

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ПРОБЛЕМИ
СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ
В ЕКОНОМІЦІ**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 1(55)

Київ-2016

Головний редактор: Смерічевський Сергій Францович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

Заступник головного редактора: Засанський Володимир В'ячеславович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії Національного авіаційного університету.

Відповідальний секретар: Радченко Ганна Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

Редакційна колегія:

Кизим Микола Олександрович, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент Національної академії наук України, Заслужений економіст України, директор Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України.

Колот Анатолій Михайлович, доктор економічних наук, професор, проректор з науково-педагогічної роботи Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

Корж Марина Володимирівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

Крейдич Ірина Миколаївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри теоретичної та прикладної економіки Національного технічного університету "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського".

Матвєєв В'ячеслав Васильович, кандидат економічних наук, професор, директор Навчально-наукового інституту економіки та менеджменту Національного авіаційного університету.

Окландер Михайло Анатолійович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету.

Сохацька Олена Миколаївна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародного менеджменту та маркетингу Тернопільського національного економічного університету.

Сунцова Олесь Олександрівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки Національного авіаційного університету.

Мендель Тадеуш, Ph.D, професор економіки, ректор Європейського університету бізнесу (м. Познань, Польща).

Мелінте Клаудія, доктор економічних наук, професор, координатор National Erasmus+ Office in Moldova (м. Кишинів, Республіка Молдова).

Мамедов Махаббат Ашир огли, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки сфер обслуговування і менеджменту Азербайджанського архітектурно-будівельного університету (м. Баку, Республіка Азербайджан).

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Національного авіаційного університету
на підставі Протоколу № 2 від 23.03.2016 року.**

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія KB № 8776, видане Державною реєстраційною службою України 24.05.2004 р.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Кириленко О.М.

ЕКОНОМІКО-ІСТОРИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ
ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ.....7

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Nona Karkuzashvili

COMMUNICATION STRATEGY – ONE OF THE MAJOR BARRIERS
FOR SUCCESSFUL STRATEGY EXECUTION IN THE ORGANIZATIONS
OF EMERGING COUNTRIES.....14

Чорній Б.П.

НАПРЯМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДЖЕРЕЛ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ
У ПІДПРИЄМСТВА РОЗПОДІЛЕННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ.....21

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Верхоглядова Н.І., Коваленко Є.В.

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....26

Irtysheva I.O., Yakovleva I.G.

LOGISTICS INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT IN UKRAINE MARITIME ECONOMY.....33

Коваленко Н.В., Голляк Ю.Б.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНЦІЇ.....38

Коваленко О.В., Калита В.І.

СТРАТЕГІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ГЕНЕРАЛЬНА
ПРОГРАМА РОЗВИТКУ.....43

Темнюк Т.О.

ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ
КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....47

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Петропавловська С.Е.

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ.....52

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Кириченко С.О.

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ
«СОЦІАЛЬНА ІНФРАСТРУКТУРА» ТА ЇЇ ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ПРИЗНАЧЕННЯ.....56

Мармуль Л.О.

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЦІН НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ
ПРОДУКЦІЮ У РЕГІОНАХ УКРАЇНИ61

Петровська С.В., Криворучко О.В. ІНСТРУМЕНТИ І МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ МОДЕЛЮВАННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	68
ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Біленко Т.І. ФІНАНСОВА САМОДОСТАТНІСТЬ ДЕРЖАВИ У СУЧАСНОМУ СВІТІ.....	73
Покатаєва О.В., Давидков С.О. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЯК ЧИННИКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ.....	78
Пристайко О.П. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ФІНАНСОВИХ МЕХАНІЗМІВ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ.....	90
Олешко Т.І., Гнилицька А.Ю. ХЕДЖУВАННЯ ВАЛЮТНОГО РИЗИКУ НА ПРИКЛАДІ ДІЯЛЬНОСТІ УЧАСНИКІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	94
Хайдарова Т.М. ЗАСТОСУВАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ МОДЕЛІ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	98
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ	
Горбачова О.М., Олійник І.А. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ.....	102
Чібісова І.В., Драченко Д.В. СУТНІСТЬ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	108
МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ	
Гавриленко А.В., Гаврилко Т.О. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В УПРАВЛІННІ КОРПОРАТИВНИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ.....	112
Замогильний П.В. МОДЕЛЬ І ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-ОБЧИСЛЮВАЛЬНОЇ СИСТЕМИ В КОМБІНОВАНІЙ СТРАТЕГІЧНО-ОРІЄНТОВАНІЙ МЕТОДИЦІ БЮДЖЕТУВАННЯ.....	118
Мержвинська А.М. ДОСЛІДЖЕННЯ СУТІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ТЕНДЕНЦІЙ І ПРОБЛЕМ ЇЇ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	125

CONTENTS

ECONOMICS AND HISTORY OF ECONOMIC IDEA**Kirilenko O.M.**ECONOMIC AND HISTORIC BASIS FOR THE FORMATION
OF THE TRANSPORT INFRASTRUCTURE OF UKRAINE.....7**ECONOMY AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT****Nona Karkuzashvili**COMMUNICATION STRATEGY – ONE OF THE MAJOR BARRIERS
FOR SUCCESSFUL STRATEGY EXECUTION IN THE ORGANIZATIONS
OF EMERGING COUNTRIES.....14**Chomie B.P.**DIRECTIONS DIVERSIFY SOURCES OF INVESTMENT ATTRACTION
IN THE VENTURE ELECTRICITY..... 21**ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES****Verhogliadova N.I., Kovalenko E.V.**THE ANALYSIS OF APPROACHES TO DEFINITION
THE ESSENCE OF POTENTIAL OF ENTERPRISES..... 26**Irtysheva I.O., Yakovleva I.G.**LOGISTICS INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT IN UKRAINE
MARITIME ECONOMY.....33**Kovalenko N.V., Gollyak U.B.**

HISTORICAL TRENDS OF COMPETITION.....38

Kovalenko O.V., Kalyta V.I.

THE STRATEGY OF THE COMPANY AS A GENERAL DEVELOPMENT PROGRAM.....43

Temniuk T.O.DETERMINING THE STRUCTURE OF THE ORGANIZATIONAL CULTURE
OF CORPORATE ENTERPRISES..... 47**PRODUCTIVE POWER DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY****Petropavlovska S.E.**

MARKETING APPROACH TO THE FORMATION OF THE STATE IMAGE..... 52

**DEMOGRACY, LABOR ECONOMICS,
SOCIAL ECONOMICS AND POLITICS****Kyrychenko S.O.**APPROACHES TO DEFINITION ESSENCE
OF THE CONCEPT «SOCIAL INFRASTRUCTURE»
AND ITS FUNCTIONAL APPOINTMENTS.....56**Marmul L.O.**SOCIAL ASPECTS OF THE FORMATION OF PRICES
OF AGRICULTURAL PRODUCTS IN THE REGIONS OF UKRAINE..... 61

Petrovska S.V., Kryvoruchko O.V. INSTRUMENTS AND METHODS OF PROCESS CONTROL OF DESIGN ARE IN MARKETING ACTIVITY.....	68
---	----

MONEY, FINANCES AND CREDIT

Bilenko T.I. FINANCIAL SUFFICIENCY OF THE STATE IN THE MODERN WORLD.....	73
--	----

Pokataieva O.V., Davidkov S.O. CONCEPTUAL FRAMEWORK RESEARCH TAX POLICY AS A FACTOR OF SOCIO-ECONOMIC COUNTRY DEVELOPMENT.....	78
---	----

Pristayko O.P. THE FEATURES OF MODERN FINANCIAL MECHANISMS OF RESTRUCTURIZATION OF ENTERPRISES.....	90
--	----

Oleshko T.I., Hnilitskaya A.U. CURRENCY HEDGING AS AN EXAMPLE OF ECONOMIC OPERATORS.....	94
--	----

Haydarova T.M. APPLICATION OF THE FRANCHISE MODEL IN THE MODERN ECONOMY.....	98
--	----

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Gorbachova O.M., Oliynyk I.A. WAYS TO IMPROVE INVENTORY ACCOUNTING.....	102
---	-----

Chibisova I.V., Drachenko D.V. ESSENCE ACCOUNTING POLICIES.....	108
---	-----

MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMY

Havrylenko A.V., Havrylko T.O. INFORMATION SYSTEMS IN CORPORATE BUSINESS PROCESSES MANAGEMENT.....	112
---	-----

Zamogilnyy P.V. MODEL AND FUNCTIONAL FEATURES OF INFORMATION PROCESSING SYSTEM IN COMBINATION STRATEGICALLY-ORIENTED METHODOLOGY BUDGETING.....	118
---	-----

Merzhvynska A.M. RESEARCH MERITS CREATIVE ECONOMY AND ITS PROBLEMS AND TRENDS OF DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS.....	125
---	-----

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 656.078(045)

Кириленко О.М.

ЕКОНОМІКО-ІСТОРИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ

В статті розглянуто економіко-історичні засади формування транспортної інфраструктури в Україні, джерела формування вантажних потоків на залізничному транспорті, що дозволяє впевнено визначити причини формування малодіяльних дільниць на залізничному транспорті України.

Ключові слова: транспортна інфраструктура, малодіяльні дільниці, ефективність роботи транспорту.

В статье рассмотрены экономико-исторические основы формирования транспортной инфраструктуры в Украине, источники формирования грузовых потоков на железнодорожном транспорте, что позволяет уверенно определить причины формирования малодейственных участков на железнодорожном транспорте Украины.

Ключевые слова: транспортная инфраструктура, малодейственные участки, эффективность работы транспорта

Постановка проблеми. Сфера залізничних перевезень, особливо на слабко завантажених дільницях, як складне динамічне та на даний час розбалансоване утворення, вимагає обов'язкової катетеризації й виділення специфічних сукупностей понять і підлягає предметно-змістовному агрегуванню із встановленням логічних зв'язків між окремими характеристиками. Опис предметно-змістовної структури й формулювання комплексного визначення поняття «перевезення на малодіяльних лініях», побудованого на основі синтезу філософського, соціального, економічного й техніко-технологічного сприйняття, є фундаментальним моментом формування цільової моделі транспортного ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній системі галузевих економічних знань, в дослідженнях Канторовича Л. В. [1], Кулаєва Ю. Ф. [2], іротіна Л. Б. [3], Петренко О. О. [4], Сича Є. М. [5], Ханукова Є. Д. [6] та бага-

тьох інших роботах, ідентифіковано результат діяльності підприємств залізничного транспорту в межах задоволення потреб споживача транспортної продукції, як головного системо-утворюючого компонента, та у науковому аспекті, виходячи із загальноприйнятих визначень має переважно технологічні властивості, споживчу природу та пояснює процес переміщення як механічне пересування з використанням специфічних технічних засобів.

Мета статті. Мета статті полягає у дослідженні економіко-історичних засад формування транспортної інфраструктури України, що дозволить розкрити фактори, які мали рішучий вплив на ініціалізацію процесу будівництва залізничних шляхів сполучення на певних територіях, за певними напрямками, розкрити джерела формування вантажних потоків на залізничному транспорті та виявити можливі причини формування малодіяльних дільниць.

Викладення основного матеріалу.

Єдина транспортна інфраструктура України – сукупність різних видів транспорту, що забезпечують перевезення вантажів і пасажирів і діючих як комплекс, у який входять: залізничний, автомобільний, морський, річковий, повітряний і трубопровідний транспорт з усіма комунікаціями, транспортними вузлами, рухомим складом, вантажно-розвантажувальними засобами, пристроями й спорудами. Економіко-історичний аналіз формування транспортної інфраструктури важливий тому, що воно проходило в суцільно різних соціально-економічних і державно-політичних умовах. Кожний із цих етапів істотно змінював як загальну обстановку й умови, так і завдання, що ставляться перед транспортом і шляхи їх рішення. Можна виділити наступні основні етапи формування транспортної інфраструктури: період спокійного розвитку в умовах царського режиму – друга половина XIX століття – до 1914 р.; роки Першої світової, громадянської війни, що призвели до розрухи й практичного паралічу роботи транспорту – 1914-1922 р., включаючи післяреволюційний період (введений воєнний стан на транспорті, діяльність інституту надзвичайних військових комісарів (1918-1922 р.), «трійок» по боротьбі з розрухою, хабарництвом на транспорті й розкраданнями вантажів і навіть припинення руху пасажирських поїздів); відбудовний період (1923-1928 р.); роки індустріалізації, колективізації й передвоєнного розвитку економіки: період першої, другої й третьої п'ятирічок (1929-1941 р.); Велика Вітчизняна війна (1941-1945 р.); роки післявоєнного відновлення: період четвертої й п'ятої п'ятирічок (1946-1955 р.); період корінної реконструкції транспортного комплексу, роки творення й технічного процесу (1956-1985 р.); роки «прискорення й перебудови» (1986-1990 р.), що перейшли в роки «застою», а потім і руйнування Радянського Союзу, розвалу економіки країн СНД (1991-2000 р.),

що потягнули за собою різкий спад і в роботі транспорту. І, нарешті, поточний період – ринкова адаптація, необхідність реалізації заходів щодо реформування транспортного комплексу національної економіки, гармонізації його з передовим світовим досвідом і законодавством.

У мінливих умовах здійснювалися структурні й штатні перетворення, уточнювалася кадрова політика, устанавлювалися більш відповідні новим обставинам взаємини із суміжними відомствами й органами місцевої влади, впроваджувалися більш досконалі організаційні й технологічні рішення тощо. Крім цього, раціоналізація логістичних зв'язків транспортної інфраструктури як усередині економічних районів, так і міжрайонних забезпечує зниження транспортних витрат і прискорення оборотності матеріальних цінностей у всій системі національної економіки. Ритмічна робота транспорту дає можливість організувати стійке постачання підприємств і не створювати на них більших запасів палива, сировини й матеріалів. Дозволяє повною мірою реалізувати логістичні принципи управління діяльністю підприємств. Підвищення ефективності роботи транспорту досягається з урахуванням координації й взаємодії його розвитку задля кращого використання перевізних засобів, прискорення доставки вантажів і скорочення транспортних витрат, більш повного задоволення національної економіки й населення в перевезеннях.

Значення ефективного функціонування транспортної інфраструктури для країни, що географічно розташована в центрі Європи (географічний центр Європи – поблизу міста Рахова Закарпатської області), винятково велике. Україна має вихід до Чорного, Азовського моря, що підвищує значимість та роль транспортної інфраструктури, з'єднуючи країну із країнами середземноморського басейну.

Територією України проходять найважливіші транспортні магістралі,

що зв'язують Західну Європу із країнами азіатсько-кавказького регіону. З'єднання кореспондуючих господарюючих суб'єктів транспортною мережею є найважливішою умовою їх економічної взаємодії. Являючи собою частину продуктивних сил, вона служить невідмінною умовою раціонального розміщення виробництва й високої продуктивності суспільної праці. У період інтенсивного розвитку транспортної інфраструктури України вона виступала фактично як єдина можливість формування територіально-виробничих комплексів, розосереджених на території країни, загальною площею 603,7 тис. кв. км, на різному видаленні. Транспортна інфраструктура – вирішальний фактор в економічній інтеграції й гармонізації економіко-правових основ між країнами, забезпечуючи, таким чином, міжнародні господарські зв'язки. Спільні кордони Україна має з Білорусією, Росією, Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією й Молдавією. Водна частина транспортної інфраструктури дозволяє з'єднати країну економічними зв'язками з Республікою Болгарія, Грузією, Туреччиною. Разом з тим, транспортна інфраструктура України сама по собі представляє найбільшу галузь національної економіки. Питома вага основних фондів транспортної інфраструктури, що перебуває в підпорядкуванні Міністерства інфраструктури України – близько 14,5% у загальній їх сукупності національної економіки.

Транспортній інфраструктурі належить сегмент ринку послуг з ринковою часткою в 75%. Переходячи до макро-економічних термінів – частка транспортної інфраструктури в загальному обсязі валового внутрішнього продукту України – п'ятнадцять відсотків. Також транспортна інфраструктура є найважливішим донором державного бюджету України – більше 30% загального обсягу платежів.

Але, не тільки транспортна інфраструктура своєю діяльністю забезпечує ефективний розвиток різних галузей

в ринковій економіці, а й більшість підприємств різних галузей, так чи інакше, функціонують для забезпечення потреб транспортної інфраструктури.

На сьогоднішній момент, у період розвитку багатьох інтеграційних процесів між країнами, галузями – простежується тенденція розвитку процесів взаємодії й налагодження господарсько-економічних зв'язків між підприємствами транспортної інфраструктури України. Найбільш перспективний напрямок співробітництва – розвиток інтермодальних сполучень. Але проблеми тут обумовлені технологічними й особливо організаційними непогодженостями в основному між транспортними відомствами. У цілому, на підставі виконаного дослідження економіко-історичних основ формування транспортної інфраструктури України, можна виділити сформовані до неї основні вимоги, які пред'являються підприємствами вантажоутворюючих галузей національної економіки: повне й своєчасне задоволення потреби національної економіки та населення в перевезеннях; скорочення термінів доставки вантажів з метою прискорення оборотності оборотних коштів і зниження вартості вантажної маси на колесах; забезпечення зниження собівартості перевезень; своєчасність, точність відправлення й доставки вантажів і пасажирів; гарантування повної скоронності перевезених вантажів, як по обсягу, так і по якості; підвищення рівня комфорту для пасажирів у пунктах відправлення, призначення й у процесі переміщення; забезпечення екологічної, технічної безпеки руху транспортних засобів.

Дотримання вищезгаданих вимог, є показником якості продукції транспортної інфраструктури, що в ринкових умовах господарювання є першорядним чинником підвищення конкурентоспроможності даного сектора національної економіки, що є каталізатором розвитку сприятливих економічних процесів в інших галузях. Докладний аналіз еко-

номіко-історичних засад формування транспортної інфраструктури України, що виконано автором, дозволив розкрити фактори, які мали рішучий вплив на ініціалізацію процесу будівництва залізничних шляхів сполучення на певних територіях, за певними напрямками. Розкрито джерела формування вантажних потоків на залізничному транспорті та виявлені можливі причини формування малодіяльних ділянок.

Процес активного будівництва залізниць на землях України починається в період другої половини дев'ятнадцятого століття. Імпульс до розвитку залізничної мережі дав процес формування капіталістичного устрою в економіці України. В результаті почали з'являтися елементи урбанізації та індустріалізації: після відміни кріпосного права збільшувалося населення міст, почали діяти промислові підприємства, запрацювали шахти. Але найяскравішим показником цих змін була поява нового виду сполучення – залізниць, що з'явилися на цих землях як втілення економічних, соціальних та культурних перетворень. У результаті з'ясування місця транспортної інфраструктури в національній економіці України, основних особливостей технічного озброєння й технологічному процесі експлуатаційної діяльності, взаємозалежності між окремими елементами й галузями транспортного господарства, було визначено, що підприємства транспортної інфраструктури дозволили перетворити колись відсталу й аграрну країну в індустріальну державу. Відбулося збільшення промислової й сільськогосподарської продукції. Успіхи, досягнуті в розвитку промисловості й сільського господарства, були б неможливі без потужної транспортної інфраструктури. До заводів і фабрик нових і таких, що раніше існували, необхідно підвозити кам'яне вугілля, нафту й інше паливо, без якого вони не можуть працювати; машинобудівні заводи мають потребу в одержанні металу з металургійних

заводів; у сільській місцевості необхідно доставляти посівні матеріали, трактори, товари широкого вжитку; сільське господарство у свою чергу пред'являє до перевезення хлібу, худоби й різні сільськогосподарські продукти, без які не може існувати населення наших міст. Всі ці вантажі повинні безвідмовно й у величезній кількості перевозитися транспортом підприємств інфраструктури, щоб забезпечити безперебійну роботу кожної галузі виробництва й всієї національної економіки, забезпечити задоволення потреб населення в продуктах харчування й промислових товарів. Виробництво окремих продуктів і видобуток сировини не є повсюдними й зосереджено в певних районах України. Кам'яне вугілля, нафта, залізна руда добуваються в тих місцевостях, де копалини перебувають у надрах землі; сільське господарство особливо розвинене в районах, що володіють родючим ґрунтом і сприятливими кліматичними умовами; значна частина підприємств обробної промисловості перебуває у великих містах. Окремі місцевості нашої країни, таким чином, володіють відомою виробничою спеціалізацією, перевагою тих галузей виробництва, умови розвитку яких у даному районі найбільш сприятливі. На долю транспортної інфраструктури випадає завдання зв'язувати всі ці райони, що взаємно доповнюють один одного. При значній території нашої країни доводиться здійснювати перевезення на значні відстані з тих районів України, де виробляється дана продукція, в усі інші. У сучасних умовах всі ці види транспорту складають єдину транспортно-інфраструктурну мережу, взаємно зв'язані і є продовженням і доповненням один іншого. Однак кожному виду транспорту найбільш властива певна сфера роботи.

У транспортній інфраструктурі України залізниці є універсальним видом транспорту з найбільш широкими можливостями використання для виконання перевезень. Загальна довжина залізничної мережі України – понад 22 тис. км,

представлена шістьма залізницями, що охоплюють майже всю територію держави. Універсальність пояснюється як деякими особливостями нашої країни, так і властивостями саме залізничного транспорту. При сучасному рівні розвитку технічних засобів залізниці можуть бути побудовані повсюдно й можуть забезпечити найкоротше сполучення між будь-якими пунктами нашої країни. Розміщення залізничної мережі по території України складалося в ході тривалого історичного процесу її розвитку протягом більше ста років і відбиває розподіл промисловості й еколого-економічну ефективність використання сільського господарства. Найбільш густа мережа залізниць розташована в центральних і південних областях України. Основні залізничні магістралі в цій частині мережі з'єднують між собою найважливіші промислові райони.

Хоча на деяких напрямках залізниці будувалися без достатнього техніко-економічного обґрунтування, або без врахування прогнозних показників розвитку підприємств, демографічної ситуації району. У результаті з'явилося багато паралельних малозавантажених ліній, які поступово перетворюються у малодіяльні дільниці, окремі види транспорту конкурують один з одним. Робота залізниць України у багато разів перевершує роботу інших видів транспорту національної транспортної системи.

Залізничний транспорт є складним виробничим організмом, всі частини якого перебувають у тісному взаємному зв'язку один з одним. Цей зв'язок проявляється й між галузями залізничного господарства й між окремими ділянками розосередженої більш ніж на двадцять тисяч кілометрів залізничної мережі. Так, ефективність роботи локомотивів залежить не тільки від їх кількості, потужності й продуктивності праці машиністів, але й від цілого ряду інших факторів – постачання паливом, роботи станцій, своєчасного усунення несправностей вагонів, стану колії. У

свою чергу робота станцій, Дирекцій залежить не тільки від експлуатаційників, але й від локомотивної служби, яка повинна вчасно надавати локомотиви під поїзди, і від вагонників, зобов'язаних утримувати вагони в справності, і від колійників, у завдання яких входить підтримка колії в стані, що забезпечує безперебійне просування поїздів по ділянках. Таким чином, робота всіх галузей залізничного господарства взаємно пов'язана й взаємно обумовлена. З іншого боку, досить тісно пов'язані у своїй роботі й окремі ділянки залізниць. Кожна ділянка не являє собою ізольованої одиниці, його робота впливає на роботу сусідніх ділянок, сусідніх залізниць, всієї мережі. Щодо цього залізнична інфраструктура сильно відрізняється від промисловості.

Якість роботи якого-небудь промислового підприємства може не зробити ніякого впливу на роботу суміжного, приналежного тієї ж галузі. На залізничному транспорті положення зовсім інше. Якщо яка-небудь ділянка залізниці, яка-небудь станція працює погано, це впливає на роботу сусідніх станцій, ділянок всієї залізниці, а нерідко й всієї мережі в цілому. Так, у Результаті поганої роботи якої-небудь станції з'являються ускладнення в прийомі поїздів цією станцією із сусідніх, через що там почнуть збирати вагони, разом з тим сповільниться оборот рухомого складу на ділянці й надзвичайно ускладниться вся його робота, а це неминуче приведе до перебоїв або навіть до затору руху на всій магістралі й може відбитися на роботі ряду залізниць, що примикають, а іноді й більше віддалених.

Взаємна залежність роботи всіх галузей залізничного господарства й всіх частин залізничної мережі, що представляє собою єдине ціле, єдиний виробничий організм, вимагає централізації керівництва всім залізничним транспортом і найсуворішою дисципліною. Тільки за цією умовою можлива безперебійна робота всієї залізничної

системи, забезпечення маневреності й повного використання всіх ресурсів залізничного господарства. Для того щоб централізоване керівництво залізничним транспортом було дійсно оперативним, необхідно чітко й точно виконання наказів і розпоряджень всіх вищестоящих начальників їх підлеглими.

На початку перших років незалежності перед Україною постала необхідність формування власної системи управління транспортно-дорожньою інфраструктурою, координації діяльності різних видів транспорту. Основними напрямками транспортної політики з 1992 року до сьогодні є розширення транспортних послуг, підвищення їх якості та ефективності, інтеграція в європейську та світову транспортні мережі, становлення нашої країни як транзитної держави, розвиток національної мережі міжнародних транспортних коридорів.

Перетворення у транспортному секторі незалежної України були тісно пов'язані з євроінтеграційним вектором державної політики. У 1994 р. підписана Угода про партнерство та співробітництво з Європейським співтовариством, що визначила принципи свободи транзиту товарів. Виключно вигідне географічне положення України на шляху

основних транзитних потоків між Європою та Азією, наявність незамерзаючих морських портів, розвинутої транспортної мережі зумовили ще один важливий напрям державної політики у сфері транспорту, а саме – утвердження нашої країни як транзитної держави.

Висновки та пропозиції щодо подальшого дослідження проблеми. У результаті вивчення економіко-історичних засад формування транспортної інфраструктури було з'ясовано її місце в національній економіці України.

Визначено, що основні особливості технічного озброєння й технологічний процес експлуатаційної діяльності, взаємозалежність між окремими елементами й галузями транспортного господарства дозволили перетворити колись відсталу й аграрну країну в індустріальну державу за рахунок формування потужної транспортної інфраструктури.

Дослідження економіко-історичних засад формування транспортної інфраструктури України розкрило стійку позитивну динаміку перевезень, що відповідає основним тенденціям економічного розвитку України. Розкрито джерела формування вантажних потоків на залізничному транспорті, що дозволяє впевнено визначити причини формування малодіяльних дільниць на залізничному транспорті України.

Список використаних джерел:

1. Канторович Л. В. Проблемы эффективного использования и развития транспорта / Л. В. Канторович: Под ред. В. Н. Лившица. Н. В. Паенсона, Е. Ф. Тихонова. – М.: Наука, 1989. – 304 с.
2. Кулаев Ю. Ф. Економіка залізничного транспорту: Навчальний посібник / Ю. Ф. Кулаев: 2-е вид., переробл. і допов. – К.: «Фенікс», 2012. – 240 с.
3. Миротин Л. Б. Логистика: общественный транспорт / Л. Б. Миротин, Н. Э. Ташибаев, В. Д. Герамин, Вл. Вас. Зырянов, Нас. Вл. Зырянов, А. В. Шабанов. В. М. Курганов. В. А. Гудкова: Под общ. ред. Л. Б. Миротина. – М.: Издательство «Экзамен». 2003. – 224 с.
4. Петренко Е. А. Реформирование железнодорожного транспорта: теория и мировой опыт: Монография / Е. А. Петренко: НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти [и др.]. – Донецк: Юго-Восток, 2010. – 413 с.
5. Сич Є. М. Закони економіки транспорту: Монографія / С. М. Сич. В. М. Кислий. – Ніжин: ГОВ «Аспект-Поліграф», 2009. – 160 с.
6. Хануков Е. Д. Транспорт и размещение производства. – М.: Трансжелдориздат. 1956. – 412 с.

Kirilenko O.M.

ECONOMIC AND HISTORIC BASIS FOR THE FORMATION OF THE TRANSPORT INFRASTRUCTURE OF UKRAINE

Economic-historical analysis of the formation of the transport infrastructure is important because it took place in profoundly different socio-economic and state-political conditions. Each of these stages is substantially changed as the General conditions and requirements for transport and ways of their solution.

A detailed analysis of economic and historical basis for the formation of the transport infrastructure of Ukraine, performed by the author allowed to reveal the factors that had a decisive influence on the initialization process of the construction of Railways in certain areas, in certain areas.

Disclosed sources of formation of cargo flows on rail and identifies possible causes of the formation of low-traffic segments.

The process of active construction of Railways on the territory of Ukraine begins during the second half of the nineteenth century. The impetus for the development of the rail network gave the process of the formation of the capitalist system in the economy of Ukraine.

As a result began to appear the elements of urbanization and industrialization: after the abolition of serfdom increased the population of cities began to operate industrial plants, have earned mine. But the most conspicuous evidence of these changes is the emergence of a new kind of communication – Railways, appeared in these lands as the embodiment of economic, social and cultural change.

A study of economic and historical grounds of formation of transport infrastructure, it was found its place in the national economy of Ukraine.

It is defined that the main features of technical equipment and technological process operational activity, the interdependence between the individual elements and sectors of the transport economy helped to transform the once-backward and agrarian country into an industrial power due to the formation of a strong transport infrastructure.

The study of economic and historical basis for the formation of the transport infrastructure of Ukraine revealed sustainable positive dynamics of transportation, consistent with the main trends of economic development of Ukraine.

Disclosed sources of formation of cargo flows to railway transport, which allows you to identify the causes of the formation of low-traffic segments of railway transport of Ukraine.

Keywords: transport infrastructure, melodiands the site, the efficiency of the transport.

UDC 338.26«313»:65.016(1-773)

Nona Karkuzashvili

COMMUNICATION STRATEGY – ONE OF THE MAJOR BARRIERS FOR SUCCESSFUL STRATEGY EXECUTION IN THE ORGANIZATIONS OF EMERGING COUNTRIES

There are different methods of strategy formation, which has its advantages and disadvantages, though no matter which method will be used for it. The most important for the organization is to execute strategy. According to the experience of various organizations, those who pay an attention to their strategy communication with employees, they manage to realize their vision better. This helps to make it easy to implement it and not only management team is trying to realize it.

Keywords: organizational strategy, communication strategy, execution of strategy.

Есть разные методы формирования стратегии. Каждый подход имеет свои преимущества, и недостатки, хотя независимо от того, какой метод будет использоваться, наиболее важным для организации является выполнение стратегии. По опыту различных организаций, те кто обращают внимание на коммуникацию стратегии со своими сотрудниками, удаётся реализовать свое видение лучше. Это помогает более легко реализовать стратегию компании, потому что не только менеджмент пытается реализовать его.

Ключевые слова: организационная стратегия, коммуникация стратегии, реализация стратегии.

Problem statement. Strategy is a theoretical model of organization development for which realization in practice appropriate mechanism creation and management is necessary. One of them is communicate the strategy with employees. Employees need to know that the company where they are working has a clear strategy where the management understands where they are going very well. This tells to employees to where their company is going, what priorities are and how their work matches with company's future plan. In addition it's critically important that employees' understand company's strategy. Those employees who understand company's strategy – work better. Everyday they make the decisions, which matches to company's long-term vision.

The real priority in the Company has those objectives and directions on which the employee are actively working and spend more resources – material, time and intellectual; And not those tasks that are only defined according the strategy.

There are two main challenges about communication of the strategy; the first challenge is to make sure that the employees are aware of the strategy. The second challenge – is to ensure that people understand the strategy. Therefore, managers should ensure that all key employees are aware of and understand the "what", "why", "how", "when" and "who" of the strategy. Communicating the strategy is about ensuring that every employee in the organization knows and understands the direction in which the organization is sup-

posed to move, in form of the business strategy.

