 10.0350
33.4625 44.0750 59.3500 10.0350
33.4625 44.0750 59.3500 10.0350
33.4625 44.0750 59.3500 10.0350
33.4625 44.0750 59.3500 10.0350
33.4625 44.0750 59.3500 10.0350
33.4625 44.0750 59.3500 10.0350

>> A4=(A-A3)
A4 =
72.8375 94.9250 117.2500 10.1650
11.3375 17.2250 24.0500 7.6650
5.9375 5.7250 7.1500 9.3650
-5.6625 -8.0750 -8.1500 -1.9350
-15.0625 -11.9750 -19.0500 -0.9350
-26.4625 -29.9750 -38.3500 -8.5450
-16.1625 -26.8750 -34.0500 -7.2350
-26.7625 -40.9750 -48.8500 -8.5450
```

Вхідні дані і середні значення піднесемо до квадрату:

>> C=(A.^2)

C =

1.0e+004 *

1.1300	1.9321	3.1188	0.0408
0.2007	0.3758	0.6956	0.0313
0.1552	0.2480	0.4422	0.0376
0.0773	0.1296	0.2621	0.0066
0.0339	0.1030	0.1624	0.0083
0.0049	0.0199	0.0441	0.0002
0.0299	0.0296	0.0640	0.0008
0.0045	0.0010	0.0110	0.0002

C1=(A3.^2)

C1 =

1.0e+003 *

1.1197	1.9426	3.5224	0.1007
1.1197	1.9426	3.5224	0.1007
1.1197	1.9426	3.5224	0.1007
1.1197	1.9426	3.5224	0.1007
1.1197	1.9426	3.5224	0.1007
1.1197	1.9426	3.5224	0.1007
1.1197	1.9426	3.5224	0.1007
1.1197	1.9426	3.5224	0.1007

Знайдемо матрицю нормованих значень:

>> S=(C-C1)

S =

1.0e+004 *

1

.0180	1.7378	2.7665	0.0307
0.0887	0.1815	0.3433	0.0213
0.0433	0.0537	0.0900	0.0276
-0.0347	-0.0647	-0.0901	-0.0035
-0.0781	-0.0912	-0.1898	-0.0018
-0.1071	-0.1744	-0.3081	-0.0098
-0.0820	-0.1647	-0.2882	-0.0093
-0.1075	-0.1933	-0.3412	-0.0098

Знайдемо квадратний корінь матриці:

>> sqrt(S)

ans =

1.0e+02 *

1.0090 + 0.0000i	1.3183 + 0.0000i	1.6633 + 0.0000i	0.1753 + 0.0000i
0.2979 + 0.0000i	0.4260 + 0.0000i	0.5859 + 0.0000i	0.1458 + 0.0000i
0.2080 + 0.0000i	0.2318 + 0.0000i	0.3000 + 0.0000i	0.1660 + 0.0000i
0.0000 + 0.1863i	0.0000 + 0.2543i	0.0000 + 0.3002i	0.0000 + 0.0592i
0.0000 + 0.2795i	0.0000 + 0.3020i	0.0000 + 0.4357i	0.0000 + 0.0423i
0.0000 + 0.3272i	0.0000 + 0.4176i	0.0000 + 0.5551i	0.0000 + 0.0992i
0.0000 + 0.2864i	0.0000 + 0.4058i	0.0000 + 0.5369i	0.0000 + 0.0964i
0.0000 + 0.3278i	0.0000 + 0.4397i	0.0000 + 0.5841i	0.0000 + 0.0992i

>> Zij=A4/sqrt(S)

Zij =

0.8597	-0.3275	0.0368	0	0 + 0.1760i	0	0	0
-0.0381	0.5588	0.0302	0	0 + 0.0750i	0	0	0
-0.0454	-0.0107	0.6449	0	0 + 0.0921i	0	0	0
-0.1401	0.1293	-0.1534	0	0 - 0.2796i	0	0	0
0.0579	0.2953	-0.1308	0	0 + 0.9651i	0	0	0
-0.1635	0.2596	-0.5043	0	0 + 0.2580i	0	0	0
-0.1428	-0.5989	0.1164	0	0 - 0.4887i	0	0	0
-0.3878	-0.3060	-0.0398	0	0 - 0.7980i	0	0	0

Для розрахунку матриці відстаней подамо у вигляді матриць, кожен стовбець вхідної матриці.

>> B=[106.3 44.8 39.4 27.8 18.4 7 17.3 6.7]

B =

106.3000 44.8000 39.4000 27.8000 18.4000 7.0000 17.3000 6.7000

>> C=[139 61.3 49.8 36 32.1 14.1 17.2 3.1]

C =

139.0000 61.3000 49.8000 36.0000 32.1000 14.1000 17.2000 3.1000

>> D=[176.6 83.4 66.5 51.2 40.3 21 25.3 10.5]

D =

176.6000 83.4000 66.5000 51.2000 40.3000 21.0000 25.3000 10.5000

>> P1=(B-C)+(B-D)+(B-E)

P1 =

-16.9000 -28.0000 -17.5000 -11.9000 -26.3000 -15.5900 6.6000 5.0100