Also, for Modern organizations it is important that initiatives are coming from lower-level employees. One possible solution is to communicate strategy with the employee. Today, in most parts of organizations the initiatives mainly come from the top to the down and not vice versa.

In such cases, the generation of ideas is taken up by the heads. As a result it is followed with a lot of negative consequences. The first is, that there is a lack of ideas, which does not give a chance for selection to choose the best among them. In addition, the ideas coming from the heads, as a rule, have no opponents and almost all of them are implemented, and consequently, most of them are unprofitable and inefficient. However no one is saying it openly, before the results are exposed.

Analysis of recent research and publications. Strategy describes how the organization plans to create value for its stakeholders, customers and generally for citizens (Robert S. Kaplan, David P. Norton, 2004) – what is organization's main destination, why it was created, what are its goals and how it is going to satisfy customers' needs and to achieve its goals.

Strategic are those decisions which effect on organization's development in the long-term period and do not include ongoing operational actions. These are decisions which may stipulate completely different structure formation. Sometimes, on this kind of decisions may influence such external factors as: important changes on the market, government regulations and/or radical changes done by competitors. Sometimes this is stipulated by internal factors – management team changing, organization's financial structure weakening, technological changes and etc.

American professor Peter Drucker (1974) has an interesting idea about strategic planning concept: "Strategic planning does not deal with future decisions. It deals with the futurity of present decisions."

There are different definition of strategy and strategic implementation. Part of researchers has been described strategic implementation as just the execution of a strategic plan (Aaker, 1988), while others have emphasized the control process and personnel delegation of organizational goals (Hrebiniak & Snow, 1984). Charles Noble's (1999) Emphasizes the role of "communication, interpretation, adopted, and enactment of strategic plans" in strategic implementation process. In the words of Hrebiniak (2005): "Execution demands ownership at all levels of management. From C-level managers on down, people must commit to and own the processes and actions central to effective execution. Ownership of execution and the change processes vital to execution are necessary for success. Change is impossible without commitment to the decisions and actions that define strategy execution (...) Execution will fail if no one has skin in the game".

Despite the various interpretations of what strategic implementation means, it is important to recognize the role of human, behavioral dynamics and communications in the execution of organizational objectives.

Unsolved aspects of the problem. Substantial researchers have covered that there is a gap between strategy formulation and strategy execution, moreover, that there is a gap between strategy formulation and strategic communication. According Zook & Allen, 2001 90% of all companies fail to realize their strategic ambitions; Kaplan & Norton (2005) Found that 95% of a company's employees are unaware of, or do not understand its strategy, Axson has established, that (1999) 73% of employees do not have access to the organization's strategic plans. Furthermore, only 42% of managers have access to the organization's strategic plans.

The question – how are people supposed to know what to do, if they don't even know about the strategy in the first place?

Objectives of the study. Identify and study problems of strategy execution,

specifically, strategic communication issues in the modern organizations of emerging countries.

World practice shows that the strategy formulation and implementation approaches are constantly changing and increasingly becoming their perfection, but in the emerging countries this will not have development or being introduced late.

The main material. In order to identify and study problems of strategy execution in the modern organizations of emerging countries, there was conducted a research on the example of Georgian companies. In this research there were participated 59 top-level managers of organizations operating in Georgia and more than 100 employees.

For identification of strategy formation and execution problems in modern Georgian organizations, survey questionnaires were sent directly to organization's top-level managers or those departments supervisors who have information about organization's management systems (for example: planning and control department supervisor).

For research there were selected those organizations (local and foreign private organizations) that exist on the market at least 3 years and they have at least 50 employees. Mentioned criteria was chosen to exclude problems caused because the organization is too young and to make sure that management had time to form management systems and establish it. Frequently in small organizations, where number of employees equals to 20, system errors are not as critical as in large organizations.

According to the data of the National Statistics Office of Georgia the 1042 organizations meet these criteria¹. The companies were selected randomly. In addition, in order to raise the level of representativeness of results, the companies were divided by the number of employees: from 50 to 100, 100 to 500 and companies with more than 500 employees. An equal

number of organizations were selected from each group.

At the same time there was also done organizations' employee survey, and for this was prepared a separate questionnaire. Purpose of employees' research was to recheck the results of top-level managers' survey. More than 100 employees participated in the survey. The research was conducted in the same organizations where top-level managers were surveyed.

Research results turned out to be interesting. One of the basic problems identified regarding strategy execution is that one part of organizations has no strategy formed completely and prepared as a document. Also the declaration of strategy and its proper communication with employees takes place pretty rarely. Though, there are three key components necessary to successful Strategy implementation: relevant structure (Chandler's principle – "Structure follows Strategy" (1962)), resources and, finally, to convince employees (and not forced to accept) to act according to the strategy with the right communication.

Part of organizations has no strategy formed completely and prepared as a document: 80% of organizations, which were surveyed during the research, mentioned that they had formed organization development strategy, though only 27% of them indicated that they had a written strategy. Only 53% of organizations surveyed have strategy prepared as a document.

When strategy is not written this means that organization management takes place on verbal agreements level and decisions taken regarding goals, vision, tasks and their achievement ways stay only in the minds of management team. In addition, when the strategy is not formed in a written way or as a document, achieved agreements and defined goals might be perceived in a different ways by individual manager.

¹ The survey did not cover those organizations who are practicing in the field of education.

It is also difficult to overview and analyze for a certain period what the organization was planning to achieve and what was achieved, or how was delegated strategic tasks – who was responsible for what. It's also complicated the issue of the communication strategy.

For these reasons it is important not to have strategy only agreed verbally, but to form it as a document, as a major destination for the organization to achieve.

The opinion of Robert W. Bradford, who is the president of Center for Simplified Strategic Planning in USA – www.cssp.com, is interesting. According to him the management and the team which is involved in the process of strategic planning finds it difficult to communicate decisions with the employees. This is also complicated by the fact that sometimes management do not want to give information to employees about some parts of the strategy. In addition, it is not desirable to give information about whole strategy to all employees.

In order to make communication process effective, first of all it is necessary to prepare separate document designed specifically for employees. Document should be as short as possible, the most effective can be only 1 page, which will be guided by 15-30 minute informational introductory meetings.

It is also interesting to overview comments from surveyed people regarding this issue. Part of them mentioned that:

- they only have a vision, to where they want to develop their organization;
- they only have the budget;
- they have defined only several major goals, which they should achieve till the end of the year;
- Strategy is a formal document, after its formation it just stays as a document.

Clear description of strategic planning allows us to separate it from business planning, budgeting and marketing strategy. As it is known, strategic planning is the process of choosing specific strategies for defining required resources, attracting

and sharing them for organization's mission and goals in order to ensure organization's effective working in the future.

Strategic plan should describe main decisions taken by management about all the important strategic issues.

For example, the mission of "TBC Bank" is to create new opportunities for the success of people and businesses. Management vision about its development is the following: "with the best employees, strong brand and in diverse innovation channels with outstanding quality:

- The biggest bank in middle and high income people and small and medium sized business segments;
- Main service bank for large companies;
- Leader bank in not resident deposits segment;
- Bank of regional importance"².

"InvestBank" (capital bank) mission and goals are: to create strong, stable and reliable financial institution with team-work and with the support of clients, business partners and all the interested people.

During founding of the bank and defining its development strategy, its management set as their goal to create flexible and dynamic bank institution which completely satisfies the demand of local and foreign entrepreneurs and sole proprietors, provides civilized and profitable environment for business.

Namely, bank is operating to achieve the following goals:

- to protect interested people and clients business interests;
- to satisfy and focus on clients' demands;
- to keep high quality bank service level together with financial increase;
- to ensure service quality and bank stability;
- to ensure financial reliability and stable development;
- to satisfy demand level in the bank management and internal control mechanisms;

² <http://www.tbcbank.ge/web/ka/web/guest/mission-vision>

– to provide transparent bank operations according to international standards and experience³.

The mission and goals of “Legi Group” are to have demandable and competitive offer, to be well-known, innovative and constantly focused on novelties; to establish and retain leader position on the market; to gain customers’ confidence in order to always have satisfied customers with service.

“Legi Group” exists on the market more than 10 years. It has its own enterprises in Tbilisi and Gori, which are equipped with modern machinery. There are 100 specialists employed. The company produces the following products: goffered cardboard, wooden boxes, supplementary packaging materials, paper and etc.⁴.

The goal of Pharmaceutical Company “GPC” is to involve society in health improvement process. Its values are caring, kindness and optimism. Organizations vision is formed as follow: “active by diverse means, to stimulate healthy lifestyle and to foster. Customer needs maximum satisfaction based on progress, innovation and care⁵.”

Declaration of strategy takes place rarely and there is not its proper communication with employees: From research results, communication of strategy with employees is an interesting issue. 90% of Surveyed organizations managers mentioned that company development strategy communication takes place with the help of different methods. However results were different from surveying of

employees – 63% of them mentioned, that they don’t know organization strategy.

Difference between surveys of top-level managers and employees indicates that in the modern organizations which operate in Georgia, proper communication of strategy with the employees takes place very rarely. It is also possible that this is not done with the appropriate method, form and frequency, which reduce employees perception about what information is received, how important is this information for them or it is presented to them only one time and over time they forget about it. Therefore, without effective communications realization, administration, control and amendment of strategy is too difficult.

Robert Kaplan and David Norton (2000) named 4 basic obstacles of strategy execution in their research, out of which one is the issue – communication of strategy. According to research only 5% of employees know and understand organization strategy, which is one of the important obstacles of its implementation.

To create an organization which is focused on strategy it is necessary to consider the following principles (Robert S. Kaplan, David P. Norton, 2004):

- Translate strategy to operational terms;
- Align the organization to the strategy;
- **Make strategy everyone’s everyday job;**
- Make strategy a continual process.

Without effective communication realization, administration, control and correction of strategy becomes very complicated. In the western developed and large organizations even special teams (internal communications teams) are created who are responsible for strategy and employees communication.

Different companies use different methods for this. For example: one of international retailing company Tesco



³ <http://www.investbank.ge/ge/about-bank/our-mission-and-goals>

⁴ <http://www.legigroup.ge/indexmain.php>

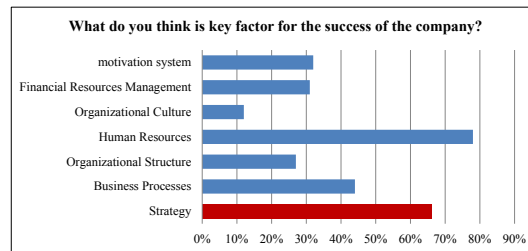
⁵ <http://www.gpc.ge/>



Tesco Steering Wheel

especially for this reason created strategy communication format, which is known as Tesco Steering Wheel and consist of 4 components: consumer, operations, finances and people. With the help of this company consistently reminds its employees about company's priorities.

Overall, research results indicate that top-level managers of companies' operating in Georgia give big importance to strategy formation, at least to have organization development directions. This can be seen not only from the research but from specific questions asked during the research. We asked to managers to indicate 3 the most important factors of company success. According to them – 66% of them named the strategy.



Conclusion. Out of research results we can conclude, that strategy formation culture in the organizations in emerging countries is developing gradually. Managers feel the importance of this and are active in this direction. 82% of surveyed organizations' has quantitative/measurable goals (specific figures they should achieve in a certain period), though they pay less attention to have all these formalized, complete and declared.

Communication has a great importance for the organization's activities and its success. After the formation of the organization's strategy, the relevant employees must be informed, otherwise, they will not understand what to do and why. The best idea, a proposal, a plan will not be implemented without a communication.

References:

1. Peter Drucker, Management: Tasks, Responsibilities, Practices. New York: Harper & Row, 1974.
2. Robert S. Kaplan, David P. Norton, Strategy Maps, Harvard Business School Press, 2004.
3. Robert S. Kaplan, David P. Norton, The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment. Boston, MA: Harvard Business School Press, 2000.
4. <http://www.tbcbank.ge/web/ka/web/guest/mission-vision>
5. <http://www.investbank.ge/ge/about-bank/our-mission-and-goals>
6. <http://www.legigroup.ge/indexmain.php>
7. <http://www.gpc.ge/>

Nona Karkuzashvili

COMMUNICATION STRATEGY – ONE OF THE MAJOR BARRIERS FOR SUCCESSFUL STRATEGY EXECUTION IN THE ORGANIZATIONS OF EMERGING COUNTRIES

There are different methods of strategy formation, which has its advantages and disadvantages, though no matter which method will be used for it. The most important for the organization is to execute strategy.

According to the experience of various organizations, those who pay an attention to their strategy communication with employees, they manage to realize their vision better.

In order to identify and study problems of strategy execution in the modern organizations of emerging countries, there was conducted a research on the example of Georgian companies. In this research, there were participated 59 top-level managers of organizations operating in Georgia and more than 100 employees.

Research results turned out to be interesting. One of the basic problems identified regarding strategy execution is that one part of organizations has no strategy formed completely and prepared as a document – only 53% of organizations surveyed have strategy prepared as a document. Also the declaration of strategy and its proper communication with employees takes place pretty rarely – 63% of employees mentioned, that they don't know organization strategy.

Employees need to know that the company where they are working has a clear strategy and the management understands where they are going very well. Those employees who understand company's strategy – work better. Everyday they make the decisions, which matches to company's long-term vision.

Keywords: organizational strategy, communication strategy, execution of strategy.

УДК 658:621.339.15

Чорній Б.П.

**НАПРЯМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДЖЕРЕЛ
ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ
У ПІДПРИЄМСТВА РОЗПОДІЛЕННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ**

У статті подано авторське тлумачення сутності економічної категорії «інвестиційні ресурси», що дано можливість дослідити існуючу класифікацію інвестиційних ресурсів. Доведено, що основними джерелами інвестування на мікрорівні можуть бути: ендогенні власні фінансові ресурси та екзогенні джерела, що включають залучені й позичкові фінансові ресурси та бюджетні асигнування.

Ключові слова, інвестування, інвестиційні ресурси, підприємства розподілення електроенергії, диверсифікація, залучення інвестиційних ресурсів.

В статье подано авторское толкование сущности экономической категории «инвестиционные ресурсы», что дало возможность исследовать существующую классификацию инвестиционных ресурсов. Доказано, что основными источниками инвестирования на микроуровне могут быть эндогенные – собственные финансовые ресурсы и экзогенные источники, включающие привлеченные, заемные финансовые ресурсы и бюджетные ассигнования.

Ключевые слово: инвестирование инвестиционные ресурсы, предприятия распределения электроэнергии, диверсификация, привлечение инвестиционных ресурсов.

Вступ. Розширення економічного потенціалу підприємств, більш ефективно його використання пов'язано із обґрунтуванням та реалізацією процесу ефективних форм вкладення капіталу – інвестуванням, що забезпечується системою правового регулювання відносин суб'єктів, форм, методів, гарантією прав учасників.

Виявлення класифікації джерел інвестиційних ресурсів видається важливим кроком як з теоретичної, так і з практичної точок зору, адже знаючи закономірності формування інвестиційних ресурсів та їх типів в певних пропорціях, можна підвищити інвестиційну активність і стабільність стану економічної системи в умовах нарощення загроз і ризиків.

Аналіз основних досліджень. Аналізу стану та проблемам залучення інвестиційних ресурсів в підприємства України присвячено чимало спеціальних досліджень і публікацій українських

вчених, а саме і І.О. Бланка, В.В. Бочарова, Г.В. Возняк, М.П. Денисенко, А.І. Дуки, К.В. Ілляшенко, О.Є. Кузьміна, О.О. Охріменко, А.А. Пересади, В.П. Савчука, Т.С. Сомкенко, О.О. Терещенко, Д.М. Черваньова та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Але незважаючи на велику кількість публікацій стосовно залучення інвестиційних ресурсів, проблема залучення та джерел диверсифікації інвестиційних ресурсів досі залишається невирішеною, особливо в сучасних умовах нарощення загроз та ризиків.

Постановка завдання. Метою статті є встановлення напрямів диверсифікації джерел залучення інвестиційних ресурсів для підприємств розподілення електроенергії. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: визначити сутність економічної категорії «інвестиційні ресурси»; дослідити існуючу класифікацію інвестиційних

ресурсів; встановити основні джерела інвестування на мікрорівні.

Результати дослідження. Перед тим як розглядати можливість диверсифікації джерел залучення інвестиційних ресурсів для підприємств доречним, на наш погляд, є з'ясування тлумачення сутності економічної категорії «інвестиційні ресурси».

Проведене дослідження сутності та складу інвестиційних ресурсів дає можливість дати авторське тлумачення з огляду на уречевлений зміст такої економічної категорії, а саме під інвестиційними ресурсами слід розуміти сукупність фінансових, матеріальних, нематеріальних, а також інтелектуальних ресурсів, які використовуються суб'єктами господарювання у процесі їх вкладення в об'єкти інвестування та допомагають перетворити потенціал у капітал, із врахуванням їх ризикованості дія отримання прибутку або досягнення соціального, екологічного та іншого ефекту.

Дане обґрунтування змісту інвестиційних ресурсів дає можливість визначення джерел інвестиційних ресурсів підприємства.

Опрацювання питання класифікації допоможе мобілізувати кошти джерел інвестиційних ресурсів з урахуванням всіх позитивних і негативних моментів, що сприятиме формуванню найбільш прийняттого і сприятливого «портфеля джерел інвестиційних ресурсів».

Необхідно відзначити, що інвестиції класифікуються за [1; 2; 3; 4]:

- метою – прямі і портфельні;
- формою власності – державні, приватні, муніципальні;
- джерелом фінансування – прямі, цільові, договірні;
- ступенем ризикованості вкладення – безризикові і ризикові;
- ожередом національного походження – національні, іноземні;
- об'єктом вкладення -у фізичні, грошові, нематеріальні активи;
- рівнем ліквідності інвестиційних ресурсів – високо-, середньо-, низько-, неліквідні;

- ступенем циклічності отримання доходів – нециклічні і ануїтетні;

- суб'єктами інвестування – фізичні, юридичні особи, держава;

- термінами вкладення – короткострокові, середньострокові, довгострокові;

- джерелом спрямованості – первинні, екстенсивні, реінвестовані;

- натурально речовою формою – у грошовій, фінансовій, матеріальній, нематеріальній формі*.

- видами вкладення – фінансові, реальні;

- областю застосування – галузеві, міжгалузеві тощо.

Не будемо розглядати різні моделі класифікації з визначенням позитивних і негативних сторін кожної з них, але зауважимо, що для здійснення інвестицій потрібні ресурси з різних джерел походження

Отже, основними джерелами інвестування на мікрорівні можуть бути: ендогенні джерела власні фінансові ресурси; екзогенні джерела -залучені фінансові ресурси, позичкові фінансові ресурси та бюджетні асигнування.

Головним джерелом інвестування є ендогенні інвестиційні ресурси підприємства, що формуються за рахунок початкових внесків засновників підприємства, накопичення прибутку, амортизаційних відрахувань, заощаджень трудового колективу, продажі частини активів підприємства, виплат від страхових компаній тощо.

Якісні характеристики ендогенних інвестиційних ресурсів переносять свої властивості на структуру капіталу підприємства розподілення електроенергії.

До позитивних властивостей інвестиційних ресурсів із ендогенних джерел відносяться: швидкість часу та простота прийняття рішення щодо залучення інвестиційних ресурсів на рівні самого підприємства розподілення електроенергії; за сприятливих зовнішніх умов висока можливість виникнення генерування прибутку, оскільки відсутні різні виплати за

використання інвестиційних ресурсів; зниження ризику банкрутства; забезпечення у довгостроковому періоді фінансової стійкості та платоспроможності.

У свою чергу до негативній: властивостей слід піднести: неможливість забезпечення необхідного обсягу/інвестиційних ресурсів у зв'язку з їх обмеженістю; відсутність можливості приросту рентабельності власного капіталу, оскільки неможливо забезпечити збільшення фінансової рентабельності над економічною без залучення інвестиційних ресурсів із екзогенних джерел; інколи висока вартість інвестиційних ресурсів по відношенню до ресурсів з інших джерел.

Інвестиційні ресурси із ендегенного джерела, у свою чергу, можуть бути внутрішньою походження, що складаються з інвестиційних ресурсів які формуються за рахунок: нерозподіленого прибутку; амортизаційних відрахувань; інших внутрішніх джерел підприємства. А також інвестиційні ресурси із ендегенного джерела можуть бути зовнішнього походження, що формуються за рахунок: додаткових внесків пайового або акціонерного капіталу; продажі частини активів підприємства; заощаджень трудового колективу; виплат від страхових компаній; інших ендегенних джерел зовнішнього походження (безоплатно надані матеріальні та нематеріальні активи тощо).

Формування інвестиційних ресурсів із ендегенних як внутрішніх так і зовнішніх джерел є частиною механізму залучення інвестиційних ресурсів, що полягає у забезпеченні необхідного рівня самофінансування підприємства. Залучення інвестиційних ресурсів з ендегенних джерел походження приводить до максимальної фінансової стійкості підприємства, але при цьому обмежує: по-перше, використання фінансових можливостей приросту прибутку по вкладеним інвестиційним ресурсам, по-друге, можливості розвитку підприємства.

Але власні ресурси не задовольняють потреби підприємств у інвестиційних ресурсах та не забезпечують повністю динамічного розвитку потенціалу підприємства, що спонукає до диверсифікації джерел інвестиційних ресурсів із інших екзогенних джерел.

Інвестиційні ресурси залучені з екзогенних джерел походження мають потужний вплив на якісні характеристики капіталу підприємства через їх властивості.

До позитивних властивостей інвестиційних ресурсів із екзогенних джерел походження можна віднести:

забезпечення зростання фінансового потенціалу підприємства розподілення електроенергії при розширенні його активів та господарської діяльності;

можливість генерувати приріст фінансової рентабельності; більші можливості залучення інвестиційних ресурсів тощо. До негативних властивостей можна віднести;

появу фінансових ризиків, тобто збільшення ризиків зниження фінансової стійкості та зменшення платоспроможності підприємства;

складність залучення інвестиційних ресурсів з екзогенних джерел; зменшення норми прибутку за рахунок виплат за залучений капітал; залежність вартості залучення інвестиційних ресурсів з екзогенних джерел від коливань фінансового ринку та сучасних умов загроз та ризиків.

Отже, фінансові ресурси залучені з екзогенних джерел з одного боку призводять до більш високого фінансового потенціалу (та фінансової рентабельності за рахунок диверсифікації джерел інвестиційних ресурсів, а з іншого, сприяють появі фінансових ризиків та банкрутству підприємства.

Висновки. Отже, для розвитку підприємств розподілення електроенергії в сучасних умовах нарощення загроз та ризиків при залученні інвестиційних ресурсів важливою задачею до визначення такого сполучення ендегенних

та екзогенних інвестиційних джерел яке максимізує вірогідність досягнення мети підприємства розподілення електроенергії, а саме його стабільний економічний розвиток, що, у свою чергу, висуває певні вимоги до якісних та кількісних характеристик інвестицій, залучених з різних джерел.

У зв'язку з обмеженістю ендогенних джерел підприємств розподілення електроенергії в сучасних умовах нарощення загроз та ризиків все більшого значення набувають екзогенні джерела. А коли мова йде про комунальні підприємства, актуальними та перспективними є бюджетні асигнування.

Список використаних джерел:

1. Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента / И.А. Бланк // 2-е изд. перераб. и доп. – К.: Ольга, Ника-Центр, 2006. – 552 с.
2. Охріменко О.О. Детермінанти інвестиційного забезпечення: принципи, механізм, ефективність / ОО. Охріменко, І.М Манаєнко // Економіка розвитку – 2014. – № 1(69). – С. 34-40.
3. Покатаєва К.П. Інвестиційна діяльність підприємств у глобальному середовищі: методичний інструментарій управління / К. П. Покатаєва; М-во освіти і науки України, Харк. нац. автомоб.-дор. ун-т. – Х. – ХНАДУ, 2009. – 167 с.
4. Сорока Л.М. Економічна сутність інвестицій та теоретичні основи інвестування (Електронний ресурс) Л. М. Сорока // Ефективна економіка: наук. флх. ід., 2014. – Режим доступу: <http://www.econotPv.navka.com.ua>

Chomie B.P.

DIRECTIONS DIVERSIFY SOURCES OF INVESTMENT ATTRACTION IN THE VENTURE ELECTRICITY

The article determined that the under investment intercession is the sum of financial, material and non-material, and intellectual resources used by business entities in the problems: of attachment in investment objects are to and assist the conceit potential in capital, taking into account their risk for achieving social, environmental aid other effects.

This content substantiation of investment resources enables the identification of sources of the investment resources.

It is proved, that the main sources of investment at the micro level can be: the endogenous sources – their own financial resources; the exogenous source: attracted financial resources, loan financial resources and budget allocations.

The main source of investment is the endogenous resources investment company, which formed by the original founders of the company contributions, accumulation of profits, depreciation, labor collective savings, sales of assets, payments from insurance companies and others.

Qualitative characteristics of endogenous resources is transferred its investment properties at the capital structure of the electric energy enterprise distribution.

Positive properties of investment resources from the endogenous sources to the enterprise are identified.

However, it was established, that their resources do not satisfy the needs of investment resources and do not provide full dynamic potential of companies, which leads to the diversification of sources of investment resources from other exogenous sources

It is proved, that investment funds drawn from exogenous sources have a powerful influence on the quality characteristics on the company capital through their properties.

The positive properties of investment resources from the exogenous sources are including: ensuring the growth of the enterprise financial potential by electric energy distribution in expanding its assets and business activities, the ability to generate financial growth of profitability; more opportunities to attract investment resources and so on.

The negative properties are including: the emergence of financial risks, risk reduction, that increase stability and reduce financial solvency; the difficulty attracting investment resources from the exogenous sources; reduce profit margins through payments on borrowed capital: the dependence of the value of investment attraction from the exogenous sources from fluctuations the financial market conditions and the current threats and risks.

Therefore, the financial resources drawn from the exogenous sources on one side lead to higher financial capacity and financial profitability through diversifying the sources of investment resources, on the other side, contributing to the financial risks and bankruptcy.

It was established, that in modern conditions of increasing threats and risks when involved investment resources, for the development enterprise distribution of electric energy the important task is determination of such combination of endogenous and exogenous investment sources, which maximizes the achievement of the objective of the enterprise distribution of electric energy, namely its stable economic development, which in turn certain requirements to qualitative and quantitative characteristics of investments attracted from various sources.

Due to limited endogenous sources of electricity distribution enterprises in modern conditions increasing threats and risks, becoming increasingly important the exogenous source.

Keywords: investment, investment funds, companies electricity, diversification of investment attraction.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 658:330

Верхоглядова Н.І., Коваленко Є.В.

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто та проаналізовано основні теоретичні підходи до визначення категорії «потенціал». Розглянуто переваги та недоліки підходів. Визначено основні розбіжності та сформований висновок щодо сутності категорії.

Ключові слова: потенціал, сутність потенціалу, конкурентоспроможність потенціалу, підходи, потенціал галузі.

В статье рассмотрены и проанализированы теоретические подходы к определению категории «потенциал». Рассмотрены преимущества и недостатки подходов. Определены основные несовпадения и сформирован вывод по поводу сущности категории.

Ключевые слова: потенциал, сущность потенциала, конкурентоспособность потенциала, подходы, потенциал отрасли.

Постановка проблеми. Сучасний стан економіки України та проблеми, що існують у теперішній час, висувають перед її структурними ланками принципово нові вимоги, однією з яких є забезпечення конкурентоспроможності потенціалу окремих галузей, у тому числі і будівельної галузі. Формування конкурентоспроможності потенціалу галузі має прямий зв'язок із його можливостями. Тож, для успішного вивчення цієї проблеми доцільно перш за все визначити сутність потенціалу галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематикою визначення категорії «потенціал» у різні часи займалися багато вчених, серед них такі науковці, як Н. Побережна, І. Лукінов, А. Онищенко, Б. Пасхавер, Е. Фігурнов, В. Гусаков, А. Анчишкін, Л. Костирко, Л. Абалкін, К. Воблий, А. Воронов, О. Федонін, І. Репіна, О. Олексик, І. Оленко, І. Должанська, Т. Загорна, С. Радько, І. Ансофф, О. Гетьман, В. Шаповал, Г. Герасимчук, Р. Марушков, Л. Сосненко, В. Ковальов, О. Вол-

кова, М. Іванов, Ю. Одегов, К. Андреев, Б. Мочалова, Л. Ревуцький, Є. Лапіна, Б. Бачевський, І. Заблоцька, О. Решетняк та інші.

Постановка завдання. Метою роботи є вивчення теоретичних підходів до визначення категорії «потенціал».

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогоднішній день термін «потенціал» широко використовується в економічній літературі, тому доцільно детально вивчити його сутність. При вивченні сутності будь-якого поняття необхідно приділити належну увагу дослідженню його етимології. Щодо терміну «потенціал», то більшість вчених погоджуються з тим, що він походить або від латинського слова «potencia», що означає «сила», «можливість», «напруга», або від французького слова «potentiel», що перекладається як «здатний». Таким чином, терміни «потенціал», «потенціальний» означають наявність у кого-небудь або чого-небудь прихованих можливостей, що досі не виявлені, або здатність діяти в певних сферах [1, с. 137].

У Великому тлумачному словнику потенціал визначається як «засоби, запаси, джерела, що є в наявності й можуть бути мобілізовані, приведені в дію, використані для досягнення певної мети, здійснення плану, вирішення будь-яких завдань; можливості окремої особи, суспільства, держави в певній сфері» [2, с. 98]. Тлумачний словник української мови під цим терміном розуміє «приховані можливості, сили для якої-небудь діяльності, що можуть виявитися за певних умов» [3, с. 286].

Таке широке трактування сутності потенціалу дає змогу застосовувати його в різних галузях науки та діяльності людини, залежно від того, які засоби, запаси та джерела, приховані можливості та сили мають на увазі [4, с. 152].

З огляду на це, у сучасній науковій літературі поняття «потенціал» знайшло широке застосування. Так, на сьогодні практично немає об'єкта, відносно якого б не використовувалося визначення потенціалу. Воно використовується як в природничих та гуманітарних науках, так і в економіці [5, с. 91].

Як справедливо зазначено у працях вчених, економічна наука запозичила термін «потенціал» з фізики, де він означає кількість енергії, яку накопичила система і яку вона спроможна реалізувати в роботі [6, с. 125-140].

Вперше цей термін в економічній науці було використано ще на початку минулого століття, проте у широкий вжиток серед науковців-економістів він увійшов лише у 80-90-х роках. Саме цей період відзначився підвищеною увагою науковців до різних аспектів цього поняття [7, с. 84-88]. Дослідження думок науковців щодо сутності поняття «потенціал», представлених у сучасній економічній літературі, дає змогу виділити основні п'ять підходів до його трактування (таблиця 1).

Першим та найбільш розповсюдженим підходом до трактування поняття «потенціал» є ресурсний підхід, згідно з яким потенціал представляє собою

сукупність наявних ресурсів, якими володіє певна соціо-економічна система. Представниками цього підходу є І. Лукінов, А. Онищенко, Б. Пасхавер, Е. Фігурнов, В. Гусаков, А. Анчишкін, Л. Костирко, Л. Абалкін, Д. Черніков, С. Белова, В. Авдеєнко, В. Котлов, В. Архипов, В. Вейц, Д. Шевченко, В. Архангельський, В. Хомяков, І. Бакум, І. Репіна, С. Шумська, В. Немчинов, І. Гуніна, Н. Краснокутська, Ю. Сазонов, Н. Завізна, Б. Райзберг, Л. Лозовский, Е. Стародубцева, О. Горяча.

І. Лукінов, даючи визначення потенціалу, акцентує увагу на тому, що він характеризується кількістю та якістю ресурсів, якими володіє та або інша господарча система [8, с. 39-40]. Такої ж думки щодо сутності потенціалу дотримуються А. Онищенко та Б. Пасхавер [8, с. 39-40]. Представник першого підходу Е. Фігурнов трактує потенціал як характеристику ресурсів виробництва, кількісних і якісних їх параметрів, що визначають максимальні можливості суспільства по виробництву матеріальних благ в кожний даний момент. Подібні визначення дають Л. Абалкін та В. Гусаков [9, с. 89].

За визначенням А. Анчишкіна, потенціалом можна вважати набір ресурсів, які в процесі виробництва приймають форму факторів виробництва. Як органічне сполучення технічних, організаційних, управлінських та результативних факторів виробництва трактує потенціал Л. Костирко [10, с. 78-84].

Д. Черніков та С. Белова визначають потенціал як сукупність ресурсів без урахування їх реальних взаємозв'язків, які складаються в процесі виробництва [11, с. 88-96]. Натомість В. Авдеєнко та В. Котлов трактують потенціал як складну систему ресурсів виробництва, які знаходяться у взаємозв'язку та взаємозалежності.

Як узагальнену характеристику системи ресурсів, до складу якої входять виробничі фонди, кадри, ресурси управління та організації виробництва, а також науково-технічна інформація,

Таблиця 1

Підходи до трактування поняття «потенціал»

Підхід	Сутність потенціалу	Представники	Переваги	Недоліки
Ресурсний	сукупність наявних ресурсів, якими володіє певна соціо-економічна система	І. Лукінов, А. Онищенко, Б. Пасхавер, Е. Фігурнов, В. Гусаков, А. Анчишкін, Л. Костирко, Л. Абалкін, Д. Черніков, С. Белова, В. Авдеєнко, В. Котлов, В. Архипов, В. Вейц, Д. Шевченко, В. Архангельський, В. Хомяков, І. Бакум, І. Рєпіна, С. Шумська, В. Немчинов, І. Гуніна, Н. Краснокутська, Ю. Сазонов, Н. Завізіна, Б. Райзберг, Л. Лозовський, Е. Стародубцева, О. Горяча	враховує ресурсну його складову як базу для формування потенціалу	не враховуються інші складові потенціалу, а також не конкретизуються результати, які можуть бути отримані в перспективі
Функціональний	можливості виконувати певні функції (здійснювати виробничу діяльність, виготовляти матеріальні блага, задовольняти суспільні потреби)	К. Воблій, А. Воронов, О. Федонін, І. Рєпіна, О. Олексик, І. Оленко, І. Должанська, Т. Загорна, С. Радько, І. Ансофф, О. Гетьман, В. Шаповал, Г. Герасимчук	враховує можливість, які має господарська система, що дають їй спроможність виконувати певну, конкретизовану функцію	ігноруються складові потенціалу
Цільовий	здатність досягати поставлених цілей	Р. Марушков, Л. Сосненко, В. Ковальов, О. Волкова, М. Іванов, Ю. Одегов, К. Андреев	цільова орієнтація потенціалу	не конкретизуються ресурси та можливості, які є необхідними для досягнення поставлених цілей та можливих результатів
Результативний	отриманий результат за певних умов	Б. Мочалова, Л. Ревуцький, Є. Лапіна, Б. Бачевський, І. Заблоцька, О. Решетняк	окреслює результати, що можуть бути отримані в перспективі	не приділяється увага складовим
Діяльнісний	сукупність відносин між суб'єктами господарювання з приводу створення матеріальних благ і послуг	Л. Самоукін, М. Чумаченко	врахування взаємодій син у ході формування та використання потенціалу	неврахування складових потенціалу

визначає потенціал В. Архипов. Схожим є визначення потенціалу В. Вейц та О. Горячої.

Дещо ширшим є визначення, запропоноване у роботі Д. Шевченка, згідно з яким потенціал характеризує сукупність виробничих ресурсів, об'єднаних у процесі виробництва та таких, що мають певні потенційні можливості у сфері виробництва матеріальних благ та послуг. Близьким є визначення потенціалу, надані В. Архангельським, В. Хомяковим та І. Бакум.

Б. Райзберг, Л. Лозовский, Е. Стародубцева зазначають, що потенціал – це наявні і потенційні можливості виробництва, наявність факторів виробництва, забезпеченість його визначальними видами ресурсів.

Найбільш широке визначення потенціалу в рамках першого підходу наводить І. Репіна. На її думку, потенціал – це сукупність ресурсів (трудових, матеріальних, технічних, фінансових, інноваційних тощо), навичок і можливостей керівників, спеціалістів та інших категорій персоналу щодо виробництва товарів, здійснення послуг (робіт), отримання максимального доходу (прибутку) і забезпечення сталого функціонування та розвитку підприємства [12, с. 54-64].

С. Шумська визначала потенціал як сукупність накопичених ресурсів та їх використаних і невикористаних потенційних можливостей у сфері виробництва матеріальних благ та послуг з метою найбільш повного задоволення потреб суспільства. Як ресурсні можливості національної економіки для здійснення економічного зростання визначає потенціал В. Немчинов [13, с. 73-77].

До першого підходу може бути віднесено трактування потенціалу, запропоноване Н. Краснокутською, І. Гуніною, Ю. Сазоновим, Н. Завізеною, Е. Горбуновим та А. Шереметом.

Перевагою ресурсного підходу до трактування сутності поняття «потенціал» є те, що він враховує ресурсну його складову як базу для формування

потенціалу. Водночас у рамках ресурсного підходу не враховуються інші складові потенціалу, а також не конкретизуються результати, які можуть бути отримані в перспективі.

Другий підхід до трактування сутності поняття «потенціал» може бути умовно названий функціональним. За цим підходом потенціал представляє собою можливості виконувати певні функції (здійснювати виробничу діяльність, виготовляти матеріальні блага, задовольняти суспільні потреби). Представниками цього підходу є К. Воблий, А. Воронов, О. Федонін, І. Репіна, О. Олексик, І. Оленко, І. Должанська, Т. Загорна, С. Радько, І. Ансофф, О. Гетьман, В. Шаповал, Г. Герасимчук.

К. Воблий визначає потенціал як потенційну можливість країни виробляти матеріальні блага для задоволення потреб населення. На думку А. Воронкової, потенціал являє собою сукупність вартісних та натурально-речовинних характеристик виробничої бази, яка виражається в потенційних можливостях виробляти продукцію певного складу, технічного рівня і якості в необхідному обсязі [13, с. 73-77].

О. Федонін, І. Репіна, О. Олексюк трактують потенціал як інтегральне відображення (оцінку) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи у такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси.

І. Отенко характеризує потенціал не лише як діалектичну єдність можливостей, але й як процеси їхньої реалізації. На думку цього автора, потенціал відображає здатності робітників підприємства пізнавати та створювати можливості, інтегруючи у просторі й часі процеси трансформації усіх видів ресурсів для виробництва матеріальних благ і послуг [12, с. 54-64].

І. Должанська та Т. Загорна стверджують, що потенціал представляє собою реальну або ймовірну здатність

виконувати цілеспрямовану роботу. На думку С. Радько, потенціал є відображенням сукупної можливості трудового колективу для виконання поставлених перед ним завдань. І. Ансофф визначає потенціал як спроможність комплексу ресурсів економіки виконати поставлені перед ним завдання [10, с. 78-84].

О. Гетьман та В. Шаповал стосовно виробничого потенціалу дають визначення як можливостей підприємства щодо виготовлення продукції певного асортименту, номенклатури і якості у потрібній споживачам кількості. Г. Герасимчук визначає потенціал як максимальні можливості об'єкта функціонування з урахуванням чинників впливу шляхом раціонального використання усіх видів ресурсів для досягнення потенційних цілей [13, с. 73-77].

Перевагою другого підходу є те, що він враховує можливості, які має господарська система, що дає їй спроможність виконувати певну, конкретизовану функцію. Водночас у рамках цього підходу ігнорується ресурсна складова потенціалу.

Згідно з третім підходом, який може бути названий цільовим, потенціал характеризується здатністю досягати поставлених цілей. Представниками цього підходу є Р. Марушков, Л. Сосненко, В. Ковальов, О. Волкова, М. Іванов, Ю. Одегов, К. Андреев.

Р. Марушков визначає потенціал як здатність підприємства забезпечувати своє довгострокове функціонування та досягнення стратегічних цілей на основі використання системи наявних ресурсів. Аналогічне визначення наведено у працях Л. Сосненка.

В. Ковальов та О. Волкова характеризують потенціал як здатність підприємства досягати поставлених перед ним цілей, використовуючи наявні матеріальні, трудові та фінансові ресурси. М. Іванов, Ю. Одегов та К. Андреев визначають потенціал як систему матеріальних та трудових факторів, що забезпечують досягнення мети виробництва [13, с. 73-77].

Перевагою третього підходу є цільова орієнтація потенціалу. Проте в рамках цього підходу часто не конкретизуються ресурси та можливості, які є необхідними для досягнення поставлених цілей, і можливі результати.

Четвертий підхід передбачає розгляд потенціалу з точки зору можливого за певних умов отримання результату в перспективі. Представниками цього підходу можна вважати Б. Мочалова, Л. Ревуцького, Є. Лапіна, Б. Бачевського, І. Заблоцьку, О. Решетняк.

Так, Б. Мочалов стверджує, що потенціал країни, галузі, підприємства характеризується обсягом виробництва матеріальних благ та послуг, які можна досягнути в перспективі, при оптимальному використанні наявних ресурсів [13, с. 73-77].

Л. Ревуцький, досліджуючи номінальний виробничий потенціал, трактує його як об'єм робіт в приведених одиницях виміру витрат праці (нормо-години), який може бути виконано упродовж деякого періоду (наприклад, року) основними виробничими робітниками на базі наявних виробничих фондів при двох-трьох-змінному режимі роботи та оптимальній організації праці та виробництві [14, с. 14-16].

Є. Лапін стверджує, що економічний потенціал підприємства відображає реальну, фактичну здатність до створення максимального обсягу матеріальних благ з урахуванням конкретних ресурсних обмежень, збалансованості трудових та матеріальних ресурсів.

Б. Бачевський, І. Заблоцька, О. Решетняк визначають потенціал як його властивість забезпечити очікуваний суб'єктом оцінки позитивний (або негативний) результат в існуючій системі зовнішніх обмежень з урахуванням здатності носія до розвитку [12, с. 54-64].

Перевага четвертого підходу в тому, що він окреслює результати, що можуть бути отримані в перспективі. Однак не приділяється увага його складовим.

За п'ятим підходом, потенціал визначається сукупністю відносин між

суб'єктами господарювання з приводу створення матеріальних благ і послуг. Представником цього підходу є Л. Самоукін, який трактує потенціал як виробничі відносини, що виникають між окремими працівниками, трудовими колективами, а також управлінським апаратом з приводу повного використання їхніх здібностей зі створення матеріальних благ і послуг. М. Чумаченко визначає потенціал як відносини, що виникають на підприємстві з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату [15, с. 56-61].

Перевага п'ятого підходу у врахуванні взаємовідносин у ході формування та використання потенціалу. Недоліком є неврахування складових потенціалу.

Висновки з проведеного дослідження. Аналізуючи вивчені матеріали, праці вчених, що розглядали категорію «потенціал», можемо зазначити,

що потенціал – це наявні або приховані сукупні можливості, ресурси, запаси або джерела, що використовуються чи можуть бути використані для досягнення певної мети. З одного боку, потенціал – це наявні можливості та ресурси, що є в наявності, з іншого – це невикористані можливості. Проаналізувавши існуючі підходи до визначення сутності поняття «потенціал», можна погодитися, що основним критерієм і невід'ємною частиною трактування потенціалу є ресурси або їх система; загальна характеристика потенціалу як економічної категорії з часом змінюється, розширюється та трансформується; немає однаковості щодо визначення категорії «потенціал» як узагальнюючого поняття та є підміна поняття «потенціал» його окремими видами, коли аналіз переходить із загальнотеоретичної сфери у сферу прикладних розрахунків.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Толковый словарь ruLib.info [Електронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rulib.info/default.htm>.
2. Прохоров А.М. Большой энциклопедический словарь / А.М. Прохоров. – М. : Большая Российская Энциклопедия ; СПб. : Норинт, 2004. – 1456 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / За ред. В.Т. Бусел. – Київ, Ірпінь : ВТФ Перун, 2005.
4. Економічний словник / За ред. П.І. Баргія, С.І. Дорогунцова. – К. : Головна редакція УРЕ, 1973. – 623 с.
5. Степанов А.Я. Категория «потенциал» в экономике [Електронный ресурс] / А.Я. Степанов, Н.В. Иванова. – Режим доступа : <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a66.htm>.
6. Игнатенко Н.Г. Природно-ресурсный потенциал территории: Географический анализ и синтез / Н.Г. Игнатенко, В.П. Руденко. – Львов, 1986. – 164 с.
7. Гуляк Р.Е. Розробка методологічних принципів економічної діагностики та їх застосування при створенні механізму діагностики розвитку ресурсної компоненти економічного потенціалу міста / Р.Е. Гуляк // Економіка та держава. – 2011. – № 6. – С. 84-88.
8. Чаленко А. О неопределенности понятия «потенциал» в экономических исследованиях / А. Чаленко. – Луганск : Проблемы экономической теории, 2011. – С. 39-40.
9. Абалкин Л.И. Новый тип экономического мышления / Л.И. Абалкин. – М. : Экономика, 1987. – 192 с.
10. Цимбал О.І. Сутність та підходи щодо оцінювання трудових ресурсів потенціалу промисловості в контексті регіону / О.І. Цимбал, О.О. Лукашов // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – № 5. – С. 78-84.
11. Черников Д.А. Эффективность использования производственного потенциала и конечные народнохозяйственные результаты / Д.А. Черников // Экономические науки. – 1981. – № 10. – С. 88-96.
12. Краснокутська П.Е. Дефініція поняття «потенціал підприємства» в контексті розвитку мікроекономічної теорії / П.Е. Краснокутська // Вісник КНТЕУ. – 2008. – № 5. – С. 54-64.

13. Березюк Ю. Б. До питання аналізу сутності економічної категорії потенціалу / Ю. Б. Березюк // Економіка АПК. – 2011. – № 1. – С. 73-77.
14. Матковський Р.Б. Виробничий потенціал / Р.Б. Матковський. – К. : Видавничий центр «Академія», 2001. – Т. 1. – С. 196.
15. Бикова В.Г. Фінансово-економічний потенціал підприємств загальнодержавного значення – оцінка та управління / В.Г. Бикова, Ю.М. Ряснянський // Фінанси України. – 2005. – № 6. – С. 56-61.

Verhogliadova N.I., Kovalenko E.V.

THE ANALYSIS OF APPROACHES TO DEFINITION THE ESSENCE OF POTENTIAL OF ENTERPRISES

The current state of Ukraine's economy and problems that exist in the present, to put forward its structural units fundamentally the new requirements, one of which is to provide the competitiveness of the potential of specific industries, including the construction industry. Forming competitive- ness potential field has a direct relationship with its capabilities. So, for the successful studying this problem it is useful, first of all, to define the essence of potential. Today, the term "potential" is widely used in the economic literature, so it makes sense to study in detail its essence. The subject of the definition of "potential" at various times engaged many scientists. In general, the terms "potential" means the presence of someone or something hidden opportunities that are still not identified, or ability to operate in certain areas. Such a broad interpretation of the essence the potential allows use it in various fields of science and human activities, depending on what tools, supplies and sources, hidden possibilities and power are implied. Taking this into account, the concept of "potential" is widely used in the modern scientific literature. It is used in natural sciences and the humanities, and the economy.

The analysing the opinions of scientists about the nature of the concept of "potential", presented in modern economic literature, allows us to identify five basic approaches to its interpretation. They are approaches based on resources, functions, goals, results and activities. We studied plusses and minuses of all approaches and made our decision about each of them. After analysing the existing approaches to defining the essence of the concept of "potential", we may agree that the main criterion and an essential part of the interpretation of "potential" are resources or system of resources. General description of the potential as an economic category changing over time, expanding and transforming and there is no consensus on the definition of "potential" as a summarizing concepts and there is the substitution of the concept of "potential" with his individual species when the analysis moves from general theoretical areas towards applied calculations.

Keywords: potential, essence of potential, competitiveness of potential. approaches, potentials of branch.

UDC 339.18:338.439.224(477)

Irtyshcheva I.O., Yakovleva I.G.

**LOGISTICS INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT
IN UKRAINE MARITIME ECONOMY**

У статті обґрунтовано основні стратегічні орієнтири функціонування логістичної інфраструктури в морегосподарському комплексі України. Досліджено сучасний рівень розвитку логістичної інфраструктури України, проаналізовано обсяги вантажоперевезень, в тому числі морськими шляхами. Визначено перспективи розвитку логістичної інфраструктури в морегосподарському комплексі України.

Ключові слова: морегосподарський комплекс, стратегічні орієнтири, логістична інфраструктура, національна економіка, стратегії економічного розвитку.

В статье обоснованы основные стратегические ориентиры функционирования логистической инфраструктуры в морехозяйственном комплексе Украины. Исследовано современный уровень развития логистической инфраструктуры Украины, проанализировано объемы грузоперевозок, в том числе морскими путями. Определены перспективы развития логистической инфраструктуры в морехозяйственном комплексе Украины.

Ключевые слова: морехозяйственный комплекс, стратегические ориентиры, логистическая инфраструктура, национальная экономика, стратегии экономического развития.

Introduction. Modern logistics infrastructure marine economy Ukraine is characterized by a low level of development, significant price disparities, high levels of monopolization. In this regard, the priority measures of national policy towards the development of the industry, should be the development of infrastructure, formation of equal economic relations between the parties; provision of market information system, establishment of a national marketing information system.

Analysis of recent research and publications. Scientific and theoretical framework for infrastructure formed such foreign and domestic scientists as: M. Belenky, A. Borodin, T. Bronstein, Hladiyem M. Ermakova O. Zlupko S., H. Singer, Yohymsonom R., B. Krasnopol'skym, V. Krasovsky, cruise E. Kuznetsov A. Nosov S., Rozenshteyn-Rodan, R., Y. Yudin, A. Yanhson and others. Currently, special importance is the logistics infrastructure is in marine economy, because its operation can provide a con-

tinuous chain in which leakage may occur all necessary logistical operations of material flows.

Setting objectives. The aim of the research was to study the current state and prospects of development of logistics infrastructure in the maritime economy of Ukraine.

The main material research. Ukraine has an advantageous geographical position in the heart of Europe, access to the sea and large rivers shipping that, in general, determines its high transit potential.

Infrastructure Logistics is connecting unit between sectors of production and market infrastructure and on priority investment attractiveness. Logistics infrastructure plays a basic role in the formation and development of market economy, the national economy provides a transition to sustainable development.

The main factor behind the rapid introduction of logistics in the global economy include: the rapid development of information technology and personalization

of computers; globalization of markets; structural changes in the organization of business; spread the philosophy of quality management [1, p. 23].

In fact, the active development of the global economy demands advanced search trends growth. One of them, in our opinion, is to create a logistics infrastructure both at macro and micro level. Conceptually, specialization Ukraine as a transit country follows the modern economic factors, namely:

- The rapid growth of the volume of trade between Europe and Asia and handling of sea routes;
- Creation of new corridors in which Ukraine would be logical link;
- The growth of containerization of cargo in the world.

Ukraine seaport capacity is 185 mln. Tons / year, the Dnieper and Danube are able to transport cargo from North to South and European countries [2].

Classical economics has traditionally not provided adequate value allocation of infrastructure units and designing infrastructure network as a whole. Early economic studies supply and demand difference between the cost of accommodation infrastructure and transportation costs, or taken to be zero or considered the same for all competitors. Meanwhile, the number, size and geographical location of facilities used in logistics directly affect the level of costs and customer service. Designing network infrastructure – very first duty of logistics management for the network delivers products and materials to consumers [3].

Typical objects logistics infrastructure owned manufacturing plants, warehouses, loading and unloading terminals and retail stores. Determining the required number of objects of each type, geographic location and economic functions is an essential element of all activities on formation (design) logistics infrastructure. In special cases, conduct operations in such undertakings can be transferred to outside specialists, manufacturing related services. Regardless of who actually per-

forms the work, all the infrastructure unit should be considered in the management as integrated elements of the logistics system of the company.

Getting to the formation of the logistics infrastructure necessary to determine the number and location of each type of units (objects) required for the logistics functions. Also, you need to determine how many and which stocks should be kept at each facility and where customers place orders for supplies. Infrastructure forms the frame on which a logistics system and its work. Because of this, Infrastructure includes information and transportation facilities. Some functions, such as handling customer orders, inventory management or cargo, performed within the logistics infrastructure.

Accordingly, in a general sense the formation of logistics infrastructure should be based on the principles of rationality, consistency, comprehensiveness, balance of interests of the market, focus on customer satisfaction, environmental security implemented and existing facilities.

Thus, according to foreign sources, the use of scientifically based methods can reduce logistics costs by 20%, inventories – by 30-70%, reduce the hours of goods turnover by 20-50% [4, p. 147]. Obviously, there is a real reserve of production efficiency, however, a number of objective and subjective reasons, logistical methods we used enough. In addition, today the segment of transport logistics in global GDP is approximately 7% and is estimated at 2.7 trillion. dollars. US [5, p. 24].

Insufficient development of logistics, general logistics and infrastructure, in particular, confirm and analyzes the World Bank. This institution, promoting the development of trade and transport in Ukraine, explores issues of transport, customs, logistics and technological support foreign trade, identifying strengths and weaknesses of the environment in which the logistics activities. In the current conditions of the global economy trading ports act as glue in the movement of goods and is also the industrial and commercial

centers of distribution of goods and information support system of production and distribution of goods. Reserve intensification in market conditions favor lohisty river ports.

The main strategy in reforming the port of river ports should be integration strategy – aimed at the formation of transport logistic chains and cargo flows from their origin to the final consumer. Under the direction of integration is divided into forward and backward. The first type of integration ("forward integration") provides for consolidation of port activities with organizations towards trade flows from ports to the final consumer, the second type ("backward integration") focuses on the association of organizations active in the area from cargo origin to port.

Study of the main characteristics of the development of the port sector in developed economies allows us to formulate the main directions of development of river ports of Ukraine with the peculiarities of Ukrainian economy. These include diversification of river trade ports, which is in the area of external functions, ie those functions that are sold directly to customers ports. Processes related diversification, especially with the emergence in the port area of significant number of new enterprises and organizations, mostly small and medium, which should provide customers with new services and ports to expand the range of traditional services. Certainly the role and importance of the port as an important hub connections of water and ground transport traditionally dependent on the port location and level of economic development and transport network in the region. But with the advent and development of multimodal service caused by outsourcing, the role of ports in the global economy is becoming more significant.

Reform and port activities, especially commercial activities. This area includes the separation of business and government functions, widely observed in the practice of foreign ports. Building on areas close to the port companies and

organizations that will provide industrial, trade, information, financial and other services to vehicle owners in excess of those included in the concept of port activity.

Creating a zone in the port industry or providing other business entities to create such companies, the port creates conditions for increasing its turnover and promotes economic development situated next to it regions.

Formation of a developed economic infrastructure in the port area (banks, insurance companies, consulting firms and the like) is also an important factor in attracting cargo to the port and increase its competitiveness. Development in the port area of a network of small businesses that provide freight forwarding, agency, brokerage, crewing and other services. Small business in the field of port service fits in the market structure of the port sector is a necessary condition for its existence and development in market conditions.

Formation of efficiently functioning port community that is created as an association of professional organizations taking part in the reception of ships, handling of cargo at the port, import and export of goods from the port, working in the port area to create added value products as well as major cargo owners or their representatives who are exposed to the economic impact of the port. It shall be submitted interests of all economic and administrative entities operating in the port area, or related to the port, whether public or private.

Improvement of port marketing as the most important factor in improving the competitiveness of the port. The main aspects of modern port marketing include: information-analytical, research and advertising and propaganda.

Distribution river ports activity consists of:

- The distribution of goods, ie the process of transportation;
- The distribution of information.

The first component requires the creation of a port infrastructure which provides conditions for the continuity of the transpor-

tation process, storage of goods unrelated to the technology of handling, performance, packaging and other similar works, execution of relevant documents. The second component – the development of communications infrastructure, which would have created the conditions for storage, processing and transmission of information;

Establishment of annual port hubs, which will be the link between producers and consumers. Convert river ports in cargo distribution centers due to the presence of existing large storage areas and access roads transport (rail and road).

The above areas of river ports in general reflect the potential for affecting the main activity of ports that will change the future role of ports and turn them from serving the central element in the logistics transport process and facilitate the integration of Ukraine into the European economy.

Overall, modern logistics infrastructure is characterized by several trends: minimizing costs associated with transportation, storage, customs document, which

updates the management and marketing, which in turn increases the demand for logistics services and warehouse real estate; increasing demand for high quality logistics services; reduce production costs through logistics and timing between stages of production and consumption. The negative factors affecting the development of the market of logistics services is dissatisfaction demand for warehouses and insufficiently developed transport infrastructure and a lack of qualified personnel in logistics. [10]

Conclusions and prospects for further research. In a globalized national economy has strategic priority is the development of marine economy. Transforming its logistics infrastructure should be based on a systems approach that includes study of its development strategy and detail a strategic and current plans for the macro and micro level. The main result of the logistic infrastructure of marine economy must become minimizing maintenance costs of material flows and their environmental safety.

References:

1. Bakaev A.A. The theoretical basis of logistics: a textbook / A.A. Bakaev, Corners A.P., L.A. Ponomarenko – Т. 1. – К.: Kyiv. University of Economics and Technology of Transport, 2003. – 430 p.
2. Ministry of Infrastructure of Ukraine. Official site. [Electronic resource] // Access: <http://www.mtu.gov.ua/>
3. Bowersox D. J. Logistics: integrated supply chain / Donald J.. Bowersox, David George. Kloss [Electron resource] // Access mode: <http://www.olbuss.ru/shop/?topic=27&book=165>
4. Pisarenko V. Features logistics systems in agriculture // Bulletin K.AI. – 2012. – №7. – P. 146-150.
5. The market of transport and logistics services in 2010-2011. and forecast up to 2014 Market volume and structure of the logistics outsourcing, transportation, freight forwarding and warehousing services in the post-crisis period. Analytical Review. – М.: RBC, 2011. – 368 p.
6. Connecting to Compete 2012 Trade Logistics in the Global Economy The Logistics Performance Index and Its Indicators. – The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. – 2012. – P. 68.
7. The World Bank [electronic resource] / – Access: http://siteresources.worldbank.org/TRADE/Resources/239070-1336654966193/LPI_2012_final.pdf
8. Official site MAERSK [electronic resource] / – Access: <http://www.maersk.com/pages/default.aspx>
9. Regarding the promising areas of cooperation between Ukraine and the EU in the potential of the transport system of Ukraine. Policy Brief [electronic resource] / A. Sobkevych, A. Emelyanov – Access: [www.nbu.gov.ua> portal / natural / Vnulp ... 2009 ... 34.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp...2009...34.pdf).
10. Savina N.B. Infrastructure logistic processes of economic activity [electronic resource] / N.B. Savina. – Access: [www.nbu.gov.ua> portal / natural / Vnulp ... 2009 ... 34.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp...2009...34.pdf).

Irtysheva I.O., Yakovleva I.G.

**LOGISTICS INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT
IN UKRAINE MARITIME ECONOMY**

In the article the main strategic orientations functioning logistics infrastructure in the maritime economy of Ukraine. The modern level of development of logistics infrastructure in Ukraine, analyzed the volume of cargo, including by sea. The prospects of development of logistics infrastructure in the maritime economy of Ukraine.

Modern logistics infrastructure marine economy Ukraine is characterized by low level of development, significant price disparities, and high levels of monopolization. In this regard, the priority measures of national policy towards the development of the industry should be the development of infrastructure, formation of equal economic relations between the parties; provision of market information system, establishment of a national marketing information system.

Ukraine has an advantageous geographical position in the heart of Europe, access to the sea and large rivers shipping that, in general, determines its high transit potential.

Infrastructure Logistics is connecting unit between sectors of production and market infrastructure and on priority investment attractiveness. Logistics infrastructure plays a basic role in the formation and development of market economy, the national economy provides a transition to sustainable development.

The main factor behind the rapid introduction of logistics in the global economy include the rapid development of information technology and personalization of computers; globalization of markets; structural changes in the

Classical economics has not traditionally provided adequate value allocation of infrastructure units and designing infrastructure network as a whole. Early economic studies supply and demand difference between the cost of accommodation infrastructure and transportation costs, or taken to be zero or considered the same for all competitors. Meanwhile, the number, size and geographical location of facilities used in logistics directly affect the level of costs and customer service. Designing network infrastructure – very first duty of logistics management for the network delivers products and materials to consumers.

Typical objects logistics infrastructure owned manufacturing plants, warehouses, loading, unloading terminals, and retail stores. Determining the required number of objects of each type, geographic location and economic functions is an essential element of all activities on formation (design) logistics infrastructure. In special cases, conduct operations in such undertakings can be transferred to outside specialists, manufacturing related services. Regardless of who actually performs the work, the entire infrastructure unit should be considered in the management as integrated elements of the logistics system of the company.

In a globalized national economy has strategic priority is the development of marine economy. Transforming its logistics infrastructure should be based on a systems approach that includes study of its development strategy and detail strategic and current plans for the macro and micro level. The main result of the logistic infrastructure of marine economy must become minimizing maintenance costs of material flows and their environmental safety.

Keywords: Marine economy, strategic orientations, logistics infrastructure, national economy, economic development strategies.

УДК 339.137.2.71(043.2)

Коваленко Н.В., Голляк Ю.Б.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНЦІЇ

У статті об'єктом дослідження є конкуренція, що направлена на зміцнення ринкових позицій підприємства та підвищення обсягу продажів продукції підприємства в сучасних ринкових умовах.

Ключові слова: конкуренція, конкурентні переваги, підприємство, маркетингова діяльність, економічне зростання

В статье объектом исследования является конкуренция, направленная на укрепление рыночных позиций предприятия и повышение объема продаж продукции предприятия в современных рыночных условиях.

Ключевые слова: стратегия, конкурентные преимущества, предприятие, маркетинговая деятельность, финансовая стратегия предприятия.

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку ринкового середовища та зростаючої мінливості характеру діяльності підприємства виникає необхідність стратегічного підходу до управління конкурентними перевагами підприємства. Для виживання або перемоги в жорсткій конкурентній боротьбі будь-яка система повинна володіти певними перевагами перед своїми конкурентами.

В останні роки майже в будь-якій книзі з конкуренції, конкурентних переваг або конкурентоспроможності є посилання на фундаментальну книгу "Міжнародна конкуренція" Майкла Портера. Отже, загострення конкурентної боротьби неодмінно призводить до підвищення значущості забезпечення конкурентоспроможності підприємства, формування стійких конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В закордонних дослідженнях проблеми конкурентних переваг, визначили праці класиків маркетингу: Дойля П., Котлера Ф., Ламбена Ж.-Ж. і услід за ними інших. Між тим розумінню процесу розвитку сприяє повернення до первинних уявлень про нього, закладених в працях Хикса Дж., що спеціально виділив це явище, а також

ідеї представників різних напрямів економічної теорії: Кирцнера І., Маршалла А., Мизеса А, Парето В., сучасної управлінської науки: Ансоффа І., Бердсли Дж., Друкера П., Кристенсена До., Моррісона Д., Менсфилда Е., Нонаки І., Портера М., Такеучи Х., що дослідили питання менеджменту і управління маркетинговою діяльністю.

При вивченні досвіду результатів маркетингової діяльності і формуванні моделей і стратегій її розвитку ґрунтується на висновках, зроблених в роботах ряду дослідників в області маркетингу, таких, як Аакер Д., Брокхофф До., Вонг В., Чан Ким В., Дихтль Е., Котлер Ф., Маллінз Дж., Мор Р., Мур Дж., Пферч В., Райс Е., Ромат Е. В., Саттон Д., Смит П., Сондерс Дж., Траут Дж., Тріас де Без Ф. Тюфтин Б., Уебстер Ф.