```
>> P2=(C-B)+(C-D)+(C-E)
```

```
P2 =
```

```
113.9000 38.0000 24.1000 20.9000 28.5000 12.8100 6.2000 -9.3900
```

```
>> P3=(D-B)+(D-C)+(D-E)
```

```
P3 =
```

```
264.3000          126.4000          90.9000          81.7000
    61.3000          40.4100          38.6000          20.2100
```

```
>> P4=(E-B)+(E-C)+(E-D)
```

```
P4 =
```

```
-361.3000 -136.4000 -97.5000 -90.7000 -63.5000 -37.6300 -51.4000 -15.8300
```

Згрупуємо отримані значення:

```
>> R=[
```

```
    0          113.9      264.3      -361.3;
   -28          0         126.4      -136.4;
  -17.5         24.1          0        -97.5;
  -11.9         20.9         81.7          0;
  -26.3         28.5         61.3        -63.5;
 -15.59        12.81        40.41       -37.63;
    6.6          6.2         38.6        -51.4;
    5.01         -9.39        20.21       -15.83
```

```
]
```

```
R =
```

```
    0          113.9000      264.3000      -361.3000
  -28.0000          0         126.4000      -136.4000
 -17.5000         24.1000          0        -97.5000
 -11.9000         20.9000         81.7000          0
  -26.3000         28.5000         61.3000       -63.5000
 -15.5900        12.8100        40.4100       -37.6300
    6.6000         6.2000         38.6000       -51.4000
    5.0100        -9.3900        20.2100       -15.8300
```