Також необхідно виділити українських вчених які зробили значний внесок до розробки даної проблеми таких як Л. Балабанова, Л.М. Бук, А. Войчака, О. Зозульова, О. Кендюхова, О. Кістеня, С. Клименка, О. Малинка, О. Маслак, Я. Приходченко, В. Пустотіна, Г. Рябцева, А. Старостіна, А. Устенко, Д.В. Яцюка та ін.

Мета статті. Дослідити сучасні підходи до розуміння сутності конкуренції та факторів, які впливають на її розви-

ток, в умовах глобалізаційних процесів, що розвиваються.

Виклад основного матеріалу. Історичний зміст поняття «конкуренція» базується на теорії порівняльних переваг. Спочатку його суть базувалася на основі факторів актуальності, у випадку, коли багато галузей промисловості були роздібнені, виробництво було більш трудомістким і менше «навичкомістким», а торгівля в чималій мірі відбивала різницю між країнами в умовах економічного зростання, у природних ресурсах і капіталі.

Факторні витрати і на сучасному етапі зберігають своє важливе значення для виробництв, що залежать від природних ресурсів, де на некваліфіковану або напівкваліфіковану працю припадає значна частина витрат, а технологія проста і широко доступна.

Проте, в багатьох видах діяльності зазначена теорія давно вже не дає достатнього пояснення структури торгівлі. Це пов'язано з тим, що у світі на сучасному етапі відбуваються процеси глобалізації, інтеграції та децентралізації [1].

Ці тенденції відображають, з одного боку, глобалізацію ринків збуту продукції, виробництва, забезпечення матеріальними ресурсами, робочої сили, капіталу, які характерні для найбільш значних транснаціональних корпорацій, з іншого боку, – створення та розвиток глобальних міждержавних транспортно-логістичних, телекомунікаційних, дистрибутивних та інших систем. Основними рушійними силами цих процесів виступають:

- економічне зростання;
- перспективи розвитку глобальних систем;
- регіоналізація;
- експансія технологій;
- дерегулювання.

Але, існує три групи перепонів, що впливають на вище перелічені процеси.

Перша група – ринкові бар'єри, відбиває конкурентну боротьбу за дешева сировинних ресурсів,

енергії, робочої сили, а також за ринки збуту чи продукції послуг. Ці бар'єри встановлюються і підтримуються як великими компаніями за рахунок цінової політики, інформаційних бар'єрів і інших інструментів, так і за рахунок державної політики і законодавства.

Друга група – фінансові бар'єри, – зв'язана з податковою, митною торговою політикою держави, обмеженнями ввозу капіталу, нормою банківського відсотка й іншими.

Близької до цієї є третя група. Це бар'єри в дистрибуції товарів фірм – конкурентів з інших країн, з яких найбільш важливими є транспортні, митні і торгові бар'єри.

Особливо це стосується видів діяльності або їхніх сегментів, де застосовуються складна технологія і висококваліфікована робоча сила, саме тих виробництв, які найбільш важливі для національної продуктивності.

Таким чином, усе більше галузей набувають різких розбіжностей від тих, на прикладі яких була введена теорія порівняльних переваг. Господарства стають усе більш масштабними, більшість товарів диференціюється, потреби покупців змінюються від країни до країни. Технологічні зміни стають всеосяжними і відбуваються безупинно.

Широке застосування технологій, що засновані на мікроелектроніці та нових прогресивних матеріалах і інформаційних системах, стерли традиційні розбіжності між високо- та низько-технологічними галузями. Рівні технології у фірм різноманітних країн в тій самій галузі часто істотно розрізняються.

Розвиток технологій дав підприємствам можливість обходити «вузькі місця», що викликані нестачею тих чи інших факторів, за допомогою нових продуктів та виробничих процесів [3; 4]. Це звело нанівець або сильно послабило значення багатьох деколи важливих факторів конкурентоспроможності окремих країн, а саме таких факторів, як наявність великої кількості

сировинних ресурсів, наявність дешевої робочої сили та інших.

Гнучкі автоматизовані виробництва, що дозволяють заощаджувати виробничі площі та легко перекваліфікувати виробництво, зменшують потребу в робочій силі у багатьох галузях. Доступ до технології, поставленої на промислову основу, став більш важливим, ніж низькі витрати на оплату праці робітників.

У багатьох видах діяльності доступність будь-яких факторів у значній кількості стала менше важливою, ніж наявність навичок і технологій, необхідних для того, аби продуктивно і без втрат експлуатувати наявні ресурси. Значна частина світової торгівлі ведеться між країнами з приблизно однаковим набором факторів виробництва.

Багато країн, що розвиваються, вже досягли такого рівня розвитку, що дозволяє аналізувати наявність у них порівнянної кількості багатьох факторів. Робітники цих країн мають достатні освіти та навички для роботи в багатьох галузях промисловості. Крім того, сьогодні в багатьох країнах існує базова інфраструктура (тобто системи зв'язку, мережа шляхів, морські та річкові порти), необхідна для конкуренції в більшості обробляючих галузей.

Традиційні джерела переваг на основі конкурентних факторів, що дозволили розвинути країнам вирватися вперед, згодом втратили своє значення.

Відбулася інтернаціоналізація конкуренції в багатьох сферах – не тільки обробляючих галузях, але і в усьому зростаючій сфері послуг. Конкуруючі фірми проводять досить чутливу глобальну стратегію: продають свою продукцію по усьому світу; шукають матеріали і компоненти також по усьому світу; з метою економії розміщують виробництво в багатьох країнах. Крім того, вони створюють союзи з фірмами інших країн, щоб одержати доступ до «джерел їхньої сили».

Глобалізація промисловості усуває залежність фірм даної країни від наявності і кількості в країні тих або інших факторів. Сировина, комплектуючі вироби, виробниче устаткування і багато видів послуг можна придбати в усьому світі на приблизно однакових умовах. Розвиток транспорту здешевив обмін країн чинниками і товарами, виробництво яких залежить від конкретних факторів. Тому роль транспорту в економіці країни стає все більш значимою.

Капітал переходить із країни в країну, причому до тих країн, що заслуговують довіри з погляду надання кредитів і можливості яких не обмежені власними коштами. Навіть нові технології продаються на світовому ринку, хоча, звичайно, з запізненням.

Суттєвим результатом усіх цих явищ стали виникнення і стрімке зростання в багатьох країнах сектора послуг, поширення їх нових різновидів, виникнення нового покоління більш значних і розвинутих сервісних компаній.

Сучасна техніка і методи керівництва проникають і в сферу послуг навіть більш швидкими темпами, ніж вони проникали у виробничі галузі якийсь час тому. Зараз не тільки змінилося становище сфери послуг у національній економіці багатьох країн, але й були закладені основи для міжнародної конкуренції.

Міжнародна конкуренція в сфері послуг приймає різноманітні форми. Сервісна фірма, як і виробнича, конкурує на світовому ринку тим же шляхом, яким вона розширює свою діяльність на регіональній і глобальній основі і координує операції в різних країнах.

Через природу більшості послуг багато видів діяльності в ланцюжку цінності сервісної фірми повинні здійснюватися в тому місці, де знаходиться покупець. Це пов'язано, звичайно, з властивим послугам відмінними характеристиками, такими як: невідчутність, тобто неможливість відчуття

до придбання послуги; невіддільність від джерела; мінливість якості; не збереженість, тобто неможливість запасу послуг.

Висновки. Таким чином, сучасні умови господарювання, все більше

змінюють погляди щодо сутності конкуренції та конкурентних переваг. Це потребує визначати фактори впливу на конкурентні процеси з урахуванням швидкоплинних глобалізаційних та інтеграційних процесів.

Список використаних джерел:

1. Буркинський Б. В. Економічна оцінка конкурентоспособності / Б. В. Буркинський, А. А. Стрелець. – К.: НАН України; Інститут проблем ринку і економіко-екологічних досліджень, 2014. – 53 с.
2. Ламбен Ж.Ж. Стратегічний маркетинг. Європейська перспектива: Пер. с франц. – СПб.: Наука, 1996. – 398 с.
3. Шумпетер Й.А. Історія економічного аналізу: в 3-х т. / Й.А. Шумпетер – СПб.: Економічна школа, 2004. – Т. I. – 496 с.
4. Organization development and transformation managin geffective change / Organization for economic cooperation and development. – Paris: OECD Publishing 2008. – 195 p.
5. Schwab K. The Global Competitiveness Report 2012-2013. Klaus Schwab, World Economic Forum. – Geneva, Switzerland, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEFGlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf

Kovalenko N.V., Gollyak U.B.

HISTORICAL TRENDS OF COMPETITION

In the current conditions of the market environment and the increasing variability of the nature of the company is necessary strategic approach to the management of enterprise competitive advantage.

Consequently, increased competition inevitably leads to an increase in the importance of ensuring the competitiveness of enterprises, the formation of a sustainable competitive advantage.

Explore the concept and essence of competition and possibilities of the practical application of research results, implementation of methodological approaches to creating competitive advantages and use of economic and financial proposals for their improvement.

The historical meaning of "competition" based on the theory of comparative advantage.

First, its essence was based on factors of relevance, when many industries are fragmented, production was more time consuming and less "navychkomistkym" and trade in small measure reflect differences between countries in terms of economic growth, natural resources and capital.

Factor cost and at present retain their importance for industries that depend on natural resources, where unskilled or semi labor accounts for a significant part of the costs, and the technology is simple and widely available.

However, in many areas has long been mentioned theory does not sufficiently explain the structure of trade.

This is due to the fact that in the world at present, the processes of globalization, integration and decentralization.

Therefore, to understand the nature of competition in the main unit of this concept is considered industry (slightly, treating the industry or services), in a group

of competitors that produce goods and services and directly lead the rivalry between them.

Strategically significant industry includes products from Eastern sources of competitive advantage.

Also, be related industries, the products of which – the same purchasing, production technology or distribution channels, but they impose their demands for competitive advantage

Keywords: competition, enterprise marketing activities, economic growth.

УДК 334.012.23(045)

Коваленко О.В., Калита В.І.

**СТРАТЕГІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
ЯК ГЕНЕРАЛЬНА ПРОГРАМА РОЗВИТКУ**

У статті об'єктом дослідження є стратегія, що направлена на зміцнення ринкових позицій підприємства та підвищення обсягу продажів продукції підприємства в сучасних ринкових умовах.

Ключові слова: стратегія, підприємство, маркетингова діяльність, фінансова стратегія підприємства.

В статье объектом исследования является стратегия, направленная на укрепление рыночных позиций предприятия и повышение объема продаж продукции предприятия в современных рыночных условиях.

Ключевые слова: стратегия, предприятие, маркетинговая деятельность, финансовая стратегия предприятия.

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку ринкового середовища та зростаючої мінливості характеру діяльності підприємства виникає необхідність стратегічного підходу до управління зокрема до планування діяльності підприємства. Проблема вибору фінансової стратегії діяльності підприємства являється актуальною, виходячи з необхідності прийняття рішень в ринкових умовах. Тут основна увага приділяється оцінці поточного стану суб'єктів господарської діяльності. Загальною характеристикою усіх без винятку економічних процесів є зіставлення очікування соціально-економічних вигод і витрат для їх одержання, тобто відбувається оцінка досягнення різноманітних ефектів

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Трансформаційна специфіка діяльності підприємств в умовах України вивчалася в працях Березина П.В., Блинюк С.В., Ковальчук В.М., Маконнелла К., Гальчинського А.С., Єщенко П.С., Палкіна Ю.І., Ансоффа І., З.Е. Шершньової, С.В. Обороської, Баканова М.І., Шеремета А.Д., Індукаєва В.П., Бонка І.А., що дає змогу під-

креслити важливість удосконалення процесом формування та реалізації стратегії розвитку підприємства.

Також необхідно виділити українських вчених які зробили значний внесок до розробки даної проблеми таких як Л. Балабанова, Л.М. Бук, А. Войчака, О. Зозульова, О. Кендюхова, О. Кістєня, О. Малинка, Я. Приходченко, В. Пустотіна, Г. Рябцева, А. Старостіна, А. Устенко, Д.В. Яцюка та ін.

Мета статті. Дослідити поняття стратегії та можливості застосування на практиці результатів дослідження, реалізації методичних підходів до формування стратегії та використання в господарсько-фінансовій діяльності пропозицій щодо її удосконалення.

Виклад основного матеріалу.

Поняття "стратегія" вже міцно увійшло до лексики економічної діяльності підприємства. Слово "стратегія" (у перекладі з грецької означає "мистецтво розгортання військ у бою") протягом останніх двадцяти років широко використовується в теорії і практиці менеджменту. З погляду сучасних уявлень про управління, стратегія – це не абстрактна річ, це серйозна ділова концепція в

сукупності з реальними діями, що може привести цю ділову концепцію (бізнес-концепцію) до створення реальної конкурентної переваги, спроможної зберігатися тривалий час.

Загальна (генеральна) стратегія розвитку підприємства пов'язана з діяльністю підприємства в цілому, використанням всіх ресурсів і орієнтована на виконання його головної цілі. Виробничі (допоміжні) види стратегій забезпечують реалізацію генеральної стратегії підприємства по окремим напрямкам його діяльності (маркетингова, фінансова, виробнича та ін.), видам діяльності (стратегія основної діяльності, пов'язана з реалізацією товарів і обслуговуванням покупців, стратегія неторгової діяльності – ремонтно-будівельної, транспортної, виробничої і т.д.) використанню окремих видів ресурсів (стратегія формування і використання трудових ресурсів, матеріально-технічної бази, фінансових ресурсів і т. д.). Загальний стратегічний план варто розглядати як програму, що спрямовує діяльність фірми протягом тривалого періоду часу, даючи собі звіт про те, що конфліктна і постійно мінлива ділова і соціальна обстановка робить постійні коригування неминучими.

Діяльність підприємства на споживчому ринку направлена на досягнення певних стратегічних цілей і тактичних задач, які дозволяють забезпечити ефективну господарську діяльність, виживання і його конкурентоспроможність на ринку. Під ціллю розуміють якісні і кількісні характеристики функціонування підприємства, до досягнення яких воно прагне. Розробка стратегії діяльності підприємства на споживчому ринку здійснюється в декілька етапів, суть і зміст яких в наступному.

На першому етапі повинен бути проведений аналіз зовнішнього середовища функціонування підприємства та його виробничо-технічні можливості. Для цього необхідно:

- провести дослідження ринку діяльності підприємства та виявити тенденції його розвитку;

- оцінити виробничо-технічні можливості підприємства, і його конкурентоспроможність, проаналізувати можливість використання внутрішніх резервів і ресурсів підприємства для підвищення ефективності його функціонування;

- провести аналіз зовнішнього середовища функціонування підприємства. Такий аналіз передбачає:

- дослідження макроекономічних процесів (інвестиційного попиту і пропозиції, наявності кредитних ресурсів, політики позикових процесів, демографічних прогнозів, співвідношення між експортом та імпортом і т.д.);

- регулюючої діяльності держави (господарського і трудового законодавства, грошової і фінансової політики, змін в податковій та тарифній системі, антимонопольного регулювання);

- району діяльності підприємства (доли в товарообігу, рівня монополізації в місті (районі), кількості підприємств – конкурентів та їх позиції на ринку).

Підсумком першого етапу розробки стратегії підприємства є отримання інформації, яка дозволяє дати оцінку поточній обстановці, в якій функціонує підприємство, оцінити його конкурентоспроможність і приділити найбільш ймовірні напрямки його подальшого розвитку.

Другий етап розробки стратегії пов'язаний з визначенням цілей та ключових проблем розвитку підприємства. На цьому етапі формуються узагальнені якісні цілі діяльності підприємства, які мають загальний характер і кількісно не виражені. Наприклад, досягнення достатнього збільшення прибутку для фіксування діяльності підприємства або введення в нові сфери ринку.

Поставленні цілі погоджуються, конкретизуються і кількісно визначаються у вигляді системи важливих показників господарсько-фінансової діяльності, яких хоче досягти підприємство в певний період. Наприклад, темпи росту об'єму продаж, показники ефективності використання ресурсів, об'єм прибутку всього і на інвестиційний капітал, рівень виплачених дивідендів та ін.

На третьому етапі обґрунтування стратегії підприємства розробляються альтернативні варіанти розвитку підприємства. З цією ціллю перевіряється відношення між поставленими цілями та наявними можливостями підприємства. На основі складання матриці "цілі-можливості" проводиться кількісна оцінка відношення потреби і можливості підприємства в досягненні цілей. В випадку не відповідності розробляються тактичні програми, виконання яких ліквідує виявлений дисбаланс.

Аналіз не відповідності здійснюється по всім показникам і направленням діяльності на основі даних першого етапу. Якщо наявні у підприємства ресурси не дозволяють забезпечувати досягнення поставлених Цілей, то потрібно повернутись до другого етапу і відкоригувати поставлені цілі.

Четвертий етап – оцінка та вибір стратегії розвитку. На цьому етапі праці здійснюється перевірка степені реальності та виконання поставлених Цілей і розроблених варіантів їх досягнення. При оцінці розроблених стратегій розвитку важливо визначити, чи можна реалізувати стратегію при наявному

ресурсному потенціалі або необхідні зусилля в області маркетингу, удосконалення організації торгівлі та ін., або стратегія представляє інтерес, але не може бути реалізована.

П'ятий етап – складання програми дії і контроль їх реалізації. На цьому етапі праці повинен здійснюватися зв'язок всіх заходів, пов'язаних з реалізацією вибраної стратегії, їх конкретизація по всіх рівнях управління підприємства. Тобто цей етап уявляє собою тактичне планування, направлене на досягнення обраної стратегії розвитку підприємства.

Висновки. Вироблення ринкової стратегії фірми – це процес сканування світового ринку, визначення глобальної та локальної цілей зовнішньоекономічної діяльності, вибір оптимальних сегментів (ніш).

Ця діяльність значною мірою сприятиме досягненню поставлених цілей, зокрема приведенню експортного потенціалу фірми у відповідність із цими цілями, вибору партнерів для експортно-імпортних операцій із метою запобігання неефективним міжнародним ринковим трансакціям.

Список використаних джерел:

1. Буркинський Б. В. Экономическая оценка конкурентоспособности / Б. В. Буркинський, А. А. Стрелец. – К.: НАН України; Інститут проблем ринку и економіко-екологічних досліджень, 2014. – 53 с.
2. Сутиріна С. Визначення місця стратегічного потенціалу в управлінні підприємством / С. Сутиріна // Економіст. – 2007. – № 2. – С. 45-48.
3. Чухно А. Актуальные проблемы стратегии экономического и социального развития на современном этапе // Экономика Украины. – 2004. – № 5. – С. 14-23.
4. Щелкунов В.И. Теоретические основы и методы управления производственным потенциалом предприятий. – Дис... докт. экон. наук. – К., 1999. – 376 с.

Kovalenko O.V., Kalyta V.I.

THE STRATEGY OF THE COMPANY AS A GENERAL DEVELOPMENT PROGRAM

In the current conditions of the market environment and the increasing variability of the nature of the company is necessary strategic approach to management including the planning of the company.

The choice of financial strategy of the company is relevant based on the need for decision-making in market conditions. It focuses on assessing the current state of economic activity.

A common characteristic of any and all economic processes is to compare the expectations of socio-economic benefits and costs for their production, that assessment is achieving different effects.

Explore the concept of strategy and the possibility of practical application of research results, implementation of methodological approaches to strategy formation and use of economic and financial activity suggestions for its improvement.

The concept of "strategy" has firmly entered the lexicon of the economic activity of the enterprise. The word "strategy" (in Greek means "the art of deploying troops in battle") during the last twenty years are widely used in the theory and practice of management.

In terms of modern concepts of management strategy – is not an abstract thing, this is a serious business concept combined with real actions that can lead this business concept (business concept) to create a real competitive advantage, able to be stored for a long time.

Developing a market strategy firm – the process of scanning the world market, the definition of global and local goals of foreign economic activity, the choice of optimal segments (niches).

These activities will contribute to the achievement of goals, including bringing the export potential of the company in line with these objectives, the choice of partners for the export-import operations in order to prevent inefficient international market transactions.

Keywords: strategy, business, marketing activity, the financial strategy of the enterprise.

УДК 654.07:331.101

Темнюк Т.О.

ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Категорія організаційної культури є однією з найбільш обговорюваних тем сучасного менеджменту. На сьогоднішній день виникає необхідність поглибленого вивчення структури організаційної культури корпоративних підприємств. Визначення структури дає можливість ефективного поєднання воедино різних сфер діяльності підприємства, і в першу чергу перспектив клієнтських відносин, внутрішніх перспектив бізнесу, інноваційних перспектив, фінансових перспектив. У цьому контексті питання визначення структури організаційної культури корпоративних підприємств набувають актуальності.

Ключові слова: корпоративна культура, корпоративне підприємство, культура, організаційна культура, організація, складові організаційної культури, структура організаційної культури.

Категория организационной культуры является одной из самых обсуждаемых тем современного менеджмента. В настоящее время возникает необходимость углубленного изучения структуры организационной культуры корпоративных предприятий. Определение структуры дает возможность эффективного сочетания воедино различных сфер деятельности предприятия, и в первую очередь перспектив клиентских отношений, внутренних перспектив бизнеса, инновационных перспектив, финансовых перспектив. В этом контексте вопросы определения структуры организационной культуры корпоративных предприятий приобретают актуальность.

Ключевые слова: корпоративная культура, корпоративное предприятие, культура, организационная культура, организация, составляющие организационной культуры, структура организационной культуры.

Постановка проблеми. Зростаючий останнім часом науковий і практичний інтерес до феномена організаційної культури свідчить про прагнення сучасного менеджменту при впровадженні нових форм управління використовувати цей потенціал з метою гармонізації соціально-трудових відносин, створення торговельної марки і унікального фірмового стилю, що зрештою сприяє зростанню нематеріальних активів організації і посиленню її конкурентоздатності. По суті, еволюція технології і філософії менеджменту на сучасному етапі сприяла переходу організаційної культури із категорії другорядних факторів виробництва у категорію стратегічних ресурсів.

У зв'язку із цим проводиться активний науковий пошук у напрямку теоре-

тико-методологічного обґрунтування організаційної культури. Багатогранність, складність і неоднозначність організаційної культури як об'єкту дослідження сприяла тому, що як у зарубіжній, так і у вітчизняній науковій літературі з'явилась значна кількість різноманітних за змістом наукових праць щодо суті і структури організаційної культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вданий час вітчизняні та зарубіжні вчені зосередили свої дослідження на таких теоретичних і практичних аспектах організаційної культури підприємства: оцінка і управління організаційною культурою (К. Камерон, Р. Куїнн [1], В. Співак [5], Л. Хаєт [2]), роль організаційної культури у стратегічному управ-

ління персоналом і підприємством в цілому (Д. Ульріх [6], А. Радугін [4], Є. Малінін [3]), оцінка впливу національних особливостей на організаційну культуру та управління полікультурними організаціями (О. Харчишина [7], Е. Шейн [8]). Слід зазначити, що наукові погляди на проблему структури організаційної культури у різних авторів мають суттєві відмінності.

Постановка завдання. На жаль, проводиться недостатньо вітчизняних досліджень щодо вивчення структури та внутрішньої будови організаційної культури, що зменшує можливості ефективного застосування цієї важливої наукової концепції в сучасних умовах. А тому дана стаття покликана виправити це становище і зробити внесок у розробку теоретичної бази таких досліджень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Структура організаційної культури є складною і багатогранною категорією. Залежність організаційної культури від розміру та сфери діяльності підприємства, характеру внутрішнього середовища та зовнішнього оточення, цілей існування та інших чинників обумовлює унікальність складових організаційної культури [6, с. 270-292].

При формуванні підходів до визначення сутності та структури організаційної культури вагомим є практичний досвід діяльності підприємств.

Найпоширенішими є визначення таких складових організаційної культури корпоративних підприємств як культура виробництва, культура безпеки виробництва, культура персоналу, інноваційна культура, інвестиційна культура [5, с. 127-128].

Формування організаційної культури – тривалий процес, вплив на який завжди носить опосередкований характер і вимагає від керівництва організації достатньо глибокої рефлексії з приводу особливостей своєї організації, її історії. При формуванні організаційної культури можливе поява і більшої кількості складових організаційної культури,

залежно від відмітних характеристик підприємства [1, с. 171-178].

Традиційно виділяють первинні й вторинні елементи організаційної культури корпоративних підприємств. Первинні елементи є основними, на їхній базі відбувається формування вторинних елементів культури організації. До первинних елементів належать: критерії відбору при прийманні на роботу, критерії в просуванні по службі або звільненні, цілеспрямоване створення зразків поведіння, стратегії поведіння в кризових ситуаціях, виділення питань, що знаходяться під особистим контролем керівника. Вторинні елементи відображають організаційну структуру, представляють принципи діяльності організації, виражені в офіційних документах, у корпоративній філософії, корпоративному поведінні, корпоративному дизайні [2, с. 353-358]. Елементами організаційної культури є організації, що формуються в процесі розвитку, або цілеспрямовано створені ритуали, історії, міфи, легенди. До них належать легенди про батьків-засновників організації, міфи про появу того або іншого продукту або бренду, історія організації або історії особливого внеску організації в розвиток суспільства (на місцевому, регіональному, національному або світовому рівнях).

Аналізуючи структуру організаційної культури, Е. Шейн у своїй праці «Організаційна культура і лідерство» виділяє три її рівні [8, с. 30]: поверхневий, внутрішній (підповерхневий) і глибинний.

Знайомство з організаційною культурою починається з поверхневого рівня, що включає такі зовнішні організаційні характеристики, як продукція або послуги, надавані організацією, використовувана технологія, архітектура виробничих приміщень і офісів, спостережуване поведіння працівників, формальне мовленнєве спілкування, гасла тощо. Також до поверхневого рівня відносять емоційну атмосферу, міфи, легенди і історії, пов'язані із

заснуванням організації, діяльністю її керівників і видатних співробітників.

На другому рівні вивченню піддаються цінності й вірування, поділювані членами організації, відповідно до того, наскільки ці цінності відображаються в символах і мові, яким чином вони несуть у собі смислове пояснення поверхневого рівня. Свідомо зафіксовані в документах організації, вони покликані бути провідними в повсякденній діяльності членів організації у вигляді її стратегії, цілі, філософії. Також до під поверхневого рівня відносяться моральні погляди, етичні правила, кодекс поведінки в організації. Даному рівню притаманні тільки ті цінності, які в усвідомлюються самими членами організації, або ж заохочуються її лідером.

Проте, третій, глибинний рівень включає не декларовані цінності, а базові припущення, які важко усвідомити навіть самим членам організації без спеціального зосередження на цьому питанні. Глибинний рівень охоплює фундаментальні уявлення організації, що приймаються її членами бездоказово. Сукупність цих базових уявлень створює так звану «культурну парадигму» організації і формують її цілісний образ [8, с. 34].

Е. Шейн розглядає «поверхневий рівень» як об'єктивну культуру, складовими якої виступають: економічна культура організації як результат її економічного мислення, культура розподілу, культура споживання, культура обміну. Тоді як «підповерхневий» і «глибинний» рівень вбачається як суб'єктивна культура, обумовлена механізмом мислення співробітників [8].

Для порівняння слід навести інший, також трирівневий, підхід до аналізу структури організаційної культури, що враховує наявність не лише прямих, але і зворотних зв'язків між рівнями [4]. Згідно з даною точкою зору, рівень мотивації знаходиться на внутрішньому особовому рівні будь-якого члена організації, визначаючи сенс його життєдіяльності, зокрема, трудову поведінку.

Вище за нього знаходиться мораль як над персональна і загальнолюдська над корпоративна категорія. Рівень декларованих цінностей є місією, її еталоном («відважною метою») і основними діловими принципами. Рівень зовнішніх проявів використовує мову символів, ритуалів, фірмового стилю тощо.

О. В. Харчишина виділяє функціональний підхід до визначення структури організаційної культури підприємства, тобто у складі культури слід виділити функціонально відокремлені частини (підсистеми), кожна з яких містить як імпліцитні, так і експліцитні елементи. Вважаємо, що організаційна культура є системою, яка включає такі підсистеми, пов'язані тісними зв'язками прямого і зворотного характеру [7]: ціннісна: цінності, місія і філософія компанії; символічна: герої, легенди, ритуали, символи; нормативна: норми, процедури, правила, критерії та структури; комунікативно-управлінська: стиль управління, система комунікацій, система управління персоналом; ідентифікаційна: фірмовий стиль, імідж, бренд компанії як роботодавця та товарний бренд. Базовою підсистемою організаційної культури є ціннісна, інші чотири перебувають у тісній залежності від неї.

Основу організаційної культури складають цінності керівників, власників та працівників підприємства, які у взаємодії утворюють систему організаційних цінностей. Система цінностей є важливим елементом культури у широкому сенсі і організаційної культури, зокрема. А. А. Радугін стверджує, що «здатність підприємства створити ключові цінності... є одним із найбільш глибоких джерел успішної діяльності підприємства» [4, с. 54]. З огляду на трудову поведінку, система цінностей виступає мотивуючим фактором, тобто впливає на ставлення людини до праці і до цілей підприємства. Цінності виступають як еталонне уявлення про систему світосприйняття, критерій вибору в процесі трудової діяльності, вони описують

елементи, явища життя суспільства, трудового колективу з точки зору їх соціального значення. У зв'язку із цим Е. Шейн справедливо зазначає [8, с. 40]: «Набір переконань і цінностей... може слугувати орієнтиром... поведінки в складних або невизначених обставинах».

Отже, підсумовуючи вищезазначене, можна виокремити основні складові організаційної культури корпоративних підприємств:

1. Мова спілкування та система комунікацій (використання усної, письмової та невербальної комунікації, а також жестів та міміки).

2. Усвідомлення своєї ролі в організації. Одним культурам імпонує приховування співробітником своїх внутрішніх намірів, а інші — навпаки сприяють їх зовнішньому прояву. Одні компанії налаштовані на співпрацю, а інші — на індивідуальне самовираження.

3. Культура персоналу, зовнішній вигляд працівників, тобто охайність, наявність спеціального одягу, уніформи.

4. Дотримання розпорядку дня.

5. Культура виробництва, культура безпеки виробництва.

6. Інноваційна культура.

7. Інвестиційна культура.

8. Відносини в колективі та з клієнтами (у тому числі різними за статтю,

віком, релігією, статусом в суспільстві, шляхи вирішення конфліктів).

9. Норми та цінності організації: норми, процедури, правила, критерії та структури.

10. Мотивування та трудова етика (відповідальність за виконану роботу, якість роботи, оцінка роботи та винагорода за неї, просування по кар'єрних сходах).

11. Віра (віра в успіх, допомогу, підтримку, справедливість, власні сили).

12. Символіка в організації (фірмовий стиль, імідж, бренд компанії ритуали, лозунги, організаційні табу).

Висновки з проведеного дослідження. Категорія організаційної культури є однією з найбільш обговорюваних тем сучасного менеджменту. Складність і неоднозначність організаційної культури як об'єкту дослідження породжує велику кількість уявлень щодо її структури. Результати значної кількості досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених з цього питання не знаходять спільного вирішення даної проблеми. Узагальнивши результати досліджень інших науковців та опираючись на власних висновках і спостереженнях автор статті пропонує основні 12 положень структури організаційної культури корпоративного підприємства.