```
R =
```

```
    0          113.9000      264.3000      -361.3000
          0          126.4000      -136.4000
          0           38.6000       -51.4000
          0
```

Як бачимо з представлених розрахунків, здійснених у програмному середовищі Matlab, отримали три основних кластерних груп банківської

системи України, у перший кластер по фінансових показниках входить одна найбільша банківська установа – Приватбанк, до другої кластерної групи входять по фінансових показниках дві банківські установи: Ощадбанк, та Укрексімбанк, та до третьої кластерної групи входять банківські установи, з вказаними фінансовими показниками близьких до банкрутства до яких належить Пумб банк, Укргазбанк.

Застосування представлених нами програмних продуктів *Project Expert*, *Audit Expert* та *Matlab* дозволять в першу чергу студентам, та фінансовим менеджерам і аналітикам якісно та в контексті швидкої зміни ендегенних та екзогенних чинників справлятися з поставленими задачами.

Сучасному економісту чи управлінцю надзвичайно актуально володіти засобами, які пропонують програмні компанії, особливо ті програмні продукти, які у зручному інтерфейсі для користувача дозволяють опрацювати великі масиви економічної інформації за короткий час, адже від швидкості та якості опрацювання яких залежить адекватність та вчасність прийнятих рішень.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт АТ «Райффайзен Банк Аваль» [Електронний ресурс] : Режим доступу : <http://www.aval.ua/>
2. Річний фінансовий звіт ПАТ КБ Приватбанк за 2015 рік // результати діяльності банку, що підлягають оприлюдненню в ЗМІ [Електронний ресурс]: Режим доступу : http://www.privat.ua/about/bank_reports/
3. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]: Режим доступу : www.bank.gov.ua/

Константюк Н.І.

У ПОШУКАХ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ ФІНАНСУВАННЯ УНІВЕРСИТЕТІВ

Проблема фінансування університетів має великий інтерес як для зарубіжних так й українських вчених та безпосередньо серед вищого керівного складу вузів протягом тривалого часу і є предметом жвавої дискусії. Університети стикаються з такими проблемами, як обмеження бюджетних фінансових ресурсів, зниження власних надходжень, демографічна криза, старіння населення тощо. Всі ці проблеми створюють жорстку конкуренцію між вищими навчальними закладами щодо їх фінансування, яке необхідне для забезпечення успішної діяльності університетів.

Але серед університетів в цій конкурентній боротьбі є переможці, котрі використовують різноманітні моделі фінансування в своїй діяльності. Метою нашого дослідження є вивчення та аналіз різних моделей фінансування університетів з можливістю подальшого застосування в діяльності вишів України.

Дослідження проблем фінансового забезпечення вищих навчальних закладів віднайшли відображення у публікаціях Т. Боголіб, І. Вахович, Ю. Волинчук, А. Даниленко, А. Колота, Р. Крамченко, В. Куценко, З. Лободіної, Е. Лібанової, Т. Оболенської, О. Петренка, Л. Яременко та ін. Питанню фінансування вищої школи приділяли увагу відомі зарубіжні вчені, серед яких Е. Аткінсон, Н. Барр, Г. Беккер, С. Беляков, В. Глухов, С. Жильцов, Е. Макгіннес, Дж. Стігліц, Е. Тоффлер, Т. Шульц, Л. Якобсон та ін. Однак існує необхідність постійного розвитку наукових поглядів на проблеми фінансового забезпечення розвитку вищої освіти і науки, їх орієнтації на зміни у світі, і, зокрема, в українському суспільстві, орієнтації на світові тенденції цивілізованого розвитку.

Вивчаючи досвід країн у сфері фінансування університетів, котрі мають вищі навчальні заклади з відмінною репутацією, можна зробити наступні висновки:

1. Фінансування університетів в країнах Європейського Союзу здійснюється переважно урядом, ця частка становить від 70 % до 90 % залежно від країни, решта фінансування припадає на приватні фонди.

2. Університети США фінансуються за рахунок державних коштів на 40 %, за рахунок приватних фондів здійснюється фінансування близько 60 % витрат університетів.

3. Українські університети фінансуються урядом на 50 %, і за рахунок приватних коштів - 50 %.

У всьому світі спостерігається тенденція щодо скорочення державних доходів. Уряди всього світу все більше борються з тягарем пенсій і зростанням витрат освіти, охорону здоров'я, інфраструктуру, безпеку та інші соціальні витрати. Виборці багатьох промислово розвинених країнах стають все більш консервативними, особливо у неприянні до оподаткування та витрат уряду, які вони вважають марнотратством. Багато Європейських країн, з їх дорогим соціальним забезпеченням, на яке витрачають від одної третьої до більш ніж половини ВВП, намагаються перекласти виробничі ресурси на приватний сектор і скоротити бюджетний дефіцит відповідно до вимог Європейської спільноти.

Уряди всього світу перебувають у боротьбі з політично і соціально обґрунтованими потребами в усе більш дефіцитних податкових надходженнях. У більшості країн світу, що розвиваються, і в багатьох країнах з перехідною економікою, конкуренцію державним доходам складають незабезпечені пенсійні зобов'язання, система соціального захисту, а також вартість погіршення стану навколишнього середовища.