Бібліографічний список:

1. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. – СПб. : Питер, 2001. – 320 с.
2. Корпоративна культура : навч. посіб. / Г. Л. Хаєт, О. Л. Єськов, Л. Г. Хаєт та ін. / За заг. ред. Г. Л. Хаєта. – Київ : Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.
3. Малинин Е. Д. Организационная культура и эффективность бизнеса : учеб. пособие. – М. : Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж : Изд-во НПО «МОДЭК», 2004. – 368 с.
4. Радугін А. А. Організаційна культура // Организационное поведение. Хрестоматия. Редактор-составитель Райгородский Д. Я. – Самара : Изд. дом «Бахрах-М», 2006. – 752 с. – С. 50–72.
5. Спивак В. А. Корпоративная культура. – СПб. : Питер, 2001. – 352 с.
6. Ульрих Д. Эффективное управление персоналом: новая роль HR-менеджера в организации : Пер. с англ. – М. : ООО «И. Д. Вильямс», 2007. – 304 с.
7. Харчишина О. В. Структура організаційної культури підприємства // Вісник ЖДТУ : зб. наукових праць. – Житомир : Видавництво ЖДТУ, 2010. – С. 295–298.
8. Шейн Э. Организационная культура и лидерство : Пер. с англ./ Под ред. Т. Ю. Ковалевой. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 336 с.

Temniuk T.O.

DETERMINING THE STRUCTURE OF THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF CORPORATE ENTERPRISES

Category of organizational culture is one of the most discussed topics of modern management. Currently, there is a need in-depth study of the structure of the organizational culture of corporate enterprises. Determining the structure enables efficient combination together different spheres of business and especially the prospects of customer relations, internal business prospects, innovative perspectives financial prospects. In this context, the issues of determining the structure of the organizational culture of corporate enterprises acquire relevance.

Increasing recent scientific and practical interest in the phenomenon of organizational culture testifies to the aspirations of modern management, implementation of new forms of governance to use this potential for harmonization of socially-labour relations, creation of brand and unique corporate identity, which ultimately contributes to the intangible assets of the organization and strengthening its competitiveness. In fact, the evolution of technology and management philosophy at this stage promoted the organizational culture of the category of minor inputs into the category of strategic resources.

Therefore conducted active scientific research in the direction of theoretical and practical bases of organizational culture. Versatility, complexity and ambiguity of organizational culture as an object of study contributed to the fact that both the foreign and the domestic scientific literature appeared much variety within the meaning of scientific papers about the nature and structure of the organizational culture.

The structure of the organizational culture is a complex and multifaceted category. The dependence of organizational culture on the size and scope of the business, the nature of the internal environment and the external environment, the goals of existence and other factors determines the unique components of organizational culture.

In forming approaches to defining the essence and structure of organizational culture is a significant practical experience of enterprises.

Category organizational culture is one of the most discussed topics of modern management. The complexity and ambiguity of organizational culture as the research object generates a large number of representations regarding its structure. The results of a large number of studies of domestic and foreign scholars on this matter not find a common solution to this problem. Summarizing the research results to other scientists and based on their findings and observations of the author proposes 12 key provisions of the structure of the organizational culture of corporate enterprises.

Keywords: corporate culture, corporate enterprise, culture, organizational culture, organization, parts of organizational culture, structure of organizational culture.

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 332.14

Петропавлівська С.

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

У статті розглядається сутність та особливості маркетингового підходу до формування іміджу держави. Запропоновано заходи щодо використання PR в просуванні іміджу України.

Ключові слова: маркетинговий підхід, імідж держави, стратегічні інтереси держави.

В статье рассмотрены сущность и особенности маркетингового подхода к формированию имиджа страны. Предложены мероприятия по использованию PR в продвижении Украины.

Ключевые слова: маркетинговый подход, имидж страны, стратегические интересы страны.

Постановка проблеми. Метою статті є формування маркетингового підходу до просування іміджу України актуальність чого зумовлена такими чинниками:

- потребою наукового осмислення ролі іміджу нашої країни в період трансформації українського суспільства в її інтеграції у світовий політичний, економічний та інформаційно-культурний простір;

- важливістю визначення існуючого образу України у зарубіжних засобах масової інформації та чинників його формування;

- необхідністю виправлення існуючого становища у галузі інформаційної роботи з українською та зарубіжною аудиторією з метою створення позитивного іміджу України на міжнародній арені.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням специфіки процесу формування іміджу країни займалися у своїх працях російські дослідники Е. Галумов, Ю. Кашлев, Н. Хачатуров,

американські науковці С. Ангольт, Х. Дейл, С. Джонсон, Н. Сноу, Ф. Котлер та ін. В Україні наукові розробки з цієї тематики є фрагментарними, більше публіцистичними, присвячені здебільшого прикладним аспектам, серед українських дослідників виділимо С. Балюк, Є. Тихомирову, О. Щурко, О. Шевченко та ін.

Виклад основного матеріалу. Глобалізація усіх сфер суспільного життя, інформаційно-комунікаційна революція, нові методи міждержавної конкуренції – призвели до багатьох змін та появи якісно нових тенденцій світового розвитку. Актуалізація проблеми формування позитивного та сприятливого іміджу держави задля достойного позиціонування власної країни на міжнародній арені – одна з таких тенденцій. Формування іміджу країни є стратегічним завданням керівництва майже всіх держав світу, а на політичній карті світу практично не залишилося країн, які б не цікавились тим, який імідж в очах світової громадськості вони мають та

чи мають його взагалі. Адже, правильна цілеспрямована політика держави щодо формування власного іміджу допомагає не тільки закріпити існуючі успіхи держави, а й побудувати необхідний асоціативний рядок будь-яким крокам та рішенням держави на міжнародній арені.

Країна – це унікальний по набору конгломерат цінностей, національних інтересів, особливостей географічного положення, характеристик державної економічної системи, соціальних і політичних процесів, етнічних і культурних особливостей, традицій, вдач, звичаїв і інших параметрів, що еволюціонують в співтоваристві людей, що розвивається. Імідж держави, як і будь-який інший, має декілька пластів і різних аспектів. Для того, щоб здійснити комплексне дослідження образу країни, необхідно проаналізувати сприйняття іміджу громадянами як усередині держави, так і ззовні, оскільки саме від міжнародного іміджу багато в чому залежать інвестиційна привабливість країни, розширення можливостей для туризму, співпраця ділових кіл і так далі.

В умовах трансформації українського суспільства стратегічні інтереси нашої держави вимагають її інтеграції у світовий, передусім європейський, політичний, економічний, науковий та культурно-інформаційний простір. На жаль, на нинішньому етапі наша країна втрачає свою привабливість для іноземних партнерів як політичне, економічне і соціально-культурне явище. Значний вплив на це справляє зовнішньополітичний імідж нашої країни: Україну сьогодні не сприймають у світі як впливову, правову, демократичну, соціальну державу, де розбудовуються інститути громадянського суспільства, з якою треба рахуватися і в яку слід інвестувати капітали на майбутнє. Отримавши досить сприятливі стартові можливості у 1991 році під час набуття незалежності, Україна не скористалася ними і цим викликала певне розчарування у зарубіжній суспільній думці.

Нині ж, як вважають закордонні експерти, Україна взагалі не має ніякого іміджу: через загальну непоінформованість або необізнаність, а також неспроможність вигідно представити себе в очах міжнародного співтовариства. Сьогодні питання іміджу країни є не лише політичним питанням. Це питання національної безпеки, питання економічного розвитку, питання здійснення демократичних перетворень. Від того, яким є міжнародний авторитет країни, залежить і залучення до неї іноземних інвестицій, і вихід українських товарів, технологій та послуг на світовий ринок, і взагалі ставлення до нашої держави та її громадян.

Нині Україна має колосальний потенціал невикористаних можливостей для забезпечення просування своїх національних інтересів на світовій арені, серед яких головна роль належить технологіям паблік рілейшнз.

Ф. Котлер позначає 10 «сутьей» маркетингу: маркетинг матеріальних благ (товарів), послуг, експериментів (досвіду), подій, осіб, місць, власності, організацій, інформації і ідей [3, с. 28]. Поява маркетингу місць Ф. Котлер пов'язує з активною конкуренцією між собою за залучення туристів, фабрик, центральних офісів компаній і нових резидентів різних місць: міст, держав, регіонів.

Існують різні підходи до розгляду поняття маркетинг території, маркетинг місця. Всі вони зводяться до того, що територіальний маркетинг – це маркетинг на користь території, її внутрішніх суб'єктів, а також зовнішніх суб'єктів, в увазі яких зацікавлена територія.

У статті «Маркетинг іміджу як стратегічний напрям територіального маркетингу» І.П. Черна приводить наступне визначення: «Територіальний маркетинг в загальному вигляді описується як певний образ мислення і дій керівників регіонального рівня і підприємців, нова ділова філософія активної підприємницької діяльності, заснована на прагненні задовольнити виявлені потреби населення як

в даному регіоні, так і за його межами». Це визначення можна зустріти і в роботі колективу авторів В.І. Бутова, В.Г. Ігнатова і Н.П. Кетова «Основи регіональної економіки» [2, с. 229].

На думку Т.Ст. Сачука, завідувача кафедрою економіки і політології Карельського державного педагогічного університету, «таке трактування регіонального маркетингу близьке до економіко-географічного завдання розміщення виробничої діяльності на території і далеке від теорії маркетингу», оскільки «таке визначення регіонального маркетингу швидше пов'язане з питанням, які види діяльності в регіоні (або за його межами) треба розвивати, щоб задовольнити потреби населення» [3].

До маркетингового підходу Т.В. Сачук відносить визначення А.Л. Гапоненко, Г.В. Гутмана, Е.П. Голубкова і ряду інших авторів, які визначають регіональний маркетинг як «систему засобів по залученню в регіон нових економічних агентів, сприяючих процвітанню регіону в цілому».

Т. Сачук, узагальнюючи існуючі визначення і спираючись на визначення Ф. Котлера («маркетинг місць – це діяльність з метою створення, підтримки або зміни стосунків і/або поведінки, що стосуються конкретних місць» [4, с. 647.], визначає територіальний маркетинг як «діяльність з метою створення, підтримки і/або зміни стосунків і поведінки резидентів і нерезидентів в особі приватних осіб і компаній щодо конкретної території. Це філософія управління територією, яка сприяє її соціально-економічному розвитку за допомогою задоволення потреб приватних осіб і економічних суб'єктів в ресурсах з метою мешкання і/або ведення діяльності на території поза прив'язкою

до конкретного рівня територіальної освіти (регіон, країна, місто)».

С. Андреев підкреслює, що «маркетинг місць направлений на формування, збереження або зміну відношення споживачів, посередників, контактних аудиторій до певних «місць». У комерційній сфері це зони економічних інтересів виробничих підприємств, банків, фінансових груп і так далі В некомерційній – місця розташування і об'єкти, що представляють історичну цінність, пам'ятники культури, архітектури, музеї, бібліотеки і багато що інше» [1, с. 100].

В рамках маркетингу території зазвичай виділяють наступні основні стратегічні напрями: маркетинг іміджу, визначних пам'яток, інфраструктури, населення (забезпечення підтримки з боку громадян, політиків, організацій). При цьому під маркетингом іміджу, якщо узагальнити існуючі визначення, розуміють стратегічний напрям маркетингу території, пов'язаний із залученням інвесторів і туристів на основі створення і розповсюдження оптимізованої картини території шляхом організації в регіоні конференцій, виставок; випуску інформаційно-рекламних матеріалів; співпраці з регіональними, зарубіжними і міжнародними організаціями.

Висновки. В рамках даного підходу не приводиться конкретних і структурованих моделей територіального іміджу. Проте, можна привести ключові складові іміджу держави як сукупність емоційних і раціональних уявлень, витікаючих із зіставлення всіх ознак країни, власного досвіду і чуток, що впливають на створення певного образу. Як значущі компоненти іміджу фігурують історія країни, особа лідера, бренди, а також субіміджі – наприклад, діловий імідж, грошовий і так далі.

Список використаних джерел:

1. Андреев С.Н. Маркетинг некоммерческих субъектов. – М., 2012. – С. 100.
2. Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы «Паблик рилейшенз». СПб., 2013. – С. 41-42.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер – М., 2010. – С. 647.

Petrovavlovska S.

MARKETING APPROACH TO THE FORMATION OF THE STATE IMAGE

The article examines the nature and characteristics of the marketing approach to the formation of the country's image. Actions for promoting the use of PR in Ukraine were suggested.

In terms of transformation of Ukrainian society, the strategic interests of our country require its integration in the world, especially European, political, economic, scientific, cultural and informational space.

Unfortunately, at this stage, our country is losing its attractiveness for foreign partners as political, economic and socio-cultural phenomenon. It significantly influenced by the international image of our country: Ukraine today is not perceived in the world as an influential, legal, democratic, social state, which builds up a civil society, the one to be reckoned with and worth investments in the future.

Given a very favorable starting conditions in 1991 during independence, Ukraine did not use them, and this has caused a downturn in foreign public opinion.

And now according to foreign experts, Ukraine has no positive aspects in the international image, since Ukraine has lost in a referendum regarding Association Agreement with the EU in the Netherlands, because of the general ignorance or lack of knowledge and inability to introduce ourselves favorably in the eyes of the international community.

Today the issue of the country's image is not only a political issue. It is a question of national security, economic development, issues of democratic transformation.

The involvement of foreign investments and access of Ukrainian goods, technologies and services to the world market, as well as a general attitude to our country and its citizens depends greatly on the international image of the country.

Keywords: marketing campaign, the country's image, the strategic benefits of the country.

**ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА**

УДК 338.49

Кириченко С.О.

**ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ
ПОНЯТТЯ «СОЦІАЛЬНА ІНФРАСТРУКТУРА»
ТА ЇЇ ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ПРИЗНАЧЕННЯ**

У статті досліджено становлення економічної категорії «соціальна інфраструктура», внесено два підходи до визначення сутності. Встановлено, що основою відокремлення соціальної інфраструктури як окремої підсистеми господарського комплексу стало її функціональне призначення та складна внутрішня будова, що може бути представлено як така система, яка володіє як загальними так і специфічними ознаками

Ключові слова: соціальна інфраструктура, інфраструктура, розвиток, людський капітал, потреби населення, відтворення.

В статье исследовано становление экономической категории «асоциальная инфраструктура», выделено два подхода к определению её сущности. Установлено, что основой размежевания социальной инфраструктуры как отдельной подсистемы хозяйственного комплекса стало её функциональное предназначение и сложная внутренняя структура, представленная как определенная система, которая обладает как общими, так и специфическими характеристиками

Ключевые слова: социальная инфраструктура, инфраструктура, развитие, человеческий капитал, потребности, население, воспроизводство

Вступ. У сучасних умовах макроекономічної нестабільності есе більшого значення набуває розвиток соціальної інфраструктури в муніципальних утвореннях, регіонах країни та у державі в цілому. Розвиток соціальної інфраструктури безпосередньо пов'язано із функціонуванням соціальної сфери, яка формує ресурсний та трудовий потенціал країни. У розвитку соціальної інфраструктури зацікавленими є як держава, так і господарюючі суб'єкти й населення, оскільки її розвиток сприяє гармонійним відносинам між суб'єктами національного господарства. Питання розвитку соціальної інфраструктури має міжгалузевий характер і вивчається як економістами так і соціологами і психологами.

Аналіз основних досліджень. Відокремлення економічно; категорії

«інфраструктура» – знайшли своє відображення у працях таких зарубіжних вчених: П. Розенштейна-Родана, А. Хіршмана, А. Янгсона та ін. авторів. Розв'язанню проблем розвитку соціальної інфраструктури та визначенню сутності цієї економічної категорії присвячено роботи таких вчених як: О.М. Алимов, Б.М. Данилишин, А.А. Мазараки, М.К. Орлатий, Ю.Л. Саенхо, Д.М. Стеченко та ін.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Незважаючи на велику кількість публікацій відносно значення та проблем розвитку соціальної інфраструктури, визначення її сутності залишається лосі дискусійним.

Постановка завдання. Метою статті є з'ясування підходів до визначення сутності поняття «соціальна інфраструк-

тура», визначення її функціонального призначення та внутрішньої будови.

Результати дослідження. Виділення інфраструктури для вивчення як окремого об'єкту направлено на вирішення виникаючих адаптивних проблем у процесі економічного розвитку. Якщо досліджувати це поняття у теоретичному плані, то виділення інфраструктури як наукового компонента економічного й соціального відтворення пов'язано із розвитком виробництва та науково-технічним прогресом. Якщо брати у прикладному аспекті, то інфраструктура розглядається як вторинний елемент при вирішенні народногосподарських завдань.

Інфраструктура повинна забезпечувати вимоги максимальної корисності та потреб як для людей, так і для підприємств, регіонів, держави. Тенденції розвитку інфраструктури як певного облаштування на землі можна прослідкувати з найдавніших часів, приблизно з V сторіччя нашої ери, коли переважало натурально-патріархальне господарство, виникли перші інфраструктурні споруди господарського користування, а ще раніше, приблизно 3000 років до нашої ери, почала створюватися інфраструктура як середовище виживання.

Сьогодні розглядають різні види інфраструктури. Це може бути: ринкова, міська, регіональна, світова, виробнича, соціальна, транспортна, інноваційна, митна та ін. В економіці сам термін «інфраструктура», який був запозичений з військової сфери, почав використовуватися у 40-х роках минулого сторіччя по відношенню до створення умов, пов'язаних із використанням транспорту та зв'язку, для розвитку промисловості, сільського господарства та будівництва.

Поняття соціальної інфраструктури сформувалося у 70-х роках минулого століття на межі галузей соціально-економічних знань сфери нематеріального виробництва і розглядали її спочатку як сферу послуг, і лише з часом стали вивчати як окрему підсистему народного господарства.

Розмаїття тлумачень сутності економічної категорії «соціальна інфраструктура» пов'язано з тим, що представники економічної науки виділяють два підходи до визначення її сутності, акцентуючи увагу на різних аспектах цієї економічної категорії. Це пов'язано з тим, що при розгляді цієї економічної категорії може бути обрано як макроекономічний так і мікроекономічний підходи.

Так перший підхід полягає у тому, що соціальну інфраструктуру розглядають як: сукупність певних галузей, які пов'язані із сферою надання послуг. Такий підхід обумовлено тим, що у макроекономічному аспекті інфраструктура являє собою сукупність певних умов, у тому числі соціальних, які забезпечують: розвиток виробництва задоволення матеріальних та духовних потреб населення, що супроводжується комплексним розвитком транспорту, зв'язку, електроенергетики, матеріально-технічного постачання, науки, освіти, охорони здоров'я тощо.

Наприклад, у Вікіпедії дано тлумачення сутності соціальної інфраструктури, використовуючи такий підхід, а саме: «соціальна інфраструктура – комплекс галузей (освіта, охорона здоров'я, житлово-комунальне господарство, пасажирський транспорт і зв'язок, культура, побутове обслуговування), які безпосередньо пов'язані зі створенням загальних умов для відтворення робочої сили і забезпечення нормальної життєдіяльності людей» [1]. Д.М. Стеченко стверджує, що «соціальна інфраструктура, це сукупність галузей невиробничої сфери, що створюють загальні умови для раціональної організації основних видів діяльності людини – трудової, суспільно-політичної, сфери духовної культури та побуту» [5, с. 218].

Фахівці Інституту демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи Національної академії наук України під соціальною сферою визначають: «складний комплекс різних галузей, які виконують ряд завдань щодо забезпечення життя

і діяльності людини, а саме, пов'язані із забезпеченням життєдіяльності біологічних і соціальних потреб, а також рівня життя, який відповідає соціальному стандарту «нормального» життя і сприймається більшістю як стан комфорту» [6, с. 47]. А соціальну інфраструктуру – як «сукупність специфічних сфер суспільного буття, які створюють і забезпечують умови для просторової й часової соціалізації економіки в контексті соціального призначення держави» [6, с. 49].

Другий підхід трактує соціальну інфраструктуру як певну сукупність об'єктів, які створюють умови для задоволення потреб споживачів, що сприяє їх ефективному відтворенню. Такий підхід пов'язано з тим, що у макро-економічному аспекті інфраструктура досліджується щодо внутрішньо функціонального значення, розкриваючи відносини між окремими об'єктами, якими можуть виступати територіальний комплекс, місто, район, галузь тощо і комплексом елементів необхідних для їх створення, функціонування та розвитку.

Використовуючи такий підхід дано визначення у економічній енциклопедії під редакцією С.В. Мочерного, де соціальна інфраструктура розглядається як «комплекс об'єктів (підприємств, закладів, організацій та споруд), які забезпечують умови функціонування суспільного виробництва і життєдіяльності населення, формування фізично та інтелектуально розвиненого, суспільно активного індивіда» [2, с. 704]. Кінаш І.П. стверджує, що до соціальної інфраструктури «відносяться об'єкти, які забезпечують загальні умови для ефективної трудової діяльності, формування фізичного та інтелектуального розвитку суспільно активного індивідуума та створюють умови для розвитку виробництва і життєдіяльності населення» [3, с. 172].

Отже, тривалий час соціальну інфраструктуру розглядали у контексті інфраструктури, а на як окрему економічну категорію. Основою відокремлення соціальної інфраструктури як економічної

категорії та окремої підсистеми господарського комплексу стало її функціональне призначення й складна внутрішня будова, що може бути представлено як певна система, яка володіє загальними так і специфічними ознаками. Як і будь яка інша система соціальна інфраструктура має цілісність і складність відповідного об'єкту, у своїй будові може бути представлена як певна сукупність підсистем та елементів, взаємодія яких дає більший результат ніж кожна з них окремо у підсумку. У свою чергу система є підсистемою вищого порядку.

При обґрунтуванні функціонального призначення соціальної інфраструктури фахівці виділяють такі положення, що «у системі суспільного відтворення соціальна інфраструктура як специфічна підсистема економіки виконує багатогранні функції. Вона виступає сферою виробництва, споживання різних послуг і духовних благ, пов'язаних з необхідністю охорони здоров'я, отримання освіти, задоволення культурних потреб людини, створення житлово-побутових та інших умов для життя і діяльності населення. У сукупності виконуваних завдань ця функція спрямована на забезпечення розширеного відтворення робочої сили та формування її нового якісного складу» [4, с. 12].

Висновки. Необхідно наголосити, що не залежно від того який використовувати підхід до визначення економічної категорії «соціальна інфраструктура», її необхідно розглядати як самостійний комплекс галузей народного господарства та сукупність певних об'єктів, головною метою яких є задоволення потреб населення та ефективного відтворення людського потенціалу задля переходу його у людський капітал.

Саме людський капітал, особливо із врахуванням вектора розвитку економіки знань, є впливовим фактором виробництва, у тому числі інноваційного, що надає ще більшого акценту до необхідності задоволення потреб споживачів у матеріально-технічному,

побутовому, освітньому, медицинському, транспортному, інформаційному та ін. обслуговуванню.

У свою чергу, розвиток соціальної інфраструктури безпосередньо пов'язано із економічним розвитком регіонів, держави та їх інноваційним розвитком. Отже, соціальна інфраструктура – це: окрема самостійна система, яка складається з певних підсистем (галузей), що взаємодіють між

собою та об'єднанні єдиною спільною метою – забезпеченням життєдіяльності населення та формуванням умов для соціально-економічного розвитку.

Вивчення умов функціонування, внутрішніх зв'язків і зовнішніх факторів кожної з систем і всієї інфраструктури в цілому надзвичайно важливо і необхідно для вироблення ефективних засобів повноцінного функціонування економіки і соціальної сфери.

Список використаних джерел:

1. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org>
2. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. / Ред. кол.: С. З. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – 864 с.
3. Кінаш І.П. Склад і структура соціальної інфраструктури / І.П. Кінаш // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 3(46). – Ч. 2 – С. 171-176.
4. Кочетов О.М. Сучасний погляд на роль інфраструктури в соціальному розвитку суспільства / О.М., Кочетов, Д.А. Харитонов. – Саратов: Изд-во. Саратовський державний соціально-економічний університет. – 2007. – С. 12-18.
5. Трансформація соціальної інфраструктури в контексті забезпечення гуманітарного розвитку ; кол. моногр. / за наук. ред. д.е.н., проф. В.М. Новікова, д.е.н., проф. З.С. Сіройча. – Вінниця; ПЛІ. Балюк І.П., 2015. – 384 с.

Kyrychenko S.O.

APPROACHES TO DEFINITION ESSENCE OF THE CONCEPT «SOCIAL INFRASTRUCTURE» AND ITS FUNCTIONAL APPOINTMENTS

The article established, that development of social infrastructure is directly related; with the functioning forming social and labor resource potential of country. Studying for the social infrastructure as a single object is aimed at solving adaptive problems emerging in the process of economic development. The variety of interpretations the nature «social infrastructure» as an economic category related to the fact that representatives of economic science are allocate two approaches for determine its nature accenting attention on the various aspects this economic category.

The first approach is that social infrastructure is considered as a set of specific sectors, what are connected with the provision of services. This approach caused by the macroeconomic aspect of infrastructure is a combination of certain conditions, including social, which provide: development of production, the material and spiritual needs of the population, accompanied by integrated development of transport, communications, energy, logistics, science, education, health and so on. The second approach treats the social infrastructure as a set of objects that create the conditions for satisfying the needs of consumers and contributing to the efficient reproduction. This approach is due to that the macroeconomic aspect of infrastructure is internally investigated on functional significance, revealing the relationships between different objects, which may make territorial complex, city, industry, etc., and a set of elements needed for their creation, operation and development.

A result of research determined that for a long time social infrastructure considered in the context of infrastructure, and not as a separate economic category. The basis of the separation of social infrastructure as economic category and separate subsystem of economic complex became its functionality and complex internal structure that can be represented as a kind of system that has common and specific features. As any other system the social infrastructure has the integrity and complexity of the applicable object, it can be represented in its structure as a certain set of subsystems and components whose interaction gives greater impact than each of them individually as a result. In turn, the system is a subsystem of the highest order.

It must be emphasised that matter which approach is used to determine the economic category of «social infrastructure» it should be considered as an independent set of important economic sectors and the collection of certain objects, whose primary purpose is to meet the needs of the population and good reproduction of the human potential for conversion in its human capital. Thus, the social infrastructure is: separate independent system, which consists of some subsystems (areas) that interact with each other and consolidate the single common purpose – livelihood and creating conditions for socioeconomic development.

Keywords: social infrastructure, infrastructure development, human capital, population needs, reproduction.

УДК 338.439:532

Мармуль Л.О.

**СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЦІН
НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ ПРОДУКЦІЮ
У РЕГІОНАХ УКРАЇНИ**

У статті розглянуті особливості формування цін на сільськогосподарську продукцію. Обґрунтовується необхідність врахування соціальних аспектів діяльності аграрних підприємств, розвитку сільських територій у регіонах країни.

Ключові слова: ціноутворення, сільськогосподарська продукція, собівартість, витрати, аграрні підприємства, соціальні аспекти, регіони, управління, ринок, конкурентоспроможність.

В статье рассмотрены особенности формирования цен на сельскохозяйственную продукцию. Обосновывается необходимость учета социальных аспектов деятельности аграрных предприятий, развития сельских территорий в регионах страны.

Ключевые слова: ценообразование, сельскохозяйственная продукция, себестоимость, затраты, аграрные предприятия, социальные аспекты, регионы, управление, рынок, конкурентоспособность.

Постановка проблеми. На думку багатьох дослідників та практиків, однією з основних причин збереження кризової ситуації в АПК є непослідовне проведення державної цінової політики, що проявилось і продовжує проявлятися в різкому погіршенні еквівалентності обміну між сільським господарством і промисловістю, не контрольованому підвищенні цін монополістами, які постачають селу засоби виробництва, скороченні попиту на сільськогосподарську сировину харчових підприємств, продовольчу продукцію через низьку платоспроможність основної маси населення.

За останні роки замість економічної підтримки села з нього вилучалися значні фінансові ресурси, яких було б достатньо для поновлення зношених та морально застарілих основних виробничих засобів. Замість сприяння організації та розвитку сільських територій на інноваційних та соціально відповідальних засадах диспаритет цін призвів до значного збільшення натуральних показників обміну, підвищення собівартості майже всієї сільськогосподар-

ської продукції. Причому собівартість продукції зростала набагато швидшими темпами, ніж фактичні ціни реалізації.

З іншого боку, використовуючи своє монопольне положення, підприємства по заготівлі, зберіганню, переробці і реалізації сільськогосподарської продукції різко підвищили ціни на свої товари і послуги, що стало однією із причин диспаритету цін між сільським господарством і названими сферами. Монополізм і нерегульованість міжгалузевих та регіональних зв'язків у трансформаційний період сприяли зростанню збитковості сільськогосподарського виробництва.

Аналіз роздрібних цін по основних видах продукції тваринництва свідчить, що продукція сільського господарства при переважаючій питомій вазі сировини у структурі ціни збиткова, а переробна промисловість і торгівля від реалізації готової продукції отримують значний прибуток. Тому вирішення проблем ціноутворення, формування цін на соціально значимі продовольчі товари першої необхідності має першочергове значення не тільки у вироб-

ничо-економічному плані, але й для забезпечення соціально-економічної стабільності, попередження зубожіння населення у регіонах країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні і методологічні питання ціноутворення щодо вирішення проблем саме в сільському господарстві були закладені В. Г. Андрійчуком, П. П. Борщевським, І. І. Лукіновим, П. М. Макаренком, О. М. Онищенко, П. Т. Саблуком, П. І. Гайдуцьким, Б. І. Пасхавером, О. М. Шпичаком, О. Г. Шпикуляком, О. В. Олійником та ін. Вони продовжені у публікаціях [2, 3, 4, 5, 6, 7, 8]. Вченими визначено, що ціна є вирішальним чинником стимулювання аграрного бізнесу. Вона формує економічну зацікавленість товаровиробників сільськогосподарської продукції у виробництві певного виду продукту, опосередковує фінансовий результат їх господарювання, спонукає до соціальної відповідальності, стимулює впровадження інновацій та зростання продуктивності праці.

Метою статті є визначення особливостей формування цін на сільськогосподарську продукцію у регіонах України з урахуванням соціальних аспектів діяльності аграрних підприємств.

Вклад основного матеріалу. Економічні процеси агропромислової діяльності, ринкові механізми господарювання об'єктивно вимагають формування такої цінової політики, яка б забезпечила еквівалентність обміну на стадіях матеріально-грошового забезпечення, виробництва сировини, переробки і реалізації продукції, надання послуг і формування доходів, необхідних для розширеного відтворення в сільському господарстві та розвитку сільських територій. Успіхи становлення і розвитку ринкових відносин в аграрній економіці в значній мірі залежать від системи ціноутворення на продукцію сільськогосподарського виробництва, її відповідності новим умовам організації виробничої діяльності та підприємництва.

Ціна є важливим регулятором взаємодії суб'єктів ринкових відносин. Вона тісно пов'язана із законами вартості, попиту і пропозиції, територіального поділу праці, які уособлюють рушійні сили економічного розвитку та зростання. Це потребує об'єктивного підходу до обґрунтування процесу ціноутворення на регіональному та підприємницькому рівні з урахуванням особливостей територіального розміщення та маркетингового середовища, кон'юнктури споживчого продовольчого ринку, обсягів та форм державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників.

Ціна – це вираження вартості товару з врахуванням покриття витрат та отримання прибутку для подальшого розширення виробництва. Високі ціни забезпечують нормальне функціонування аграрної економіки, проте вони повинні бути об'єктивними для виробників та споживачів. За таких умов економічна система характеризується стабільністю, урегульованістю та перспективами для розвитку. З іншої сторони, існуючий диспаритет цін спричиняє високий ризик банкрутства аграрних підприємств, недоотримання прибутків, спад виробництва, погіршення якості продукції та ін. Вирішення цього питання дасть можливість йому динамічно та активно розвиватися, у т.ч. на регіональному рівні, позитивно впливатиме на розвиток сільських територій у цілому.

Роль ціни та ціноутворення як складника організаційно-економічного механізму господарювання постійно зростає в умовах ринкової економіки. Ціна розуміється як важливий інструмент конкуренції, перерозподілу ресурсів, переливання капіталу, реалізації рентних відносин, один із основних елементів маркетингової стратегії аграрних підприємств, соціальної відповідальності агробізнесу та важіль управління регіональною економікою. Економічний зміст ефективної цінової стратегії полягає у встановленні таких цін, які забезпе-

чували б завоювання певного сегмента ринку, вирішували стратегічні та оперативні завдання з питань реалізації продукції для забезпечення запланованих обсягів прибутку, та своєчасного регулювання на зміни кон'юнктури ринку [1].

На сьогоднішній день ціни, що застосовуються в національному господарстві, розділяються на вільні, державні, фіксовані та регульовані. Вільні формуються під впливом ринкової кон'юнктури. Державні, фіксовані та регульовані ціни знаходяться під контролем відповідних державних органів влади і встановлюються на продукцію галузей, що мають соціальну спрямованість та на монопольних підприємствах.

Також є необхідність виділити ще декілька видів цін, що обслуговують аграрний ринок. За гуртовими та роздрібними цінами продукцію реалізують кінцевим споживачам. У зв'язку з великою кількістю учасників ринку та значною конкуренцією роздрібні ціни переважно формуються під впливом попиту та пропозиції та використовуються для реалізації продукції на ринку, населенню та у власних торгових мережах [2].

У свою чергу, на процес ринкового ціноутворення впливають багато зовнішніх і внутрішніх чинників. До зовнішніх чинників відносяться: загальний стан економіки регіонів та країни, кон'юнктура світового ринку та міжнародна економічна інтеграція, стан аграрного ринку, характер та рівень регулювання та бюджетної підтримки виробництва, обсяги і динаміка інфляції, особливості існуючого і перспективного споживчого попиту. До внутрішніх чинників належать ємність регіональних та національного продовольчого ринку, ефективність бізнес-процесів, у т.ч. ресурсокористування на підприємствах, специфіка пропонованої продукції, її життєвий цикл, імідж виробника на споживчому ринку, організація сервісних послуг та розвиток фірмової торгівлі, стратегії ринкової поведінки у цілому.

Нестабільна цінова кон'юнктура аграрного ринку є одним з основних

чинників, які впливають на економічні показники діяльності аграрних підприємств. Ріст рівня середньореалізаційних галузевих цін є основною передумовою збільшення розміру доходу та прибутку сільськогосподарських підприємств. У свою чергу, ціна в сучасних умовах стає економічним підґрунтям переходу аграрного виробництва на інноваційні засади та розширене відтворення в умовах, коли товаровиробники об'єктивно не можуть знижувати собівартість сільськогосподарської продукції. Ціна залишається єдиним джерелом підвищення рівня прибутковості та конкурентоспроможності продукції сільського господарства, підприємств та галузей.

Нестабільність цін на сільськогосподарську продукцію обмежує відтворювальний потенціал сільськогосподарських підприємств та вносить дестабілізуючий вплив у процеси відтворення. Така ситуація не дозволяє товаровиробникам сформувавши достатні для відтворення обсяги нагромадження, доходи товаровиробників нестабільні, зростання собівартості потребує зростання доходів для відшкодування здійснених витрат.

Процес ціноутворення на сільськогосподарської продукції має особливості, неврахування яких спричиняє порушення ринкової рівноваги, що негативно впливає на конкурентоспроможність та соціально-економічний розвиток галузі у цілому. Відхилення від стану рівноваги надає енергії деструктивним чинникам, що здатні створити надлишок певних видів сільськогосподарської продукції і перевантаження ними ринку при зростанні пропозиції та дефіцит продукції, особливо вітчизняного виробництва, при її скороченні.

У такій ситуації повернути ринок у стан рівноваги спроможне лише державне регулювання таких цін, що стимулюють зростання пропозиції при дефіциті продукції та попиту – при її надлишку. Водночас, надмірний контроль над цінами порушує механізм рин-

кового конкурентного ціноутворення на основі законів попиту та пропозиції, що обмежує цінову конкуренцію агроформувань та можливості формування їх конкурентоспроможності.

Через високі витрати сільськогосподарського виробництва в Україні, які не дозволяють стабілізувати ринкові ціни відповідно до рівня платоспроможного попиту населення, виникає нагальна

потреба у державній підтримці сільськогосподарських підприємств, спрямованої на відшкодування їх витрат та стимулюванні попиту засобами цінового регулювання, регулюванню сільськогосподарського виробництва. Високі витрати зумовлюють наступні причини:

– значна фондо- (основні засоби, довгострокові біологічні активи) і ресурсо-

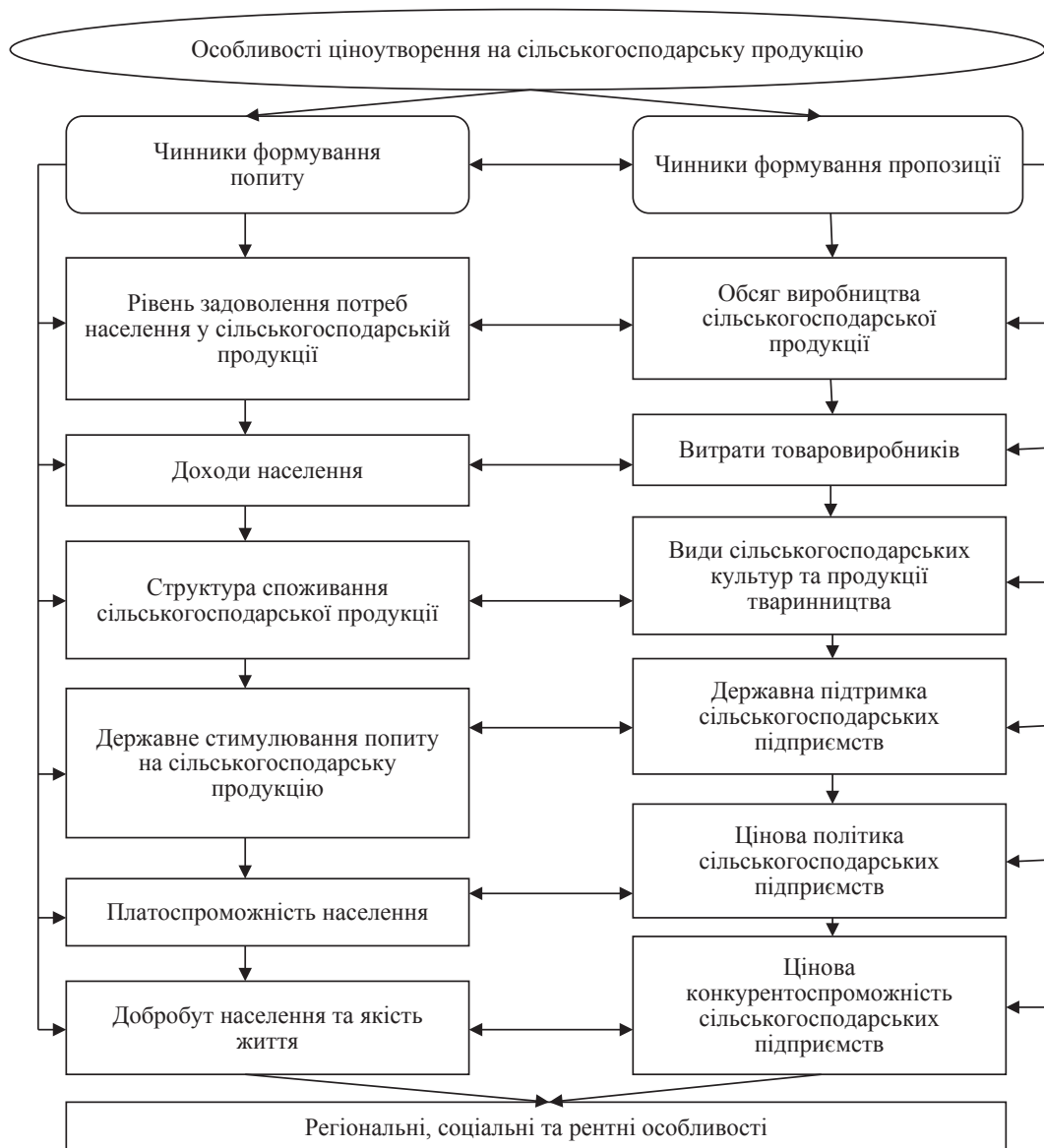


Рис. 1. Формування цін на сільськогосподарську продукцію з урахуванням регіональних чинників

місткість виробництва, яка обумовлена специфікою його здійснення;

– збереження диспаритету цін, тобто перевищення темпів їх зростання цін на засоби виробництва та паливно-мастильні матеріали над темпами зростання на сільськогосподарську продукцію;

– низький рівень матеріально-технічного і фінансово-економічного забезпечення, погіршення професійної підготовки працівників та її невідповідність вимогам, використання застарілої техніки та технологій;

– монопольне становище заготівельних, переробних і збутових підприємств, що мають можливість значно підвищувати ціни на кінцеві товари та послуги без підвищення плати за сільськогосподарську сировину, блокуючи при цьому її доступ на внутрішній ринок.

Високі сукупні витрати на виробництво визначають, відповідно, високу вартість сільськогосподарської продукції, яка складається з її собівартості, витрат на транспортування, реалізацію й ін. У процесі ціноутворення до цієї вартості додаються податкові відрахування, інші обов'язкові платежі та нормований обсяг чистого прибутку. Наступний етап ціноутворення передбачає порівняння отриманої у результаті цих розрахунків суми та реальної ринкової ціни. Таким чином, кінцева ціна на сільськогосподарську продукцію формується під впливом дії законів вартості, попиту та пропозиції.

Щодо визначення суспільної вартості сільськогосподарської продукції і, відповідно, встановлення середньої ціни у суспільстві, то вона, на відміну інших галузей національного господарства, повинна визначатися не за середніми умовами виробництва, а за тими, що існують на гірших за родючістю та розміщенням землях, щоб забезпечити на них відшкодування витрат та отримання прибутку у регіонах на рівні середньої норми.

Рівноважну ринкову ціну у даному

випадку слід розглядати не як абстрактний показник, якого не може існувати у реальній дійсності, а як таке співвідношення попиту і пропозиції, за якого досягається максимально можливий у сучасних умовах обсяг реалізації сільськогосподарської продукції. Чим більше наближається до одиниці співвідношення кожного чинника формування ринкового попиту та відповідного йому чинника формування ринкової пропозиції, тим більше ціна на сільськогосподарську продукцію наближається до такої, що задовольняє як товаровиробників, так і споживачів продукції (рис. 1).

Порушення збалансованості хоча б одного з чинників формування попиту з відповідним йому чинником формування пропозиції викликає деструктивні зміни у механізмі ціноутворення на продовольчу продукцію з усіма негативними наслідками. Тому перед сільськогосподарськими підприємствами постають завдання, пов'язані з забезпеченням ефективного та конкурентоспроможного виробництва продукції, з її реалізацією за прибутковою ціною, що забезпечувала б рівень прибутку не тільки для відтворення, але й вирішення соціальних проблем розвитку сільських територій у регіонах країни.

Висновки. Процес ціноутворення на сільськогосподарську продукцію має регіональні особливості: наявність загальної тенденції до перевищення рівня пропозиції над рівнем попиту; виникнення цінових диспропорцій через незбалансованість попиту і пропозиції; висока вартість сільськогосподарської продукції, пов'язана зі специфікою господарювання на землі; високий рівень витрат сільськогосподарських підприємств через недосконалість технологій виробництва продукції, використання застарілої техніки, нееквівалентний обмін з промисловістю, монопольне становище переробних підприємств і ін.; низький рівень доходів та платоспроможності населення.

При цьому обстоюється необхід-

ність державної підтримки сільсько-господарських підприємств, які розміщені у гірших умовах виробництва та заходів зі стимулювання попиту споживачів. Досягти максимально можливого у сучасних умовах обсягу реалізації сільськогосподарської продукції можна за допомогою встановлення її рівноважної ціни. Отже, процес формування обґрунтованих цін передбачає врахування соціальних чинників діяльності аграрних підприємств, рентних відносин у регіонах країни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Крупнейшие аграрные компании Украины: на пороге реструктуризации. AgriSurvey. 2011 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.myland.org.ua/index.php?id=2930&lang=uk>.
2. Воскобойник Ю.П. Проблемные аспекты развития и государственного регулирования оптовых рынков сельскохозяйственной продукции: опыт Украины / Ю.П. Воскобойник // Бизнес. Образование. Право. – Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2014. – № 1 (26). – С. 73-77.
3. Копистко О.В. Теоретичні основи конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / О.В. Копистко // Економіка АПК. – 2010. – №1. – С. 61-63.
4. Хижа Н.М. Диспаритет цін: чинники і сфери формування та шляхи подолання / Н.М. Хижа // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – Вип. 189. – С. 265-269.
5. Шуботович Т.А. Теоретичні основи конкурентоспроможності аграрних підприємств / Т.А. Шуботович // Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 1. – С. 84-87.
6. Стасіневич С.А. Удосконалення законодавчого забезпечення ціноутворення в Україні на сучасному етапі / С.А. Стасіневич, С.В. Волошин // Науковий вісник НУБіП України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». – 2013. – Вип. 181. – Ч. 4. – С. 298-304.
7. Червен І.І. Аграрний ринок вимагає зваженої цінової політики / І.І. Червен, І.Д. Бурковський, А.В. Бурковська // Економіка АПК. – 2007. – №3. – С. 99-104.
8. Шпикуляк О.Г. Проблеми економічних відносин в механізмі ціноутворення аграрного ринку / О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2009. – №10. – С. 77-82.

Marmul L.O.

SOCIAL ASPECTS OF THE FORMATION OF PRICES OF AGRICULTURAL PRODUCTS IN THE REGIONS OF UKRAINE

In the article the peculiarities of the prices formation of agricultural products. The necessity of taking into account social aspects of activity of agricultural enterprises, development of rural areas in the regions of the country.

According to many researchers and practitioners, a major cause of saving the crisis in agriculture is inconsistency manifested in the state pricing policy and continues to manifest itself in a sharp deterioration of equivalent exchange between agriculture and industry. It has not controlled price increases monopoly that supply the village means of production, reducing demand for agricultural raw materials of food businesses, food production because of low solvency of the general population.

Economic processes agro-industrial activities, a market economy objectively requires the formation of such a pricing policy that would ensure equivalence of exchange on the stages of material and financial support, primary production, processing and sale of goods, services and income generation necessary for extended

reproduction in agriculture and rural development. The success of formation and development of market relations in the agrarian economies largely depend on pricing for the products of agricultural production, its compliance with the new conditions of industrial activity and entrepreneurship.

Price is an important regulator of the interaction of market relations. It is closely related to the law of value, supply and demand, the territorial division of labour, which represent the driving force of economic development and growth. This requires an objective approach to the study of the process of pricing in the business and regional level, allowing for the spatial distribution and marketing environment, market food situation of consumer and the amounts and forms of state support for agricultural producers.

Price – an expression of good value considering the costs and profits for further expansion. High prices ensure the normal functioning of agricultural economy, but they must be objective for manufacturers and consumers. Under these conditions, an economic system characterized by stability and orderliness of prospects for development. On the other hand, the existing disparity in prices causes a high risk of bankruptcy of agricultural enterprises, loss of profits, recession, and deterioration of product quality and so on. Resolving this issue will enable it to develop dynamically and actively, including at the regional level, a positive impact on rural development in general.

The process of price formation for agricultural products has regional characteristics: the presence of the general tendency to excess supply over demand levels; the emergence of price distortions due to the imbalance of supply and demand; the high cost of agricultural production, related to the specific entities in the earth; high costs of agricultural enterprises due to imperfect technology production, the use of outdated technology, unequal exchange with industry, the monopoly position of processing enterprises, etc.; low income and solvency of the population.

Keywords: pricing, agricultural production, costs, and expenses, agricultural enterprises, social aspects, regions, management, market, competitiveness.

УДК 339.138:658(045)

Петровська С.В., Криворучко О.В.

ІНСТРУМЕНТИ І МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ МОДЕЛЮВАННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розкрито сутність, порядок проведення та аналіз застосування різних форм кількісної або якісної імітації явищ і процесів, за допомогою яких можна дати опис стану, розвитку і взаємозв'язку ринкових процесів. Розглянуто необхідність застосування моделей маркетингу, які відображують найбільш суттєві прояви закономірностей явищ або процесів, що відбувається на ринку.

Ключові слова: маркетинг, модель, процес, система, управління, послуга, споживач, комплекс маркетингових елементів, конкуренція.

В статье раскрыта сущность, порядок проведения и анализ применения разных форм количественной или качественной имитации явлений и процессов, с помощью которых можно дать описание состояния, развития и взаимосвязи рыночных процессов. Рассмотрена необходимость применения моделей маркетинга, которые отображают наиболее существенные проявления закономерностей явлений или процессов, что происходит на рынке.

Ключевые слова: маркетинг, модель, процесс, система, управление, услуга, потребитель, комплекс маркетинговых элементов, конкуренция.

Постановка проблеми. В умовах стабілізації і подальшого підйому економіки функція маркетингу стає основою діяльності підприємства. За допомогою маркетингу встановлюється і підтримується комунікація із зовнішнім оточенням, виявляється вплив на нього.

При цьому треба знати, як визначити ринок і розбити його на сегменти, як оцінити потреби і запити, переваги споживачів у рамках цільового ринку, як згрупувати і випробувати товар з потрібними для ринку споживчими властивостями, як за допомогою ціни донести до споживачів ідею цінності товару.

Для того, щоб швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, що впливає на підприємство, необхідно проводити постійний моніторинг ринкової ситуації по певних найбільш значущих параметрах (попит, пропозиція, ціни, товари – конкуренти, альтернативні технології та ін.). Збір і оперативне використання такої інформації є вирішальним чинником успіху в маркетингу при ухваленні рішень.

Найбільш доступними є методи моделювання маркетингової діяльності, які дозволяють швидко обробляти і використовувати оперативну інформацію на практиці.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Відзначається велика кількість наукових праць, присвячених проблемам моделювання маркетингових процесів. Булі розглянуті психологічні моделі, що враховують поведінку покупців. До їх числа відносяться математична форма моделей привабливості Г. Лилиєна і Ф. Котлера, і маркетингових стратегій Х. Симона і Р. Германа, моделі поведінки покупців Дж. Ангела, Д. Коллата і Р. Блеквела і багатьох інших. При цьому практично відсутні дослідження питань управління маркетинговими моделями які мають бути прості, доступні для використання, таких, що не містять зайвих деталей, але включають усі основні параметри. Не було досліджено види моделей маркетингу що б охоплювали усі процеси, які властиві маркетинговій діяльності сучасного підприємства.

Метою дослідження виступає розробка і обґрунтування теоретичних положень та рекомендацій, спрямованих на впровадження системи моделей маркетингу, щоб дозволили маркетологам акцентувати свою увагу на найбільш важливих показниках виробництва, як в умовах кризової ситуації, так і стабілізації і зростання економіки.

Виклад основного матеріалу. В сучасних ринкових умовах підприємство повинно мати плани створення і доведення продукції до споживача, а також конкретну стратегію маркетингу – мікс, включаючи план заходів, що дозволяє оптимізувати співвідношення «витрати, – прибуток» в короткостроковому і довгостроковому періодах. Необхідно створити і систему контролю, яка дозволить компанії оцінювати результати і вчитися на власному досвіді, постійно розвиваючись і поповнюючи власні методи дії на споживачів.

Маркетинг є органічною частиною управління і, у свою чергу, виступає як відкрита система, що перебуває під впливом безлічі зовнішніх і внутрішніх чинників, у тому числі управління підприємством в цілому. В той же час маркетинг, будучи частиною цілого, має в умовах ринкових стосунків сильний вплив на процес ухвалення рішень на підприємстві. Міра цього впливу залежить, у свою чергу, від активності елементів, взаємозв'язків, стосунків, що становлять єдине ціле – підприємство.

Маркетингове управління діяльністю суб'єкта будується: по-перше, на принципах стратегічного планування; по-друге, – на принципах управління інвестиційним портфелем, в якому кожна складова діяльності суб'єкта, або його бізнес-одиниця має свій потенціал отримання прибутку, що приймається за основу розподілу ресурсів; по-третє, на принципах власне маркетингу, що дозволяє оцінити відгук на реакції рішень, що приймаються на основі перших двох принципів, що дозволяють безпосередньо планувати, організувати і контролювати їх, використовую-

ючи системний маркетинговий інструментарій.

В міру посилення конкуренції у рамках системи задоволення запитів споживачів відбувається перехід до індивідуального маркетингу, тобто маркетингу взаємозв'язку з покупцями, що забезпечує їх лояльність і постійність (поява концепції «поодинокого сегменту», «масовій індивідуалізації потреб»).

Стрімкий розвиток інформаційних технологій, Інтернету і інших складових інфраструктури, бізнесу, орієнтованого на побудову індивідуальних стосунків дозволяє створювати великі конкурентні переваги, що стає об'єктом пильної уваги в якості найважливіших нематеріальних активів підприємства. В той же час найбільшого значення набуває система завоювання клієнтської бази, заснованої на економіці зв'язків і мереж, свободі ідей і інновації, розподілі функцій, невидимості конкурентів.

В умовах стабільної економіки роль маркетингу полягає в створенні з будь-яких соціально значущих цінностей або ідей комплексних систем, що легко сприймаються споживачами, і призводить до підвищення їх добробуту і суспільства в цілому. З моменту становлення маркетингу завжди був спрямований на створення систем з урахуванням відповідності потребам ринку і конкурентним перевагам. При цьому конкурентні переваги в умовах стабільної економіки або зростання можна досягти тільки шляхом створення бізнес – моделей, що базуються на унікальному задоволенні потреб, які повинні визначати формування соціально-економічних стратегій підприємства, після чого можна приступати до формування структурних зв'язків підприємства шляхом відбору і концентрації відповідних управлінських ресурсів і порівняння їх з планованими цільовими результатами.

Поява концепції ринкових інновацій, що має на увазі метод ведення бізнесу, в якому досягнення конкурентних переваг відбувається за рахунок задо-

волення запитів клієнтів з використанням системи, здатної створювати ті, що відповідають їх потребам і бажанням цінності («дати споживачам те, що вони хочуть в несподіваній для них формі»). При цьому інноваційна система на вході матиме клієнтську базу, здатну задовольняти запити покупців і, зміцнюючи зв'язки з ними, домогтися їх неодноразового звернення, а на виході – забезпечується успішне досягнення цілей. При цьому ефективність ведення бізнесу оцінюється за допомогою моделей довгострокових дій маркетингу, що враховують постійні запити покупців на тривалу перспективу. Уміння задовольняти запити клієнтів характеризується мірою взаємозв'язку з ними, а продуктивність бізнесу означає рівень рентабельності, складу витрат, прибутку.

В сучасних умовах розвитку маркетингу назріла наполеглива необхідність створення цілісної, науково обґрунтованої системи ухвалення рішень в маркетингу, як в умовах кризи і виходу з нього, так і зростання економіки, що базується на застосуванні моделей маркетингу як інструментів аналізу і оцінки діяльності на ринку.

Перенесення результатів, отриманих в ході побудови і дослідження моделей на маркетинг, тобто можливість моделювання в управлінні заснована на тому, що модель в певному значенні відображає яку-небудь його сторону (об'єм продажів, частку ринку, його привабливість, витрати на рекламу, систему просування і руху товару і збуту, прибуток, рентабельність і так далі).

Поняття моделювання характеризує один з важливих шляхів пізнання системи управління. Форми моделювання різноманітні і залежать від використовуваних моделей і сфери їх застосування. По характеру вживаних моделей маркетингу розрізняють предметне і знакове (інформаційне) моделювання. Предметний вид моделювання в ході дослідження ведеться на моделях, відтворюючих певні функціональні або

динамічні характеристики маркетингу. При знаковому моделюванні моделями служать схеми, формули, пропозиції в деякому алфавіті. Найважливішим видом такого моделювання є математичне моделювання, вироблюване виразними і дедуктивними засобами математики і логіки.

Хоча термін «моделювання», ще недостатньо використовується при обговоренні проблем маркетингу, проте усе більше число фахівців приходять до висновку про доцільність їх застосування в системі ухвалення рішень в маркетинговій діяльності. Важливо відмітити, що багато рішень по управлінню підприємством характеризуються не лише кількісною визначеністю (об'єм продажів, прибуток, частка ринку і тому подібне), але і якісною (відношення покупців до товару, імідж, привабливість ринку і т. п.).

Для підвищення ефективності діяльності підприємств в сучасних умовах розвитку економіки потрібно застосувати нові підходи до розробки і здійснення нових стратегічних рішень, спрямованих на довгострокову співпрацю з покупцями. У цих умовах необхідно здійснювати постійний зв'язок з ринком і поведінкою покупців що базується на аналізі великої кількості маркетингової інформації про ринки, товари, покупців, конкурентів, систему руху товару і канали збуту, цінову політику, рекламу і стимулювання збуту з використанням моделей маркетингу, як інструментів управління.

Визначити суть маркетингу в даному контексті традиційно – це створення системи, що забезпечує існування і розвиток деякого об'єкту в умовах ринку, істотно не міняється. Міняються тільки рівень і масштаби ухвалення системних рішень. При цьому ефективність ведення бізнесу оцінюється в умінні задовольняти запити клієнтів, в силі взаємозв'язки з ними, а продуктивність бізнесу означає рівень продуктивності засобів виробництва: рентабельність, склад витрат, прибуток.

Моделі маркетингу – це дані, призначені для оцінки рішень комплексу маркетингових рішень. Результати розробки і дослідження моделей маркетингу за певних умов, що з'ясовуються в логіці і методології, і рішення специфічних для різних областей і типів моделей, поширюються на маркетинг. В той же час, умови подальшого розвитку маркетингу в період зростання економіки вимагають аналізу і оцінки таких показників, як намір покупців, періодичність їх покупок і об'єм, рівень попиту, асортимент покупок, ключові потреби покупців. У свою чергу, оцінка вживаності моделей дозволить виявити найбільш важливі з точки зору аналізу маркетингу моделі, в першу чергу, моделі довгострокових дій маркетингу, потім активності покупців, оперативні моделі планування привабливості ринку. Застосування цих моделей на практиці вимагає додаткових витрат, пов'язаних з веденням баз даних, використанням сучасних програмних засобів і додаткові кошти на маркетингові дослідження, які можуть бути в наявності в умовах стабілізації і зростання економіки.

Висновки. Аналіз тенденцій розвитку бізнесу в Україні в умовах глобалі-

зації ринків і світової економічної кризи виявив, що в цих умовах підприємства вимушені проводити постійні зміни в усіх сферах їх діяльності, у тому числі і в маркетингу. Ці зміни органічно включають застосування заходів, пов'язаних з виходом з кризи, таких як збільшення збуту за рахунок зниження цін на внутрішньому ринку за рахунок економії на масштабах виробництва, зниженні витрат в системі розподілу і просування. Проте циклічний розвиток економіки вказує на подальшу стабілізацію і зростання економіки після кризи. У цих умовах необхідно врахувати досвід, накопичений по вдосконаленню нових форм і методів управління маркетингом інших країн і адаптувати їх до українських умов. І головне місце відводиться моделям маркетингу як інструментам управління процесом ухвалення рішень про купівлю. Аналіз різних моделей з урахуванням сучасних тенденцій розвитку маркетингу дозволяє розробити таку систему моделей маркетингу, що дозволить маркетологам акцентувати свою увагу на найбільш важливих показниках і моделях, як в умовах кризової ситуації, так і стабілізації і зростання економіки.

Список використаних джерел:

1. Герпотт Т.Й. Эмпирические исследования лояльности клиентов // Проблемы теории и практики управления. 2001. № 4.
2. Гитомер Дж. Удовлетворение покупателя – ничто, покупательская лояльность – все: Пер. с англ. – СПб.: Питер. 2004.
3. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегия, планы, структуры. – М.: Дело, 2005.
4. Котлер Філіп. Армстронг Гаррі, Сондерс Джон, Вонг Вероніка. Основи маркетингу [Текст]: //Пер. з англ. – 2-е свроп. вид. – Спб.: Видавничий будинок Вільямс, 2001. – 994 с.: Іл. – С. 112-117.
5. Рюттінгер Рольф. Культура підприємництва (пер. з нім.) [Текст]. – ИМ. – ЕКОМ, 2002. – С. 189-196.
6. Фагхутдинов Р. Инновационный менеджмент как система повышения конкурентоспособности // Управление персоналом. – 2000. – Xs 1.

Petrovska S.V., Kryvoruchko O.V.

**INSTRUMENTS AND METHODS OF PROCESS CONTROL
OF DESIGN ARE IN MARKETING ACTIVITY**

Essence, order of realization and analysis of application of different forms of quantitative or high-quality imitation of the phenomena and processes, by means of which it is possible to give description of the state, development and intercommunication of market processes, is exposed in the article. The necessity of application of marketing models which represent the most substantial displays of conformities to law of the phenomena or processes is considered, that takes place at the market.

In modern conditions of marketing development, there is an urgent need to create a holistic, science-based system of decision-making in marketing, as in crisis and out of it, and growth of the economy, which is based on the use of marketing models as tools of analysis and evaluation in the market.

The transfer of results obtained in the course of construction and research of models on marketing, i.e. the ability to model management is based on the fact that the model is in a sense shows any side (sales, market share, attractiveness, advertising costs, promotion and product distribution and marketing, profit, profitability and so on). The concept of modeling characterizes one of the important ways of knowledge management system. The shape of the simulation are varied and depend on the model used and their scope. By the nature of applied marketing models there are subject and symbolic (information) modeling.

Analysis of different models with taking into account modern trends in the development of marketing allows you to develop such a system of the marketing models that will allow marketers to focus on the most important indicators both in a crisis situation, and in the stabilization and growth of the economy.

Keywords: marketing, model, process, system, management, favour, consumer, complex of marketing elements, competition.

УДК 330.46(477)(045)

Біленко Т.І.

**ФІНАНСОВА САМОДОСТАТНІСТЬ ДЕРЖАВИ
У СУЧАСНОМУ СВІТІ**

В статті відображені десять головних підходів до визначення фінансової самодостатності держави та труднощі на шляху реформування заради досягнення фінансової безпеки в сучасних складних для України умовах.

Ключові слова: фінансова стабільність, фінансова самодостатність, фінансова безпека держави, міжнародний кредит, політика валютного курсу, державна допомога, сеньйораж від емісії, інкорпоратизація, деофшоризація.

В статье отражены десять главных подходов к определению финансовой самодостатности государства и трудности на пути реформирования ради достижения финансовой безопасности в современных сложных для Украины условиях.

Ключевые слова: финансовая стабильность, финансовая самодостатность, финансовая безопасность государства, международный кредит, политика валютного курса, государственная помощь, сеньйораж от эмиссии, инкорпоратизация, деофшоризация.

Постановка проблеми. Під фінансовою стабільністю, згідно критеріїв МВФ і Світового банку, розуміють сьогодні не перевищення рівня дефіциту державного бюджету до ВВП за 3%, а рівня державного боргу за 60% від ВВП. Але проблема фінансової самодостатності ще не знайшла комплексного обґрунтованого висвітлення в українській економічній літературі, хоча проблеми фінансової безпеки держави і фінансової стабільності всебічно висвітлені в працях Засанського В.В, Ланового В.І., Чужикова В.І., Власюка О.С, Гейця В.М. та інших видатних економістів.

Мета статті. Проаналізувати особливості досягнення фінансової самодостатності в Україні на макроекономічному рівні.

Виклад основного матеріалу. Під фінансовою самодостатністю держави як гарантією фінансової безпеки слід, на нашу думку, розуміти наступне:

1. Доступ до світових ринків грошових запозичень на базі задовільних кре-

дитних рейтингів держави – позичальника (мова йде, звичайно, про Україну) має бути умовою підтримки фінансової збалансованості держави в рамках стислих термінів.