Нарешті, якщо уряд у більшості країн, що розвиваються, залишається як і раніше основним джерелом доходів для вищої освіти, то маємо невтішну картину зменшення доходів державного бюджету для навчання студентів, залишаючи мало ресурсів для підвищення якості навчання, освоєння нових програм та інвестицій в наукові дослідження.

З огляду на глобальне скорочення державних фінансових ресурсів значної популярності набуває модель фінансування університетів за результатами діяльності (performance-based funding, PBF).

Модель фінансування університетів за результатами діяльності має ряд підтипів, найпопулярнішими з яких є фінансування на основі підписання контрактів між вузом та урядом щодо здійснення чітко вказаних видів діяльності чи виконання послуг, за які університет отримує державні кошти. Також не менш популярним є фінансування вузів на основі формули, відповідно до цього підтипу інституція отримує бюджетні кошти саме за досягнення певних заздалегідь визначених показників. Ці показники включені до формули, за допомогою якої визначається обсяг фінансування.

Вперше запровадження такої моделі відбулося в американському штаті Теннесі у 1978 році [7]. Згодом модель фінансування університетів за результатами діяльності поступово почали застосовувати в інших штатах. У 2015 році дану модель використовували у різній мірі для фінансування закладів вищої освіти у 32 із 50 штатів США. Здебільшого за допомогою цієї моделі надається лише частина фінансування — від 5 % до 50 %. Ще

п'ять штатів зараз поступово впроваджують модель фінансування університетів за результатами діяльності [7].

З середини 1990-х років країни Європейського Союзу поступово запроваджували модель фінансування університетів за результатами діяльності для фінансування певної частини витрат університетів. Станом на 2014 рік розрахунок обсягу державного фінансування за допомогою формули, що містить певні індикатори, здійснюється у 21 країні ЄС та в кількох окремих адміністративних територіях Німеччини, Іспанії та Великобританії [4, с. 18].

Дослідники поділяють показники, які включені до формули, на дві основні групи: індикатори витратності (input) та індикатори результату (output). До першої групи здебільшого відносять кількість студентів різних рівнів та програм, кількість викладачів або ж їх співвідношення. Друга група має ширший діапазон показників: кількість випускників, обсяг позабюджетних надходжень, кількість дослідницьких контрактів, показники цитувань, патентів, працевлаштування випускників, досягнення стратегічних цілей [4, с. 24]. Застосування тих чи інших показників залежить від цілей, які ставлять при запровадженні моделі фінансування університетів за результатами діяльності, та вихідних умов, у яких перебуває вищий навчальний заклад або ж вид їхньої діяльності (викладання, дослідження). Тобто універсальних показників, які дають однаковий ефект у різних системах, не існує.

При розподілі фінансування більшість освітніх систем використовують модель фінансування за результатами діяльності для навчання студентів, основним критерієм при цьому є кількість випускників; також дану модель часто застосовують при фінансуванні наукових досліджень, де береться до уваги кількість публікацій та фінансування наукових досліджень із зовнішніх джерел.

Різновидом моделі фінансування університетів за результатами діяльності є підписання контрактів, в яких узгоджуються визначені завдання між університетами та урядом або замовником послуг.

Фінансування вищої освіти у світі все частіше здійснюється на основі змішаних джерел, при цьому зростає частка власних коштів студентів, які зобов'язані платити все більше за свою освіту. Механізми розподілу витрат на навчання досить часто переглядаються, а при визначенні фактичних витрат на університет, на програму чи курс все частіше враховуються різноманітні показники ефективності. Фінансування науково-дослідної діяльності університетів в даний час все більше відрізняється від фінансування викладацької діяльності і враховує свої показники ефективності.

Багато урядів використовують конкурентні елементи в процесі виділення державних коштів для вищих навчальних закладів. Приклади включають в себе здійснення заходів ефективності за рахунок «формули фінансування», або розподіл ресурсів на основі оцінки проектних пропозицій. Відповідні форми для розподілу ресурсів за результатами діяльності можна знайти в більшості вищих навчальних закладів.

У практиці європейських університетів існує велика різноманітність фінансових моделей, які враховують ефективність діяльності вузу, але вони відрізняються залежно від виду діяльності вузу, наприклад одні фінансові моделі використовуються для навчання і зовсім інші для науково-дослідної активності. Коротко розглянемо найбільш популярні моделі фінансування, які активно використовуються у більшості європейських університетів, проте слід зазначити що в одному університеті може успішно поєднуватися кілька фінансових моделей.

Грантове фінансування сьогодні займає першочергові позиції серед фінансових механізмів розподілу державних коштів у більшості європейських університетах. За допомогою грантів фінансуються витрати на навчання, поточні операційні витрати та наукові дослідження. Університети є відповідальними за розподіл та перерозподіл такого фінансування всередині самого університету відповідно до своїх потреб. Вся сума грантового фінансування може бути визначена у різні способи: через попередні домовленості, на основі попередніх показників, через формулу фінансування чи виконання контрактів. Досить часто ці елементи поєднують, так частина грантового фінансування виділяється на основі домовленостей, інша частина отримується на основі укладених контрактів чи розраховується за формулою.

Крім того, все частішими стають випадки розподілу державних коштів на основі конкурентних змагань між університетами, що пов'язані з певними проектами. Згідно даного підходу кошти розподіляються між установами на конкурсній основі щодо представлених пропозицій в процесі конкурсного відбору. Ці кошти, як правило, виділяються на визначений проект або направлені на досягнення конкретних цілей чи пріоритетів, визначених спонсором.

В окремих випадках зустрічається спільне фінансування, його суть полягає в тому, що головний фундатор згоден на фінансування узгодженого виду діяльності університету чи проекту, за умови, що університет також братиме участь у фінансуванні цього ж проекту у попередньо визначених розмірах за рахунок власних коштів.

Не так часто, але все ж таки зустрічається в окремих країнах благодійне (філантропне) фінансування університетів. Його суть полягає в тому, що кошти отримуються від фондів, корпоративних донорів, або осіб, що діють

незалежно від уряду і на благо суспільства шляхом підтримки діяльності університету за рахунок грантів або не фінансових засобів (пожертви землі, будівлі тощо) або оперуючи своїми власними програмами.

У діяльності вузів також часто трапляється цільове фінансування, при якому кошти виділяються на досягнення конкретних цілей, поставлених державними органами. В цьому випадку кошти розподіляються через конкурсний відбір або ж безпосередньо виділяються університету.

Світова практика налічує величезне різноманіття моделей фінансування університетів. На основі проведеного аналізу їх можна умовно розділити на два види, залежно від джерела фінансування: державне та приватне.

Моделі державного фінансування характерні для університетів, що утримуються за рахунок коштів центральних, регіональних та місцевих органів влади. Моделі з приватним фінансуванням мають за основу приватні джерела фінансових ресурсів, а саме, грошові кошти студентів і домогосподарств, неурядових організацій, благодійних фондів та підприємств. На практиці досить важко зустріти чисту модель з державним чи приватним фінансуванням. Крім того, зустрічається безліч варіацій як всередині державної так і приватної моделей фінансування. Значимість кожної з моделей варіюється від однієї держави до іншої.

На сьогоднішній день існують країни, в котрих університети майже повністю фінансуються за рахунок державних коштів, зокрема державне фінансування вищої освіти становить 95 % і вище в скандинавських країнах (Данія, Фінляндія, Ісландія, Норвегія, Швеція), а також в Австрії, Бельгії, Чеській Республіці, Естонії, Франції та Німеччині [6].

Наступні дев'ять країн, а саме Угорщина, Ірландія, Італія, Нідерланди, Латвія, Польща, Словаччина та Іспанія, а також Великобританія за рахунок державних коштів покривають менше 90 % своїх видатків. Однак, державні органи влади цих країн у багатьох випадках можуть приймати рішення про введення, скасування або зміну рівня плати за навчання, тому для цих країн характерні як державні так і приватні моделі фінансування.

Для країн, що не входять в ЄС, але є членами ОЕСР, система фінансування вищої освіти характеризується більшою залежністю від приватного сектору. Наприклад, в США тільки половину від загального обсягу коштів на вищу освіту приходиться із бюджетних фондів.

Порівнюючи фінансування вищої освіти в чотирьох країнах, що не входять в ЄС, але є членами ОЕСР (Австралія, Канада, Нова Зеландія і Сполучені Штати), стає очевидним, що ці країни здатні краще диверсифікувати джерела фінансування, розподіляючи фінансове навантаження між державним і приватним сектором. Саме в цих країнах плата за навчання становить значну частку доходів вищих навчальних

закладів, однак це не є перепорою для державної підтримки, що надається студентам в різних формах, включаючи стипендії, гранти та кредити для того, щоб компенсувати будь-які негативні наслідки платного навчання та забезпечити доступність освіти на всіх її рівнях.

Більшість держав-членів ЄС дотримуються політики безкоштовної освіти на всіх рівнях (у тому числі вищої освіти), тому це потенційне джерело доходу не може бути використане ними для збільшення доходів університетів.