2. Досягненню фінансової самодостатності держави слугує перекриття шляхів неконтрольованого відтоку валюти із країни до офшорних зон чи неповернення усієї експортної валютної виручки до власної країни і залишення її в закордонних банках і офшорах протягом до 6 місяців в 2014-2015 рр. і протягом до 3 місяців останнім часом, що з року в рік приводить до недоотримання або й до виводу мільярдних сум валюти з країни, а отже до зменшення обсягів валютних резервів Центрального банку і, відповідно, до зменшення можливостей останнього проводити валютні інтервенції на міжбанку заради підтримки сталого курсу національної валюти. Але в умовах існуючого зараз в Україні режиму вільного плавання гривні це

гарантовано обертається її стрімкою і неухильною девальвацією.

3. Кількісна достатність можливих обсягів грошових запозичень з метою уникнення дефолту за цінними паперами держави також має істотне значення. Так, наприклад, Євросоюз лише за 2 роки надав Греції 222 млрд. дол. фінансової допомоги, але протягом 2015 р. пропонував Україні лише 5,5 млрд. доларів. І це за умови, що загальна сума зовнішнього боргу Греції, у якій живе 4 млн. чоловік населення, була 319 млрд. доларів. Наприклад, США надали 20 млрд. на порятунок Мексики від дефолту в 2015 році і ще 18 млрд. доларів США надали на відбудову Іраку, а Україні в 2015 р. надали боргових гарантій (не кредитів!) на суму 3 млрд. доларів, а з 5 траншів за стэнд-баєм МВФ в 2015 р. в Україну надійшло лише 2 транші на суму біля 5 млрд. доларів, що, звичайно, не упередило Україну від технічного дефолту в грудні 2015 року.

4. Податкова дисципліна усіх платників податків – резидентів України, на жаль зараз на рівні 40%, тоді як податкова дисципліна в країнах ЄС та США сягає 96-98%. Крім того велика частка ВВП України виробляється компаніями з офшорною реєстрацією, а, значить величезний обсяг податків не отримується державним бюджетом України, до того ж за відсутності суттєвих зрушень на шляху реформ по деофшоризації бізнесу.

І це на тлі грандіозних воєнних витрат та майнових втрат України, неліквідованої корупції, контрабанди на митниці та існуванні загалом біля 45% тіньової економіки.

5. За відсутності справжнього антикорупційного (а не старого, 2013 року, Закону про державну допомогу господарюючим суб'єктам, що вийшов із стін АМКУ за часів В.Цушка) Закону про державну допомогу суб'єктам підприємницької діяльності, залишаються чисельні схеми і канали перекачування фінансових коштів із державного бюджету до олігархічного сектора та

навіть до офшорних компаній шляхом невинуватених субсидій, податкових пільг, маніпуляцій з ПДВ, застосування трансфертних цін та переваг монопольного становища на ринку як готових товарів, так і на ринку ресурсів. Тому інтересам фінансової безпеки відповідали б, в першу чергу, реформи по демонополізації (читай: по деолігархізації); по деофшоризації, по змінам в оподаткуванні контрольованих іноземних компаній (КІК), що оперують на території України і мають платити податки в український держбюджет; по розкриттю банківської таємниці відносно КІК на території України та складу їх власників і справжніх бенефіціарів, а не того прийнятого Україною Реєстру, що висвітлює склад індивідуального споживчого майна чиновників і підприємців в Україні, залишаючи невідомим склад дійсних власників усіх компаній, що ведуть бізнес в Україні або за її межами, якщо в останньому випадку ті належать українським резидентам-власникам.

6. До фінансової та грошової безпеки України слід віднести й необхідну відмову від неконтрольованої, незалежної політики плаваючого валютного курсу, бо сповідувана протягом останніх двох років незалежна політика плаваючого обмінного курсу для заслабкої гривні в умовах воєнних витрат і втрати експортних можливостей і імпорتنих митних надходжень до бюджету, привела лише до трьохкратної девальвації гривні на тлі дефіциту платіжного балансу і наявних лише 13 млрд. доларів резервів у НБУ. Навіть незрівнянно могутніший економічно Китай, що мав торік біля 1,2 трл.доларів валютних резервів, має режим жорсткої прив'язки Юаня до US долара.

Нагадаємо також, що мати режим вільно плаваючого валютного курсу під силу лише таким країнам, як США. країни Євросоюзу в зоні євро, Японія, Швейцарія і т.д. Хоча це, безумовно, вигідно українським експортерам і позбавляє імпортерів конкурентних

переваг на внутрішньому ринку України через зростання цін на імпортовані товари в гривневому виразі завдяки девальвації гривні.

7. До фінансової безпеки всього громадського сектору, а не лише суто державного, в Україні слід віднести необхідну реформу доступу широких кіл власників до процесів приватизації, а не лише політично вмотивованого кола стратегічних інвесторів. Останнє залишає кошти потенційних інвесторів, а саме підприємців-резидентів України у позабіржовому та й навіть у позабанковому обігу (на тлі недовіри до банків та зменшення кредитного попиту підприємців через 25%-30%-і ставки за кредит, що до речі в дійсності є вдвічі вищими через механізм щомісячного повернення взятих кредитів). Отже, це потребуватиме прозорої фондової біржі та зміни деструктивної пропорції між ВАТ (відкритими акціонерними товариствами) та ЗАТ (закритими акціонерними товариствами) в Україні.

8. До фінансової безпеки слід віднести безумовну заборону на вільний продаж українських земель юридичним і фізичним особам, що не є резидентами України або мають закордонну реєстрацію. Земля є товарним забезпеченням для стійкості української валюти навіть в більшій мірі, ніж іноземні інвестиції, іноземні валютні резерви, іноземні кредити чи будь-які пропозиції щодо реструктуризації зовнішнього боргу. Суми зовнішніх зобов'язань України, якими б відносно великими вони не здавались, є лише короткотерміновими зобов'язаннями, тоді як земля як загальнонаціональний ресурс є найкращим на сьогодні гарантійним забезпеченням фінансової безпеки країни в довгостроковому аспекті. І вибивати її з-під фундаменту товарного забезпечення грошової стабільності і, загалом, загальнодержавної безпеки, ніяк не можна.

9. До сфери фінансової самодостатності держави, безперечно, слід віднести чіткі, законодавчо підкріплені

механізми нарахування дивідендів в якості інкорпоративного доходу згідно до частки держави в структурі акціонерного капіталу в усіх відкритих акціонерних товариствах та усіх закритих акціонерних товариствах, в яких згідно статутних документів 50% плюс одна акція належать державі (не в останню чергу заради отримання від держави ж податкових пільг), але цьому акціонеру-Державі ніяких дивідендів не нараховувалось взагалі. І така практика існувала десятиліттями без будь-якого незалежного фінансового обов'язкового моніторингу з метою перевірки правильності нарахування дивідендних доходів такому суперакціонеру, як держава. Ще в 1998р. діяло в Україні Агентство з управління корпоративними правами держави, але ніяких публічних звітів про проведення фінансовий моніторинг нарахування дивідендів державі воно по собі не залишило. На нашу думку, саме тут криється підґрунтя справжньої політико-олігархічної корупції і саме тут знаходився канал пограбування держави через ненарахування їй всіх отриманих доходів у вигляді дивідендів згідно акціонерної частки у власності корпорацій. Зрозуміло, що недоотримані державою за її мовчазної згоди багатомільярдні прибутки від її корпоративної частки у власності залишили державу, державний бюджет, а отже і народ цієї країни без значних грошових коштів, що могли б бути витрачені на соціальні цілі, на боротьбу з бідністю, на екологічні і гуманітарні цілі, а також на інвестиції в інфраструктуру, в сферу науки, освіти і охорони здоров'я нації і, звичайно, на інвестиції в передові технології і в зміцнення оборони країни.

10. Насамкінець, гарантуванням фінансової безпеки і незалежності держави є запровадження жорсткого контролю за грошовою емісією, що її проводив Національний банк України в 2014-2016 роках. Єдине, що є соціально значимим в цьому процесі емісії є те, що таким шляхом, через відсутність коштів у Фонду гарантування

вкладів, власникам депозитів принаймні повертали їхні вклади, якщо банк банкрутував. Так, через закриття НБУ 66-ти банків в Україні лише протягом 2015 року на тлі існування мізерних відсотків, які за існуючим Законом мали платити комерційні банки до Фонду гарантування вкладів (а мало б бути 5%-8% за нинішньої фінансової нестабільності з одночасним секвеструванням відсоткової маржі), НБУ вдався до емісії гривні. Але, будемо сподіватись, що НБУ керувався саме цими мотивами роблячи грошову емісією, а не міркуваннями отримання величезного сеньйоражу від емісії і надходження цих «повітряних» грошей у реальну сферу доходів держбюджету і казначейських рахунків. Адже відомо, що, наприклад, емітований 1 долар США обходиться вартістю всього лише в 17 центів для ФРС, навіть друк 100-доларової купюри за собівартістю в цьому загальнодержавному бізнесі обходиться в 10 центів. Аналогічно (великим буде і сеньйораж від друку гривні Нацбанком. Але є ще й досі не перерахована в необхідній мірі проблема грошової мультиплікації всередині української банківської системи, коли завдяки механізму багатодепозитного банківського розширення на рахунках опиниться сума, збільшена порівняно з обсягом емітованих грошей вдвічі або й втричі, залежно від значення грошового складного мульти-

плікатора в сучасній грошово-кредитній сфері, який, в свою чергу, залежить від цілого ряду економічних і монетарних показників, характерних саме для сучасної України, для її населення та для її банківської системи.

Висновки. Автор навів лише неповний перелік вузлових моментів сучасного стану економіко-фінансової сфери України; не навів співвідношення між окремими параметрами необхідного реформування стосовно їх короткотермінових чи довгострокових ознак втілення в практичну сферу і отримання очікуваних наслідків. Також не знайшлося місця в цьому конспективному викладі і для конкретних обрахунків значень матеріальних і фінансових здобутків, що будуть отримані завдяки імплементації відповідних реформ і підходів. Але є беззаперечним те, що наведений перелік є найбільш ваговим за своїм значенням, дає найсуттєвіші прибавки в доходах держави і населення і найбільше корелюється за своєю логікою з загальною метою виходу на загальноєвропейські орієнтири розвитку, на викорінення факторів-продуцентів перманентної економічної кризи в Україні та на досягнення можливостей побудувати економіку не в інтересах купки олігархів та можновладців, а в інтересах кожного домогосподарства і кожного господарюючого суб'єкта – резидента України.

Список використаних джерел:

1. State Statistical Committee of Ukraine // [web resource]. – Access mode: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. WorldBank Database. – Access mode: <http://data.roorfdbank.org/indicator/DT.DOD.DECT.CD/countries?displav=default>
3. Ukraine: Letter of Intent. Memorandum of Economic and Financial Policies, and Technical Memorandum of Understanding. February 27, 2015. – Режим доступу: <http://www.imf.org/>.
4. Проект угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом і його державами-членами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://comeuoint.rada.gov.ua/komevoint/doccatalog/document?id=56219>
5. Долан Э.Дж. Деньги, банки и денежно-кредитная политика. – С.-Пб., 1994. – 410 с.

Bilenko T.I.

FINANCIAL SUFFICIENCY OF THE STATE IN THE MODERN WORLD

The purpose of this work is reflects the ten main approaches to the financial sufficiency of the state determination and the difficulties on the way of reforming in the sake of financial security achievement just in modern complicated conditions in Ukraine.

According to the IMF and the World Bank, financial stability is understood non-excess deficit level of the state budget to GDP in 3%, and level of state debt in 0% from GDP. But the problem, of financial sufficiency still has not found a comprehensive justification of understanding in Ukraine economic literature.

In the absence of a genuine anti-corruption law on state aid to the entrepreneurs, there still remain many schemes and channels to transfer funds from the state budget to the oligarchic sector through unjustified subsidies, additional benefit, application of transfer pricing and benefits of a monopoly position in the market of finished products, and in the market of resources. To get financial and monetary security of Ukraine it is necessary to include rejection of uncontrolled independent floating exchange rate policy, because it is not affordable in the case of weak Hryvnya and reduction of export possibilities.

The financial security of all public sector in Ukraine should include the necessary reform of access wide circles of owners to privatization processes, not only politically circles of strategic partners. Finally, ensuring of financial security aid independence introduces strict control over the money supply, ethic is held by national Bank of Ukraine in 2014-2016.

The article contains incomplete list of key points of modern economy state – Ukrainian financial sphere. It is doubtless that this list is the most important in its significance; it provides the most essential allowances in state and population income and are most correlated to its logic with common to inter the common European Council's development.

Keywords: financial stability, financial sufficiency, financial security of the state, foreign credit, currency exchange policy, state debts, senior age from emission, anti-offshore reforms.

Покатаєва О.В., Давидков С.О.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЯК ЧИННИКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

У статті розглянуто соціально-економічні аспекти регулюючого впливу податкової політики держави. Узагальнено пріоритетні напрями дослідження податкової політики як чинники соціально-економічного розвитку держави. Розглянуто податкову конкуренцію країн світу як один із напрямів дослідження податкової політики. Узагальнено основні рейтингові дослідження податкової політики держави на макrorівні, в результаті чого виявлені позитивні зрушення за рейтингом Paying Taxes Rank та середнім рівнем фіскальних свобод за рейтинговою системою The Heritage Foundation.

Ключові слова: соціально-економічна ефективність, податкова політика, податкова конкуренція, рейтинг, когнітивна модель.

В статье рассмотрены социально-экономические аспекты регулирующего воздействия налоговой политики государства. Обзор приоритетные направления исследования налоговой политики как фактора социально-экономического развития государства. Рассмотрены налоговую конкуренции стран мира как одно из направлений исследования налоговой политики. Обобщены основные рейтинговые исследования налоговой политики государства на макроуровне, в результате чего выявлены положительные сдвиги по рейтингу Paying Taxes Rank и средним уровнем фискальных свобод по рейтинговой системе The Heritage Foundation.

Ключевые слова: социально-экономическая эффективность, налоговая политика, налоговая конкуренция, рейтинг, когнитивная модель.

Вступ. Соціально-економічний розвиток України є об'єктом регуляторного впливу податкової політики держави, чий фіскальний та стимулюючий аспекти балансують залежно від поточного соціально-економічного стану та суспільних потреб, в результаті чого проявляється її регуляторна функція. Дотримання балансу інтересів суспільства, держави та суб'єктів господарювання в сфері оподаткування безпосередньо формує ефективність проведення податкової політики.

Проте, практика реалізації податкової політики демонструє наявність замкненого кола щодо дотримання балансу зазначених інтересів, зокрема: підвищення рівня податкового тиску спричиняє зниження рівня економічного розвитку та одночасне підвищення рівня

соціального розвитку за рахунок зростання соціальних видатків, і, навпаки, зниження рівня податкового тиску спричиняє підвищення рівня економічного розвитку та одночасне зниження рівня соціального розвитку [1]. Така залежність наявна завдяки тому, що соціальний розвиток, загалом, базується на механізмах державної підтримки та забезпечення, а не на принципах самоорганізації та саморозвитку, як це реалізується у країнах ЄС. Доки система соціального розвитку в Україні базується на державній підтримці, податкові регуляторні інструменти будуть малоефективні для збереження балансу інтересів усіх сторін. Саме тому, питання дослідження податкової політики в контексті соціально-економічного розвитку залишаються актуальними.

Питаннями податкової політики присвячено праці таких провідних вчених як: З.С. Варналій, В.А. Ілляшенко, Ю.Б. Іванов, Т.В. Калінеску, І.А. Майбуров, Т.В. Меркулова, О.В. Покатаєва, Л.Л. Тарангул та інші. Проте, нові тенденції та негативний вплив кризових явищ потребує подальшого розвитку напрямів одслідження податкової політики держави.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення провідних напрямів дослідження податкової політики держави як чинника соціально-економічного розвитку.

Результат. Податкова політика, як чинник соціально-економічного розвитку України, виступає метою дослідження як регуляторного інструмента, тому аспекти її функціонування аналізуються в межах податкових параметрів, зокрема: статистичний аналіз та прогнозування обсягів податкових надходжень, оцінювання рівня податкового навантаження, ефективність податкових ставок та відповідність бази оподаткування тощо.

Проте, такий підхід представляє у чистому вигляді результати фіскальної функції та не враховує соціально-економічну складову, тому податкові параметри доцільно розглядати в контексті означеного середовища з метою встановлення причинно-наслідкових зв'язків, використання яких дає змогу встановити найкоротший шлях для реалізації поставленої мети податкової політики.

Здійснили спробу врахування соціально-економічної складової в процесі обґрунтування та реалізації податкової політики у роботі [2]. Дослідниками було обґрунтовано імітаційну модель, що встановлює взаємозв'язок оподаткування та соціально-економічного розвитку держави [2, с. 118], реалізація якої методами системної динаміки дала змогу визначити пріоритетні взаємозв'язки структурних елементів, значення їх у структурі ВВП та формування податкової політики

[2, с. 125]. Авторська імітаційна модель взаємозв'язку оподаткування та соціально-економічного розвитку держави стала підґрунтям для обґрунтування ряду сценаріїв державного впливу крізь призму механізмів оподаткування на показники соціально-економічного розвитку, ефективність яких обрано критерієм оптимальності.

Отже, дослідження податкової політики повинно здійснювати в контексті аналізу відповідності результатів реалізації її функцій рівню соціально-економічному становищу держави. В такому випадку, результати функціонування фіскальної функції, а саме рівень податкових надходжень повинен відповідати рівню потреб соціального забезпечення за умов не погіршення тенденцій економічного розвитку країни.

Загалом, реалізація податкової політики досліджується крізь призму категорії ефективності, в результаті чого виявляється рівень її соціальної та економічної складової.

Соціальна ефективність податкової політики характеризується рівнем формуванні сприятливих податкових умов для виконання обов'язку кожного щодо сплати податків та інших обов'язкових платежів. Зазначені сприятливі умови характеризуються таким способом оподаткування, який враховує аспекти «депресивності» територій, сприяє зайнятості та самозайнятості населення, забезпечує доступність соціально-вагомих товарів та послуг на ринку, враховує співвідношення споживання та заощаджень населення тощо.

В соціальній ефективності податкової політики зацікавлені і суспільство, і держава. Саме тому її дослідження проводять в контексті не тільки оцінювання податкових надходжень від фізичних осіб, а, також, враховують рівень соціальних витрат держави, що дає змогу стверджувати про поворотність, або неповоротність характеру сплачених податків. В роботі [4] розглядається поняття соціальної віддачі податків, як показника, що характеризується відно-

шенням сукупності обсягів соціальних видатків держави до показника сукупності обсягів податкових надходжень. В результаті проведеного дослідження автори відзначили, що рівень соціального забезпечення за 2011-2013 роки стрімко зростає та реалізується загалом за рахунок державного бюджету [4].

Тобто, соціальний ефект податкової політики оцінюється у двох напрямках: крізь ефекти від використання системи податкових інструментів регулювання соціального розвитку та крізь відношення рівня сплачених податків до рівня соціальних витрат держави.

В свою чергу, економічна ефективність податкової політики характеризується рів-

нем формування відповідного податкового середовища, що сприяє залученню та зростанню капіталу суб'єктів господарювання. Тобто, для підвищення рівня ефективності податкової політики держави доцільно сформуванню відповідний податковий простір, податкові елементи якого сприятимуть: підвищенню рівня економічного розвитку суб'єктів господарювання, їх здорової конкуренції, встановленню відповідного відношення попиту та пропозиції на ринку, галузевої структури, інвестиційно-інноваційної активності та зниженню цінових ризиків тощо.

До показників соціальної та економічної ефективності податкової політики віднесемо наступні, табл. 1.

Таблиця 1

Показники соціально-економічної ефективності податкової політики держави

Найменування показників соціально-економічної ефективності податкової політики держави	Характеристика
Рівень свідомої сплати податків	кількість податних декларацій до кількості зареєстрованих платників податків
Рівень податкового навантаження	відношення сукупності сплачених податків та інших обов'язкових внесків до економічних результатів діяльності суб'єктів господарювання
Рівень фінансової обізнаності населення	частка обізнаного населення у фінансовій сфері до загальної кількості населення
Рівень податкової культури	наявність обов'язку сплати податків у сукупності матеріальних та духовних цінностей суб'єкта господарювання або суспільства в цілому
Рівень податкових преференцій соціально-економічного спрямування	частка витрат на податкові преференції соціально-економічного спрямування у загальному обсязі витрат держави
Рівень витрат на адміністрування податків та інших обов'язкових внесків	частка витрат на адміністрування податків та інших обов'язкових внесків в загальному обсязі витрат суб'єктів господарювання або особи
Заощадження часу на оподаткування	темп росту показника витраченого часу на адміністрування податків та інших обов'язкових платежів
Соціальна віддача податків та інших обов'язкових внесків	відношення соціальних видатків до податкових надходжень за всіма рівнями бюджету держави
Економічна віддача податків та інших обов'язкових внесків	відношення економічних видатків до податкових надходжень за всіма рівнями бюджету держави

Джерело: узагальнено авторами на сонові опрацювання джерел [2, 4, 5]

Розглянуті показники соціально-економічної ефективності податкової політики є прямими, але розглядають непрямі показники, що також обумовлюються результатами впливу податкової політики держави, зокрема рівень доходів, зайнятості, споживання та заощаджень населення, рівень іноземних інвестицій, обсяги соціальний товарів та послуг на ринку тощо.

Отже, дослідження прямих та непрямих показників ефективності податкової політики держави дає змогу виявити пріоритетні напрями її коригування або вдосконалення. Зауважимо, що економічний ефект податкової політики також проявляється крізь ефекти від використання системи податкових інструментів регулювання економічного розвитку та крізь відношення рівня сплачених податків та інших обов'язкових платежів до економічних результатів суб'єктів господарювання.

Авторами було застосовано когнітивне моделювання для підтвердження взаємозв'язку факторів та виявлення оптимального сценарію розвитку. Когнітивна карта є вихідним статичним поданням зв'язків між факторами, існуючими в досліджуваній ситуації.

Модель досліджуваній ситуації будується наступним чином. Для опису якісних значень базисних факторів вибирається набір відповідних лінгвістичних змінних. Вибір градацій за значеннями таких змінних дозволяє дати необхідний ступінь деталізації – «слабо – середньо – сильно». Кожній лінгвістичній змінній відповідає певне число в шкалі [0, 1], що є числовим еквівалентом цієї змінної. Ці числові еквіваленти – є якісними змінними.

На підставі вище зазначеного, сформуємо когнітивну карту соціально-економічної ефективності податкової політики держави, рис. 1.

Цільовою верхівкою когнітивної карти обрано „Соціально-економічна ефективність податкової політики держави”. Для проведення дослідження необхідно встановити причинно-наслідковий зв'язок між усіма факторами для цього побудовано матрицю суміжності A_G (табл. 2), яка являє собою квадратну матрицю, рядки і стовпці якої позначені вершинами графа $G (A_G = [a_{ij}]_{k \times k})$, а на перетині i -го рядка і j -го стовпця стоять (або ні) одиниці, якщо існує (немає) відношення між елементами V_i і V_j . Від-

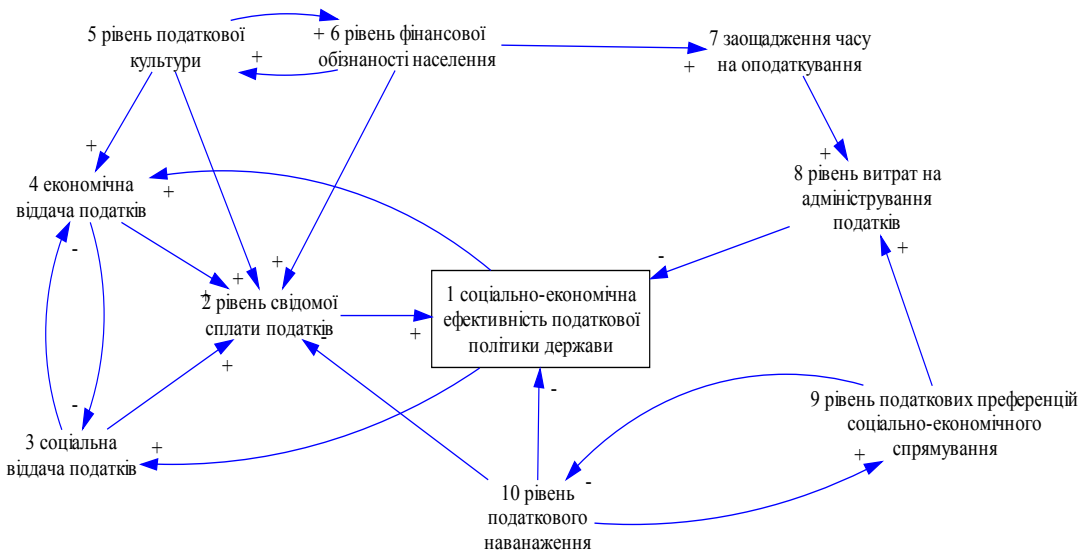


Рис. 1. Когнітивна модель соціально-економічної ефективності податкової політики держави

Джерело: розробка авторів

ношення a_{ij} може приймати значення «+1», «0» або «-1».

Наступний етап аналізу когнітивної моделі пов'язаний з дослідженням імпульсних процесів за наступним правилом [5, с. 320]:

$$p(t) = p(0) \times [A]^t, X(t) = X(0) + [A^0 + A + A^2 + \dots + A^t], \quad (2)$$

де $p(t)$ – вектор змін значень параметрів вершин орграфу на відповідному такті моделювання;

$p(0)$ – вектор початкових імпульсів у вершини когнітивної моделі;

A – матриця суміжності для відповідного орієнтованого графу;

t – такти моделювання ($t = 0, 1, 2, 3, \dots, k$), що відображають послідовність змін стану системи;

$X_{(t)}$ – значення параметрів вершин на такті моделювання t ;

$X_{(0)}$ – значення параметрів вершин на початковому такті моделювання;

$A_{(0)}$ – одинична матриця.

Реалізація запропонованої когнітивної моделі сприяє обґрунтуванню стратегії розвитку соціально спрямованої ефективною податковою політикою держави та попередженню виникнення ризиків зменшення податкових надходжень, що дає можливість підвищити рівень ефективності податково-бюджетної системи країни.

Узагальнюючи можливі стратегії соціально-економічної ефективності податкової політики держави ми дістали наступного висновку:

1. Стратегія зростання соціально-економічної ефективності податкової політики на засадах підвищення податкової культури платників податків, рис. 2.

Дана стратегія 1 відповідає наступному шляху в орграфі (*Сценарій 1* – рис. 2):

– «рівень податкової культури»
 $\xrightarrow{+}$ «рівень фінансової обізнаності»
 $\xrightarrow{+}$ «рівень свідомої сплати податків»
 $\xrightarrow{+}$ «соціально-економічна ефективність податкової політики»;

Отже чим вищий рівень податкової культури тим більше буде прагнення платника податків до підвищення рівня фінансових знань щодо усунення можливості несвідомого невиконання податкового обов'язку.

Сценарій 2 буде реалізовуватися за наступним напрямком:

– «рівень податкової культури»
 $\xrightarrow{+}$ «рівень фінансової обізнаності»
 $\xrightarrow{+}$ «заощадження часу на оподаткування»
 $\xrightarrow{+}$ «соціально-економічна ефективність податкової політики»;

Достатньо високий рівень фінансової грамотності у поєднанні з усвідомленням необхідності на значущості належного виконання конституційного обов'язку щодо нарахування та сплати податків сприятиме заощадженню часу на ведення податкового обліку та складання звітності.

Сценарій 3 буде реалізовуватися за наступним чином:

Таблиця 2

Матриця суміжності

	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10
V1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
V2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V3	0	1	0	-1	0	0	0	0	0	0
V4	0	1	-1	0	0	0	0	0	0	0
V5	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
V6	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
V7	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
V8	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V9	0	0	0	0	0	0	0	1	0	-1
V10	-1	-1	0	0	0	0	0	0	1	0

– «рівень податкової культури»
 $\xrightarrow{+}$ «економічна віддача податків»
 $\xrightarrow{+}$ «соціальна віддача податків»
 $\xrightarrow{+}$ «рівень свідомої сплати податків»
 $\xrightarrow{+}$ «соціально-економічна ефективність податкової політики»;

Отже, від рівня податкової культури буде залежати розмір надходжень до бюджетів усіх рівнів. Проте цей фактор цілком відповідає принципу економічності, затвердженому у пп. 4.1.7, п. 4.1, ст. 4 ПК України [6] за яким обсяг надходжень від сплати податків та зборів до бюджету повинен перевищувати витрати на їх адміністрування. А за умов виконання цього принципу, держава зможе повноцінно виконувати свої функції з фінансового забезпечення виконання соціально-економічних програм.

Сценарій 4 буде мати наступний вигляд: «рівень податкової культури»
 $\xrightarrow{+}$ «економічна віддача податків»
 $\xrightarrow{+}$ «рівень свідомої сплати податків»
 $\xrightarrow{+}$ «соціально-економічна ефективність податкової політики»;

Сценарій 5 буде реалізовуватися за наступним чином: «рівень податкової культури»
 $\xrightarrow{+}$ «рівень свідомої

сплати податків» $\xrightarrow{+}$ «соціально-економічна ефективність податкової політики».

2. Стратегія зростання соціально-економічної ефективності податкової політики на засадах підвищення рівня адміністрування податків, зборів та інших обов'язкових платежів (рис. 3).

Дана Стратегія 2 відповідає наступному шляху в орграфі (Сценарій 1 – рис. 2):

– «заощадження часу на оподаткування»
 $\xrightarrow{+}$ «рівень витрат на адміністрування податків»
 $\xrightarrow{-}$ «соціально-економічна ефективність податкової політики»;

Адміністрування являє собою безперервний цілеспрямований процес, який включає сукупність взаємопов'язаних процедур, функцій, операцій і методів, спрямованих на здійснення мотивуючого впливу на платників податків і персонал контролюючих органів, які здійснюють роботу щодо адміністрування податків. Організація адміністрування податків – є комплексною діяльністю, направленою на створення специфічного продукту, який здатний задовольняти потреби суспільства у збиранні

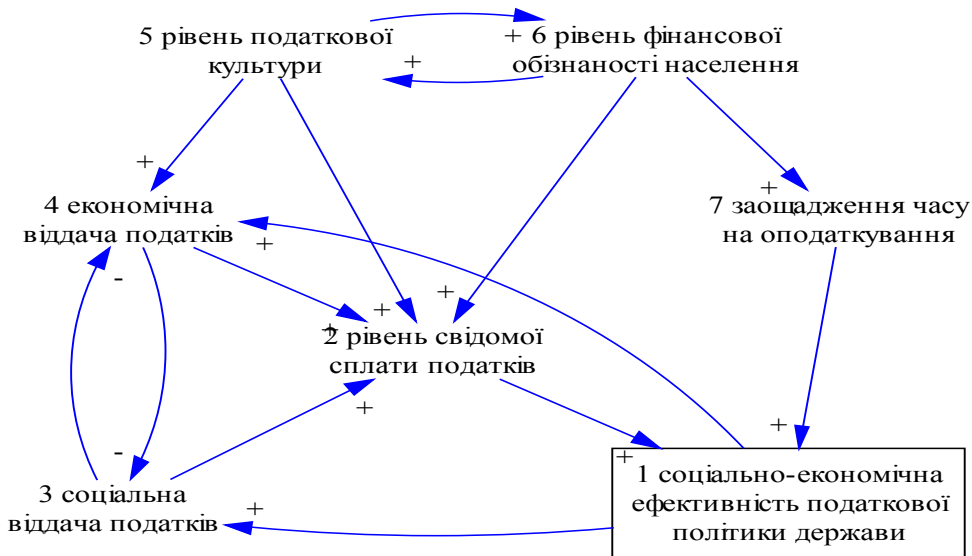


Рис. 2. Стратегія зростання соціально-економічної ефективності податкової політики на засадах підвищення податкової культури платників податків

податків, що вказує на дворівневий характер функцій адміністрування, з одного боку – необхідно наповнити бюджет, з іншого – не зашкодити господарській діяльності платників податків. Мета адміністрування податків полягає у забезпеченні своєчасного наповнення бюджету держави у необхідному обсязі за рахунок податкових надходжень при мінімальному негативному впливі на економічну діяльність платників податків [7].