З кожним роком університети більшості країн постають перед зростаючою потребою в додаткових фінансових ресурсах, котрі вони не здатні отримати з приватних та державних джерел. Створення додаткових доходів з інших джерел сприймається все більш необхідним для довгострокового фінансового забезпечення університетів. Все частіше у структурі доходів вищих навчальних закладів з'являються надходження від надання послуг (наприклад, здача в оренду об'єктів, послуг громадського харчування, консультації і т.д.), благодійних коштів, а також грантові кошти. В середньому, ці типи додаткових джерел доходу перевищують 10 % доходу університетів [5, с. 27].

Велику роль у фінансуванні вищої освіти відіграють регіональні органи влади, причому вона варіюється від країни до країни. У таких країнах як Бельгія, Німеччина та Іспанія, регіональні органи влади здатні впливати на всі сфери фінансових відносин університетів. У Данії, Греції, Франції, Італії, Австрії, Швеції, Чехії та Польщі регіональні органи влади відіграють не значну роль у регулюванні фінансової діяльності вишів. У більшій частині європейських країн регіональні органи влади не здатні впливати на зміну моделей фінансування університетів, змінювати вартість навчання і це є характерним для Ірландії, Нідерландів, Фінляндії, Великобританії, Естонії, Латвії, Литви, Угорщини, Мальти, Словацької Республіки.

Дуже часто можна зустріти твердження про те, що витрати на вищу освіту повинна нести особа, яка здобуває вищу освіту або ж у розвинутих країнах фінансування вищої освіти здійснюється переважно за рахунок фінансових ресурсів домогосподарств. Однак, провівши аналіз структури витрат на освіту в окремих розвинутих країнах, освітні системи котрих мають хорошу репутацію, стає зрозумілим, що це повна невідповідність реальним фактам. Так на рисунку 1 відображено структуру витрат на вищу освіту в окремих розвинутих країнах.

Витрати українських домогосподарств становлять значну частку у структурі витрат на вищу освіту. В цілому ж недержавне фінансування освіти в Україні майже повністю відповідає витратам домогосподарств — частка витрат юридичних осіб є мізерною і знаходиться на рівні 2 %, тоді

як в інших країнах юридичні особи фінансують в середньому 4-5 %, а в ряді країн (Австралія, Австрія, Канада, Нідерланди, Німеччина, США, Швеція) — навіть більше 10 %.

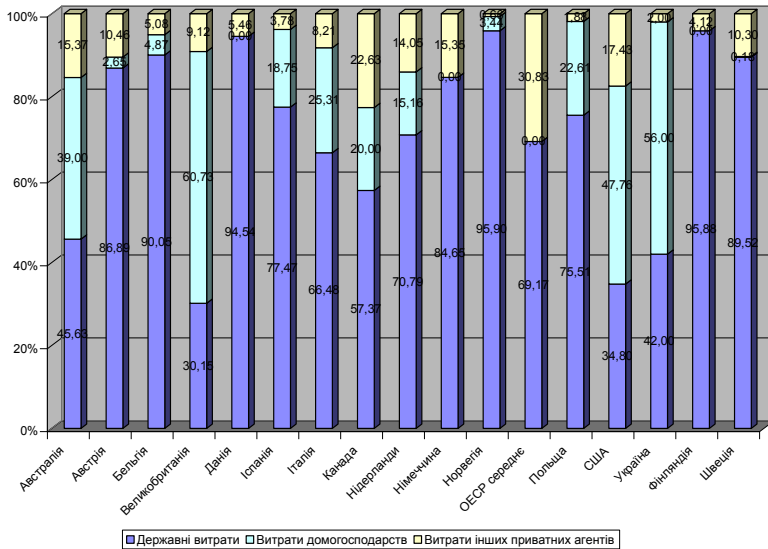


Рис. 1. Структура витрат на вищу освіту*

*Примітка. Складено автором на основі [6,10]

Така ситуація є приводом для залучення у фінансування вищої освіти України інших приватних агентів, зокрема підприємств та корпорацій, які потребують відповідних фахівців. Заохочувальним стимулом можуть служити податкові пільги для підприємств, котрі готують фахівців для своїх потреб за власні кошти.

В Україні для фінансування університетів використовують модель, яка базується на потребах вузу. Фінансування вищих навчальних закладів України згідно даної моделі здійснюється з бюджету на підставі витрат минулих років. Обсяги фінансування повністю залежать від кількості студентів, що призводить до погіршення якості вищої освіти, адже університети не зацікавлені у відрахуванні неуспішних студентів. Формалізований контроль за виконанням державного замовлення ніяк не стимулює ВНЗ йти назустріч потребам суспільства, регіональним чи державним пріоритетам економіки. Під час формування пропозицій щодо обсягів державного замовлення ВНЗ здебільшого відштовхуються лише від своїх кадрових потреб. Фактично українські вузи перебувають у

постійній боротьбі за фінансові ресурси, щоб покрити свої поточні потреби. Покриття тільки поточних потреб університетів не дає можливостей для якісного надання освітніх послуг. Лише 3,5 % коштів у вітчизняних навчальних закладах спрямовується на матеріально-технічне переоснащення, ремонт приміщень, закупівлю транспортних засобів, техніки.

На підставі проведених досліджень можна зробити висновок про те, що варто використовувати більш гнучкі моделі фінансування українських університетів. Така гнучкість розглядається як пошук оптимальної моделі фінансування для різного виду діяльності або послуги. До того ж, варто змінити об'єкт фінансування, тобто слід відійти від фінансування потреб університету до фінансування конкретних завдань, цілей і отримання заздалегідь визначених результатів. В підсумку це призведе до підвищення відповідальності всіх членів освітнього процесу і дасть можливість ефективно використати обмежені фінансові ресурси.

При формуванні фінансової моделі українських університетів доцільно застосовувати диверсифікований підхід.

У загальному визначенні диверсифікація виникла внаслідок дії науково-технічної революції, необхідністю пристосування господарюючого суб'єкта до стрімких структурних змін, посилення конкурентної боротьби внаслідок насичення ринку. У цих умовах диверсифікація використовує переваги комбінування, проникнення в нові прибуткові галузі. І, власне, стабілізує діяльність господарюючого суб'єкта, робить його менш вразливим до спадів у тих чи інших сферах та видах діяльності. Завдяки цьому диверсифіковані суб'єкти господарювання значно стійкіші та конкурентоздатні, ніж вузькоспеціалізовані. Отже, диверсифікація – це організаційно-економічний фактор підвищення ефективності діяльності.

При впровадженні фінансової диверсифікації у діяльність вітчизняних вишів, на нашу думку, слід комбінувати та поєднувати різноманітні фінансові стратегії, тактики та фінансові механізми для кожного окремого виду діяльності установи, організації.

Так для фінансування навчання студентів, що є основною метою діяльності університетів, слід вдосконалити існуючу модель, за якої фінансування урядом здійснюється у межах 50 %, і за рахунок коштів домогосподарств - 50 %. Фінансування урядом на рівні 50 % доцільно збільшити і розбити на 2 етапи: перший етап – 30 %, другий етап – 20-30 %. Кошти першого етапу слід виділяти на початку навчального року для забезпечення нормального перебігу навчального процесу. Кошти у розмірі 20-30 %, необхідних для навчання студентів вузу доцільно виділяти на основі показників ефективності діяльності університету, до яких повинні увійти наступні показники: кількість вступників і кількість

випускників, кількість іноземних студентів, рівень успішності студентів, частка працевлаштованих випускників, кількість студентів, що беруть участь у міжнародних стажуваннях та програмах мобільності, що навчаються за рахунок грантових коштів, рейтингове оцінювання науково-педагогічних працівників вузу (сюди обов'язково слід включити міжнародні стажування, міжнародні публікації, рівень педагогічної майстерності викладачів). Така модель розподілу державних коштів повинна започаткувати здорову конкуренцію серед студентів, наприклад, якщо студент не повністю виконав навчальне навантаження, не вчасно здав сесію чи відсоток його успішності досить низький, його слід перевести на платне навчання, перевівши на його місце більш відповідального та успішного студента з платної форми.

Фінансування домогосподарств у структурі витрат на навчання студентів доцільно зменшити до 30 %, при цьому встановити критерії відбору абітурієнтів, які б забезпечували якісний контингент студентів. У системі вищої освіти прослідковується явище переважання кількості над якістю саме через низькі критерії відбору абітурієнтів. Вища освіта стала масовим явищем в Україні і тим самим втратила свої конкурентні позиції на внутрішньому та міжнародному ринку праці.

До фінансування навчання студентів слід залучати підприємства, установи, організації. Їх частка у структурі витрат на вищу освіту є мізерною – 2 %. Заохочувальним стимулом можуть служити податкові пільги для підприємств, котрі готують фахівців для своїх потреб за власні кошти. Тут не обійтися без виваженої фінансової політики держави щодо підтримки цієї ініціативи.

Ще одним джерелом фінансуванні академічної діяльності вузу повинні стати гранти і різноманітна фінансова підтримка для студентів, стимулюючи їх до кращих результатів у навчанні, підвищуючи особисту відповідальність за участь у навчальному процесі. На жаль, в Україні активно не застосовується кредитування студентів для здобуття вищої освіти. Тому потребує вдосконалення сам механізм надання, одержання та повернення кредитів для навчання. Для підтримки талановитої студентської молоді доцільно впроваджувати премії, розмір яких доцільно переглядати за результатами кожної сесії.

Якщо ми говоримо про фінансування науково-дослідної діяльності університету, то тут повинна діяти модель за результатами діяльності. Віддача від коштів, вкладених в наукові розробки та дослідження має бути максимальною, при цьому ефект має носити як фінансовий так і суспільний відтінок.

Вищі навчальні заклади України є специфічним видом суб'єктів господарювання. З одного боку, вони виконують функції держави у

створенні суспільного продукту «вища освіта», а з іншого боку є повноправними суб'єктами господарських відносин. Переважна більшість українських ВНЗ мають у користуванні сотні гектарів земельних ресурсів, гуртожитки, техніку, санаторно-курортні заклади, власні підприємства тощо. Університети мають право провадити власну фінансово-господарську діяльність, а ведення фінансово-господарської діяльності передбачає одержання прибутку. Тому даний вид діяльності повинен здійснюватися тільки на засадах самофінансування та рентабельності. При цьому, ведення фінансово-господарської діяльності вузу повинно всебічно сприяти основній меті діяльності вузу – надання якісних освітніх послуг та провадження ефективної науково-дослідної роботи. Однак заклади освіти переважно належать до державної власності, тому всі їхні активи також є державними, відповідно існують суттєві обмеження щодо управління ними, керівництво ВНЗ не може вільно розпоряджатися власними активами. Українським університетам сьогодні вкрай необхідна фінансова автономія, яка дозволить вирішити проблеми фінансування, і покращити якість та конкурентоспроможність вищої освіти.

З цією метою слід надати їм реальну фінансову автономію, усунувши протиріччя в чинному законодавстві. Вищі навчальні заклади України сьогодні відчувають гостру нестачу фінансових ресурсів, а це вимагає пошуку альтернативних шляхів та джерел їх фінансового забезпечення, що неможливо зробити без автономії, зокрема, фінансової. Якщо держава на сьогодні не в змозі забезпечити вищі навчальні заклади достатніми фінансовими ресурсами для їх повноцінного функціонування, то повинна хоча б дозволити їм заробляти та вільно розпоряджатися власними коштами.

Пошуки та розробка ефективної моделі фінансування університетів повинні враховувати всі види діяльності університету та ґрунтуватися на засадах ефективності, прозорості та автономії і служити основній меті – надання якісних освітніх послуг, підготовка затребуваних фахівців на ринку праці, а також проведення результативних наукових досліджень.

Список використаних джерел:

1. Вахович І. Фінансове забезпечення вищої освіти: методологія та механізми реалізації в умовах формування соціально-орієнтованої ринкової економіки [Текст] / І. Вахович, Ю. Волинчук. – Луцьк: РВВ ЛНУ, 2010. – 288 с.
2. Константюк Н.І. Проблеми реформування фінансового забезпечення вищої освіти в Україні / Н.І. Константюк // Світ фінансів. – 2016 – № 1. – С. 172-183
3. Куклін О.В. Економічні аспекти вищої освіти [Текст] / О.В. Куклін. – К.: Знання України, 2008. – 331 с.
4. DEFINE Thematic Report: Performance-Based Funding of Universities in Europe by Anna-Lena Claeyss-Kulik and Thomas Estermann: European University Association. – 2015. – 61 p.

5. Designing strategies for efficient funding of higher education in Europe by Thomas Estermann, Enora Bennetot Pruvot and Anna-Lena Claeys-Kulik: EUA. – 2013. – 20 p.

6. Education at a Glance 2014: OECD Indicators, OECD Publishing [Electronic resource] / Access' regime: http://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2014_eag-2014-en;jsessionid=1vq3qgkpmv9h.x-oecd-live-03

7. Friedel J., Thornton Z., D'Amico M., Katsinas St. «Performance-Based Funding: The National Landscape,» Education Policy Center. September 2013. [Electronic resource] / Access' mode: http://uaedpolicy.ua.edu/uploads/2/1/3/2/21326282/pbf_9-17_web.pdf

8. National Conference of State Legislatures. 2015. «Performance-Based Funding For Higher Education» [Electronic resource] / Access' mode: <http://www.ncsl.org/research/education/performance-funding.aspx>

9. OECD (2013), OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2013, OECD Publishing [Electronic resource] / Access' mode: http://dx.doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2013-en

10. World Bank Open Data [Electronic resource]. – Access' mode: <http://data.worldbank.org>

КОЛЕКТИВ АВТОРІВ

Керівник авторського колективу Панухник Олена Віталіївна – доктор економічних наук, професор, академік Академії економічних наук України, завідувач кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Артеменко Л.Б. – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Гарматій Н.М. – к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Дячун О.Д. – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Кареліна О.В. – к.пед.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Константюк Н.І. – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Крамар І.Ю. – к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Кудлак В.Я. – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Мариненко Н.Ю. – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Маркович І.Б. – к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Нагорняк І.С. – ст.викладач кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Тимошик Н.С. – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Федотова Я.Г. – к.е.н., асистент кафедри економічної кібернетики Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Химич І.Г. – к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Хрупович С.Є. – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Ціх Г.В. – к.е.н., доцент, академік Академії економічних наук України, декан факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Наукове видання

СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Колективна монографія

Керівник авторського колективу – д.е.н., проф. Панухник О.В.

Наукове редагування – д.держ.упр, проф. Рудакевич М.І.

*Систематизація та комп'ютерна верстка – к.е.н., доцент Кудлак В.Я.,
к.е.н., асистент Малинич Г.М.*

Підписано до друку 27.10.2016.

Формат 60 x 84/16. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсетний 70 г/м². Друк на дублікаторі.

Умов.-друк. арк. 11,93. Обл.-вид. арк. 10,86

Тираж 300 примірників. Замовлення № 10/16/6-6.

Видавець та виготувач:

ФОП Осадца Ю.В

м. Тернопіль, вул. Винниченка, 9/7

тел. (0352) 40-08-12 (0352) 40-00-63, (097) 988-53-23



[прінт • копї • центр]

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої
справи до державного
реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції
серія ТР № 46 від 07 березня 2013 р.*