Але, як показує практика, індекс витрат на адміністрування податків за останні роки склав: 1,79 % – у 2011 р., 1,59 % – у 2012 році та 1,43 % – у 2013 році. Однак, у високо розвинутих країнах світу цей показник складає: у Франції – 1,06 %, Великобританія (0,86 %) та Данія (0,59 %), що свідчить про доцільність пошуку нових підходів щодо підвищення ефективності функціонування контролюючих органів [8]. Одним із таких кроків може стати «заощадження часу на оподаткування», що може бути реалізовано шляхом спрощення методики ведення податкового обліку, процедури складання та подання звітності. В своє чергу, підвищення рівня витрат

на оподаткування, звичайно, може вплинути на зниження соціально-економічної ефективності податкової політики.

Сценарій 2 буде реалізовуватися за наступним напрямком:

– «рівень податкових преференцій соціально-економічного спрямування» $\xrightarrow{+}$ «рівень витрат на адміністрування податків» $\xrightarrow{-}$ «соціально-економічна ефективність податкової політики»;

Під податковими преференціями слід розуміти переваги у сфері оподаткування, які надаються конкретним територіям, певним видам діяльності, юридичним або фізичним особам для стимулювання господарської активності, соціального захисту, та з метою легалізації тіньових грошових потоків [3, с.23]. До податкових преференцій можна віднести: надання податкових кредитів; зниження податкових ставок; надання податкових канікул; пільгові режими оподаткування. У разі надання таких преференцій можуть зрости витрати на адміністрування податків, тому як це буде потребувати додаткового обліку та контролю, що може при-

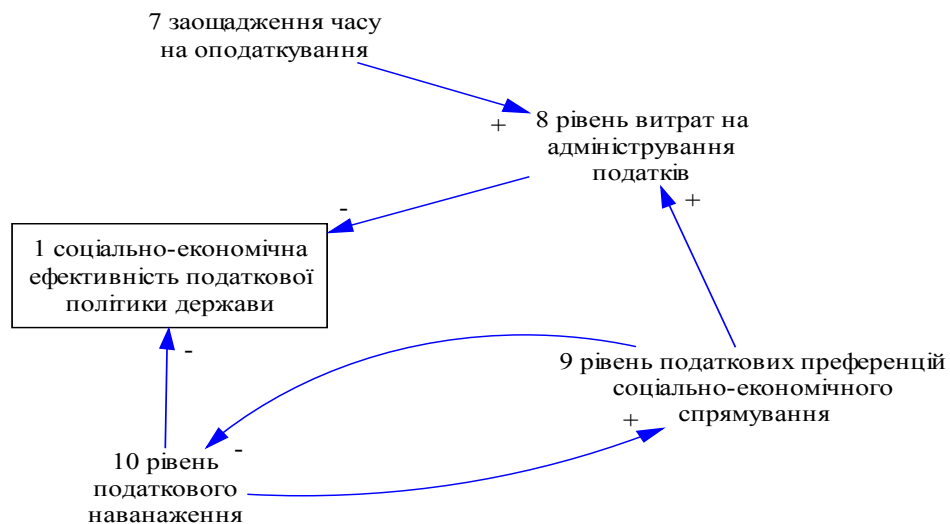


Рис. 3. Стратегія 2 зростання соціально-економічної ефективності податкової політики на засадах підвищення рівня адміністрування податків, зборів та інших обов’язкових платежів

звести до зниження соціально-економічної ефективності податкової політики.

Сценарій 3 буде мати наступний вигляд:

– «рівень податкових преференцій соціально-економічного спрямування» \longrightarrow «рівень податкового навантаження» \longrightarrow «соціально-економічна ефективність податкової політики».

До того ж, надання податкових преференцій може вплинути на зниження рівня податкового навантаження на платників податків, що, в свою чергу, може призвести до зменшення обсягів надходжень до бюджетів усіх рівнів, і, як наслідок, може вплинути на видаткову частину бюджетів, зокрема і соціальну складову.

З метою досягнення ефективності податкової політики використовують систему податкових регуляторів, а саме: загальна структура податків; рівень податкової віддачі; альтернативні системи та спеціальні режими оподаткування; коригування складу платників податків, податкових ставок та бази оподаткування; податкові преференції, принципи оподаткування. Вміле використання інструментів податкових регуляторів дає змогу формувати достатній рівень податкових надходжень та гідний рівень соціально-економічного розвитку держави [5].

Загальне уявлення про результативність податкової політики держави формується теорією податкової конкуренції країн світу. Розвиток систем оподаткування країн світу призвів до формування конкурентних переваг для переміщення капіталу з одних країн до інших, з метою не отримання більшої комерційної вигоди, а мінімізації податкових витрат та отримання супутніх переваг податкової лояльності окремих територій, зокрема отримання статусу резидентів. Питання особливостей появи та розвитку податкової конкуренції країн світу, її впливу на реформування податкових систем розкриті в роботі [9].

В контексті даного аспекту заслуговує на увагу оптимізаційна модель податкової конкуренції в умовах мобільності капіталу [9, с. 83-92], реалізація якої за різних конкурентних умов дала змогу виявити залежність між технологічним рівнем країни, її розмірами (кількість населення) та податковими надходженнями у бюджет.

Також було доведено, що для високотехнологічних країн рівень конкурентних переваг зберігається і тому податкове регулювання шляхом підвищення податкових ставок немає сенсу [9, с. 92]. У країн з низьким технологічним рівнем конкурентні переваги в оподаткуванні цілком залежать від їх кількості населення, при політиці зниження рівня податкових ставок найгірший вплив здійснюється на країну-конкурент із меншою кількістю населення [9, с. 92].

В результаті розвитку податкової конкуренції, як чесної, так і ні, обґрунтовано світові рейтингові системи в сфері оподаткування, зокрема: рейтинг фіскальних свобод (The Heritage Foundation) та рейтинг країн світу з розвинутою ринковою економікою за податковими умовами (Paying Taxes Rank).

Так, за даними The Heritage Foundation Україна загалом за рівнем економічних свобод посідає у 2015 році 46,9 місце, зокрема: за рейтингом фіскальних свобод отримала 78,7 балів із 100 можливих. Також відзначено, дохідне оподаткування в Україні знаходиться на рівні 17%, максимальна корпоративна ставка податку – 18%. Загальний податковий тиск відзначено на рівні 38,9% від ВВП країни, а державні видатки – 49% від ВВП країни на фоні державного боргу, що сягає 41% від вітчизняного виробництва.

За даними Paying Taxes Rank Україна у 2015 році займає 108 місце із 189 можливих місць, що відповідає загальній податковій ставці на прибуток на рівні 52,9%, загальним витратам часу на оподаткування на рівні 350 годин та кількості платежів, що дорівнює 5. До того ж:

- загальна податкова ставка з оплати праці дорівнює 43,1%, прибуткова податкова ставка – 9,7%;

- 150 годин на рік витрачено на адміністрування податків на споживання, 100 годин на рік – на податки з оплати праці, 100 годин – на корпоративний податок на прибуток;

- здійснено 1 платіж на сплату прибуткового податку, 1 платіж – на податок з оплати праці та 3 платежі – на інші податки.

В сучасній науковій літературі податкову політику досліджують в контексті

її типів та представляють як компроміс між фіскальною та ліберальною її складовими, тобто певним середнім показником, рис. 4.

Але, відсутність жорстких бокових меж оптимальності податкової політики ускладнює її формалізацію та подальше визначення та досягнення. Досвід реалізації податкової політики зазвичай демонструє комплексне використання податкових регуляторів як фіскального, так і ліберального типу, що, само по собі, є форматом пошуку певного компромісу між суб'єктами оподат-

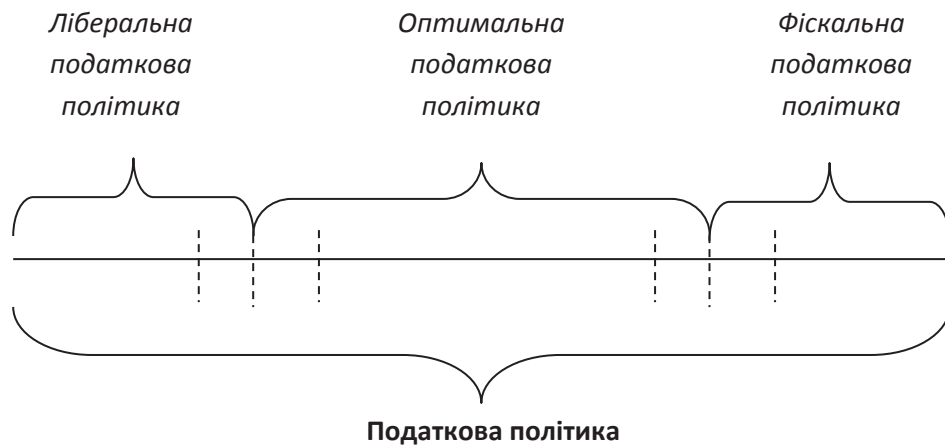


Рис. 4. Розмежування податкової політики за її типами
 Джерело: узагальнено авторами на основі опрацювання джерел [2; 5]

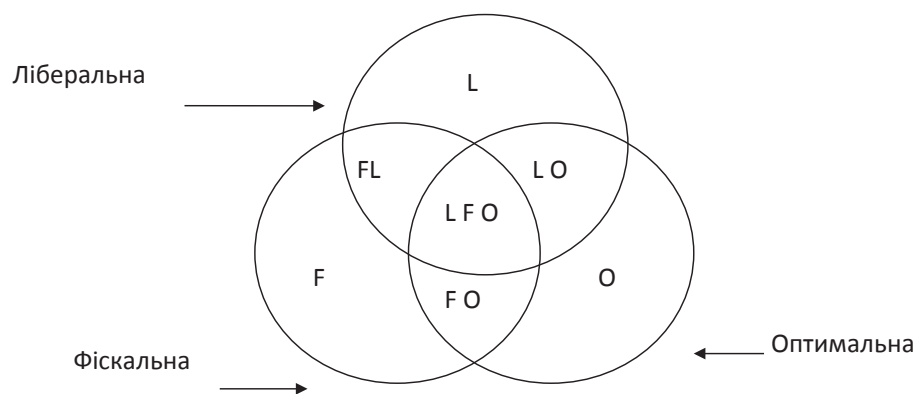


Рис. 5. Сценарії реалізації тришарового простору податкової політики держави
 Джерело: обґрунтовано авторами

кування, і, тим самим, формуванням оптимального сценарію податкової політики.

Саме тому, оптимальний сценарій податкової політики не може виступати середнім показником між фіскальним та ліберальним сценаріями, а є їх певним форматом встановлення відповідності податкових параметрів соціально-економічним вимогам. Даний сценарій реалізовано у певний період часу із відповідним рівнем соціального та економічного розвитку, в результаті чого його приймають як базовий, тобто оптимальний.

Інакше кажучи, формується база знань щодо досвіду реалізації податкової політики, що дає змогу використовувати певні її сформовані образи (шаблони) або еталони як основу для прийняття поточної податкової політики, або її коригування. Наприклад, зарубіжний досвід, який досить часто використовують в сфері оподаткування, є певним образом реалізації податкової політики, який визначається експертним шляхом як оптимальний. Інші сценарії реалізації податкової політики порівнюють із його параметрами з метою прогнозування ефективності. З іншої точки зору, оптимальний сценарій може бути відзначений саме таким у випадку абсолютної відповідності його параметрів поставленій меті реалізації податкової політики.

В цілому, зміщення акцентів використовуваних податкових регуляторів формує тришаровий простір податкової політики у вигляді різних сценаріїв її реалізації: ліберальний, оптимальний, фіскальний, рис. 5.

Отже, оптимальність податкової політики є величиною змінною та динамічною, межами якої виступають фіскальна потреба та рівень лібераль-

ності в сфері оподаткування в умовах певного рівня соціально-економічного розвитку держави у період t.

Висновки. У підсумку зазначимо, що дослідження податкової політики як чинника соціально-економічного розвитку здійснюються на різних його рівнях та площинах виміру. До основних напрямів дослідження результатів податкової політики віднесено:

- соціально-економічна ефективність;
- рівень податкової конкуренції та податкові конкурентні переваги;
- рівень у міжнародних рейтингових системах.

Зазначені напрями дослідження в результаті формують загальне уявлення про результативність податкової політики держави на мікро-, на макро-рівні та в контексті світового податкового простору. Обґрунтовано когнітивну модель соціально-економічної ефективності податкової політики держави на основі встановлення причинно-наслідкових зв'язків визначених прямих показників.

Охарактеризовано причинно-наслідкові зв'язки формування рівня соціально-економічної ефективності держави, серед яких виокремлено позитивний вплив та негативний вплив визначених показників. Так, встановлено, що на соціально-економічну ефективність податкової політики держави позитивно впливають: підвищення рівня заощадження часу на оподаткування та рівня свідомої сплати податків, а негативно: підвищення рівня податкового навантаження та рівня витрат на адміністрування податків. Здійснюючи вплив на зазначені показники соціально-економічної ефективності податкової політики держави формується підґрунтя для підвищення її рівня.

Бібліографічний список:

1. Бакурова А.В. Самоорганізація соціально-економічних систем: моделі і методи : монографія / А.В. Бакурова; Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя, 2010. – 328 с. – укр.
2. Державне регулювання оподаткування в Україні: монографія / за заг. ред. О.М. Тищенко – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2011. – 2011. – 236 с.
3. Крисоватий А.І. Новітня парадигма преференційного оподаткування: монографія / А.І. Крисоватий, Г.В. Василевська. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 260 с.
4. Кучерова Г.Ю. Соціальна віддача податків / Г.Ю. Кучерова, С.В. Черкашина // Держава та регіони. – Запоріжжя: КПУ, 2014. – № . – С. 105-110.
5. Податкова політика: теорія, методологія, інструментарій. Навчальний посібник. / Під редакцією Іванова Ю.Б., Майбурова І.А. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. – 492 с.
6. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
7. Савчук В.А. Теоретичні засади організації адміністрування податків / В.А. Савчук // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2013. – №3 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1852>
8. Самусевич Я.В. Концептуальні засади системи адміністрування податків в Україні / Я.В. Самусевич // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/13572/4/Statyya.doc>. – Текст з екрану.
9. Экономика налоговых реформ: монографія / Под ред. И.А. Майбурова, Ю.Б. Иванова, Л.Л. Тарангул. – К.: Алерта, 2013. – 432 с.

Pokataieva O.V., Davidkov S.O.

CONCEPTUAL FRAMEWORK RESEARCH TAX POLICY AS A FACTOR OF SOCIO-ECONOMIC COUNTRY DEVELOPMENT

In the article the socio-economic aspects of the regulatory impact of tax policy. Noted lack of research results of implementation of tax policy within fiscal parameters, because this approach ignores the socio-economic aspects. It is overviewed research priority areas of tax policy as factors of socio-economic development. One of the areas of tax policy studies considered assessment of its socio-economic effectiveness based on generalized direct and indirect indicators that made it possible to justify the cognitive model of socio-economic efficiency of the tax state policy. When asked to understand the social efficiency level of formation of favorable tax conditions for the duty of each to pay taxes and other obligatory payments; under the economic efficiency of tax policy – the level of formation of the tax environment that encourages growth and capital entities. Tax competition is considered the world as one of the areas of tax policy studies, development of which has led to some positive and negative consequences in the context of capital mobility. Overview main research ratings tax policy at the macro level, resulting in identified improvements rated Paying Taxes Rank and middle-fiscal freedoms rating system The Heritage Foundation.

Socio-economic development of Ukraine is the subject of regulatory impact of tax policy, whose fiscal balance and stimulating aspects depending on the current socio-economic status and social needs, bringing manifested its regulatory function. Adherence to balance the interests of society and state entities in the field of taxation directly form the effective-ness of tax policy.

However, the practice of implementing tax policy demonstrates the existence of a closed circle on balancing these interests, including: increasing the tax burden causes a reduction in the level of economic development and the simultaneous improvement of social development by increasing social spending, and, conversely, lowering the

tax burden entails raising economic development and the simultaneous reduction of social development. This dependence is available because social development, in general, based on the mechanisms of state support and maintenance, and not on the principles of self-organization and self-development, as implemented in the EU. While the social development in Ukraine based on state support, tax regulatory tools will be ineffective for the balance of interests of all parties. That is why research questions of tax policy in the context of social and economic development remain relevant.

Tax policy as a factor of socio-economic development of Ukraine, serving the purpose of the study as a regulatory tool because aspects of the operation are analysed within the fiscal parameters, including: statistical analysis and forecasting in tax revenues, evaluation of the tax burden, the efficiency of tax rates and compliance with the tax base etc.

Research tax policy as a factor of social and economic development are carried out at various levels and dimensions of measurement. The main directions of research results of tax policy include:

- Socio-economic efficiency;
- The level of tax competition and tax competitive advantages;
- The level of international rating systems.

The noted research directions form the general idea of the impact of tax policy on micro, macro and global context of tax space. Grounded cognitive model of social and economic efficiency of the tax policy based on establishing causal relationships identified direct targets.

Keywords: socio-economic efficiency, tax policy, tax competition, rating, cognitive model.

УДК 336.012.23(045)

Пристайко О.П.

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ФІНАНСОВИХ МЕХАНІЗМІВ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

У статті визначені актуальні проблеми щодо сучасних фінансових механізмів реструктуризації підприємств. Проаналізовано зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на фінансовий стан підприємств. Досліджено можливі шляхи вирішення розглянутих проблем.

Ключові слова: фінансовий стан, фінансова реструктуризація, методи фінансової реструктуризації.

В статье определены актуальные проблемы современных финансовых механизмов реструктуризации предприятий. Проанализированы внешние и внутренние факторы, которые влияют на финансовое состояние предприятия.

Ключевые слова: финансовое состояние, финансовая реструктуризация, методы финансовой реструктуризации.

Постановка проблеми. Аналіз фінансовий стану багатьох сучасних підприємств є незадовільним. Це пов'язано з впливом ряду зовнішніх і внутрішніх факторів, таких як: нестабільність політичної та економічної ситуації, зміни нормативно-правової бази, високий рівень конкуренції на ринках збуту, значний рівень ризику втрати прибутку й капіталу. Крім цього значна частина підприємств характеризується відсутністю системи фінансового контролінгу та бюджетування, структурою господарювання, що не дозволяє вирішувати проблеми виживання, забезпечення фінансової стабілізації та підвищення рівня прибуткової діяльності у довгостроковій перспективі. І тому, в даний час, великого значення набуває впровадження фінансової реструктуризації як заходу з фінансового оздоровлення вітчизняних підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз останніх наукових досліджень показав, що фінансовій реструктуризації приділяли увагу багато авторів, а також цьому питанню присвячено безліч наукових праць авторів різних країн. Зокрема, ці проблеми висвітлені у роботах М.Д. Акто-

вої, Л.П. Белих, І.І. Мазура, С.О. Фрезе, Ю.М. Чернявського, О.М. Клейменова, Р. Карасюка, Д.І. Коваленко, В.В. Лавриненко, О.В. Лепьохіна, Л. Лігоненка, Ю.Г. Лисенка, Т. Мізерної, А. Поддєрьогіна, С. Салженіцина, О.О. Терещенка, М. Хаммера, Д. Чампі, В.Д. Шапіро та інших. Проте, незважаючи на численні дослідження, окремі аспекти проблеми потребують опрацювання. Серед них доцільно виділити питання, що стосуються фінансової реструктуризації як напряму фінансового оздоровлення підприємств.

Виклад основного матеріалу. Законодавством України фінансова реструктуризація розглядається як «...система заходів, що здійснюється під час провадження справи про банкрутство з метою запобігання визнання боржника банкрутом та його ліквідації, спрямована на оздоровлення фінансово-господарського становища, а також задоволення в повному обсязі або частково кредиторів шляхом коригування, реструктуризації боргів і капіталу підприємства та (або) зміни організаційно-правової структури боржника». Узагальнюючи більшість теоретичних підходів щодо трактування цього поняття, можемо

сформулювати наступне: фінансова реструктуризація підприємства – це система заходів, спрямована на комплексне поліпшення фінансового стану підприємства за рахунок управління пасивами підприємства, інвестиціями та заборгованістю.

Фінансова реструктуризація підприємства, з одного боку, може бути складовою частиною загальної реорганізації, тому що неможливо провести будь-які зміни, не зачепивши фінанси, а з іншого боку, вона може здійснюватися як самостійний напрямок реорганізації, як засіб стратегічних фінансових перетворень, попередження банкрутства і підвищення рівня платоспроможності. Передусім фінансову реструктуризацію проводять задля фінансового оздоровлення підприємства, її пов'язують з попередженням та усуненням кризових явищ, необхідністю вирішення поточних проблем неліквідності, фінансової залежності та неплатоспроможності. А також вона є засобом більш ефективного використання капіталу фірми, збільшення її вартості, інвестиційної привабливості та конкурентоздатності. У контексті довгострокового періоду фінансова реструктуризація є проміжним етапом у справі реструктуризації підприємства в цілому, де основною ціллю є адаптація підприємства до умов мінливого зовнішнього середовища з метою підвищення конкурентоздатності.

Найбільш поширеними методами, які сприяють фінансовому оздоровленню підприємств на сьогоднішній день є: списання безнадійної заборгованості, визначення більш вигідної схеми погашення заборгованості, одержання додаткових кредитів та інші. Залежно від проблем застосовують також наступні методи: продаж невикористаних основних фондів, зменшення оборотних запасів шляхом реалізації надлишкової частини, передачу частини майна в рахунок погашення заборгованості, продаж (купівля) акцій різних підприємств, продаж частини

власних акцій, додаткова емісія акцій, взаємозаліки, зменшення (збільшення) залучених кредитів.

Необхідними напрямками здійснення фінансової реструктуризації є:

- реструктуризація пасиву балансу (форм короткострокової і довгострокової заборгованості підприємства та структури власного і позикового капіталу);

- реструктуризація активу балансу (видів оборотних та позаоборотних активів підприємства та співвідношення їх у цілому);

- реструктуризація грошових потоків (окремих видів додатного та від'ємного грошових потоків, окремих напрямків діяльності підприємства і співвідношення загального обсягу надходження і витрат грошових коштів).

Ефективність фінансової реструктуризації підприємств повинна здійснюватися за критеріями зростання рівня платоспроможності, зміцнення фінансової стабільності, зростання чистого грошового потоку та покращення фінансового стану загалом. Для характеристики фінансового стану підприємства використовуються такі основні показники: коефіцієнт покриття, коефіцієнт забезпечення власними коштами, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт фінансової автономії, коефіцієнт довгострокової фінансової незалежності.

Проведення фінансової реструктуризації включає заходи щодо управління пасивами підприємства які мають на меті вирішення важливих питань фінансової діяльності підприємства, забезпечення інвестиційного розвитку, а головне – фінансового оздоровлення підприємства (підвищення фінансової незалежності, ефективності управління заборгованістю підприємства, зростання інвестиційної привабливості тощо).

Основні завдання фінансової реструктуризації на підприємстві це:

- оптимізація структури капіталу;
- управління дебіторською й кредиторською заборгованістю;

- поліпшення фінансових показників основних груп оцінки фінансового стану: ліквідності та платоспроможності, рентабельності, фінансової стійкості, ділової активності;

- зменшення запасів оборотних активів шляхом виявлення й реалізації надлишкових та інші.

Але фінансова реструктуризація практично неможлива без розробки стратегічних напрямків інвестиційного розвитку підприємства, таких як:

- збільшення кількості та питомої ваги інвестиційних проектів, які спрямовані на отримання ефекту у вигляді додаткового грошового потоку від основної діяльності: зниження витрат; розширення асортименту продукції та збільшення продажів нової продукції на традиційних і нових для підприємства ринках;

- удосконалення системи управління ризиками інвестиційної діяльності;

- використання сучасних методів оцінки ефективності інвестиційних проектів;

- реалізація комплексу заходів щодо підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Процес фінансової реструктуризації складається з декількох основних послідовних етапів і передбачає складання її програми та плану. Чітко визначених критеріїв успішної реструктуризації не існує, оскільки це явище багатоганне і різнопланове. Однак загальні рекомендації зводяться до наступного: рівень досягнення головної мети реструктуризації, довгострокова ефективність функціонування об'єкта, на якому проводилися реструктуризаційні заходи, зростання ринкової вартості підприємства, підвищення інвестиційної привабливості, позитивні соціальні наслідки.

Таким чином, більшість українських підприємств потребують сьогодні кардинальних структурних змін системи господарювання. Позитивні зміни в економіці країни, пов'язані з підвищенням обсягів виробництва, носитимуть короткочасний характер, якщо фінансовий стан підприємств не буде стабільним, рівень платоспроможності – досить високим, а механізм адаптації до змін кон'юнктури фінансового ринку не буде супроводжуватися фінансовою реструктуризацією. Фінансова реструктуризація займає особливе місце в діяльності підприємства та передбачає впровадження комплексу заходів, пов'язаних зі зміною структури й розмірів власного та позикового капіталу, а також зі змінами в інвестиційній діяльності. Крім того, фінансова реструктуризація забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, набуття ширших можливостей для залучення капіталу, а головне – призводить до фінансового оздоровлення підприємства та істотного поліпшення основних показників його фінансового стану.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про банкрутство» від 30.06.1999 № 784-XIV – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/784-14>
2. Базилінська О.Я. Управління фінансами підприємств: фінансова реструктуризація і конкурентоспроможність підприємств [Текст] / О.Я. Базилінська // Режим доступу : http://lukyanenko.at.ua/_id/1/182.pdf. – 04.06.2011.
3. Лепьохіна І.О. Сутність та зміст фінансової реструктуризації підприємства [Текст] / І.О. Лепьохіна // Економіка та підприємництво. – 2011. – № 3. – С. 171-175.
4. Міхов Л.І. Фінансова реструктуризація [Текст] / Л.І. Міхов, Л.М. Каліна // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2010. – №2. – С. 57-60.
5. Синиця С.В. Реструктуризація підприємства як один із напрямів підвищення його конкурентоспроможності [Текст] / С.В. Синиця // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 3 (28). – С. 131-138.
6. Сердюк, В. Теоретичні й прикладні аспекти реструктуризації бізнесу [Текст] / В. Сердюк // Схід. – 2012. – № 3(94). – С. 20-23.

Pristayko O.P.

THE FEATURES OF MODERN FINANCIAL MECHANISMS OF RESTRUCTURIZATION OF ENTERPRISES

The actual problems of the contemporary financial mechanisms of restructurization are defined in the article.

Analyzed internal and external factors that affecting the financial condition of enterprises. Investigated possible solutions of the issues.

Financial restructurization is a system of measures for comprehensive improvement of the financial situation of the company by management the liability of the company, investments and debt.

On the one hand financial restructurization can be a part of the overall reorganization because we can not spend any changes without hitting finance, on the other hand it can be as independent direction reorganization, as a way of strategic financial reforms, prevent of devastation and improving of solvency.

First of all financial restructurization carry out for financial rehabilitation of enterprises, it is associated with the prevention and elimination of the crisis, the need to address the current liquidity problems, financial dependence and insolvency.

It is a tool of more efficient using of capital of the company, increasing its value, investment attractiveness and competitiveness.

The most widespread methods that contribute to the financial recovery of enterprises today are writing off bad debts, determine more favorable repayment scheme, obtaining of additional loans and others.

Depending on the problem there are also following methods: sale of not used fixed assets, reduction of circulating stocks, the transfer of assets to repay debt, sale (purchase) of shares of different companies, additional issue of shares, decrease (increase) of loans and others.

Keywords: financial condition, financial restructurization, methods of financial restructurization.

Олешко Т.І., Гнилицька А.Ю.

ХЕДЖУВАННЯ ВАЛЮТНОГО РИЗИКУ НА ПРИКЛАДІ ДІЯЛЬНОСТІ УЧАСНИКІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті проаналізовано ризики від валютно-обмінних операцій, розглянуто метод мінімізації ризиків від даних операцій – метод хеджування, визначено переваги та недоліки фінансових інструментів цього методу.

Ключові слова: валютний курс, ризик, прогнозування, метод хеджування, учасники зовнішньоекономічної діяльності.

В статье проанализировано риски от валютно-обменных операций, рассмотрен метод минимизации рисков от данных операций – метод хеджирования, определены преимущества и недостатки финансовых инструментов этого метода.

Ключевые слова: валютный курс, риск, прогнозирование, метод хеджирования, участники внешнеэкономической деятельности.

Вступ. На сьогоднішній день існує безліч факторів, які впливають на зміну валютного курсу, такі як: попит та пропозиція валюти, рівень процентних ставок і прибутковості цінних паперів, стан платіжного балансу, динаміка ВВП, інфляція, величина грошової маси та багато інших факторів. Тому виникає питання, яким же чином можна врахувати вплив всіх цих факторів при прогнозуванні ймовірнісних коливань валютного курсу.

Дослідження процесів, які відбуваються на вітчизняному валютному ринку прогнозування валютних курсів є необхідним на всіх рівнях. Без дослідження валютного курсу та пошуку можливих шляхів мінімізації ризику від валютно-обмінних операцій неможливе адекватне планування дохідної та витратної частин бюджету, визначення експортних та імпорتنих цін, розробка ефективної валютної політики. Тож проблема моделювання валютного курсу і прогнозування ризиків від валютно-кредитних операцій, як ніколи, є актуальною, оскільки рівень валютного курсу виступає одним із найважливіших показників стану національної економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вирішенню проблем виникнення та мінімізації ризиків від валютно-обмінних операцій та аналізу валютного курсу, загалом, присвятили свої дослідження наступними економістами: Пупліків С.І. [1], Перепелиця С.В. [2], Соколинська Н.Е. [3], Чесноков О.С. [4], Шапошникова І.В. [5] та ін. Саме значення слова «прогноз» (з грец. – «пророцтво», «передбачення»), як зазначає Соколинська Н.Е. підтверджує наявність непевного характеру результатів будь-якого прогнозу [3]. Тому прогнозування курсів валют не може мати ідеальний і точний результат, оскільки вплив зовнішніх економічних чинників має переважаючий вплив. Перепелиця С.В. писав, що знаючи, яким чином буде змінюватися курс, учасники валютного ринку могли б легко мінімізувати або ж взагалі елімінувати валютні ризики, що виникають в ході здійснення операцій з іноземною валютою [2].

Невирішена раніше частина загальної проблеми. До основних математичних моделей прогнозування валютних курсів відносять моделі на базі показникових та статичних функцій, динамічних

рядів, аналітичних залежностей. Кожен з цих підходів є досить складним і трудомістким, що вимагає великої кількості статистично достовірних даних, а також чіткої постановки завдань і цілей [5].

Проблема полягає в тому, що передбачити коливання валютного курсу з високою точністю просто неможливо. Якщо раптово іноземна валюта дорожчає – компанія-імпортер несе додаткові витрати. В умовах невизначеності виникає необхідність створювати резерв під непередбачений результат і ці кошти необхідно мати. Питання в тому, яку суму доведеться заморозити, також не з легких, і відповідь на нього вимагає додаткового дослідження. Однак, попри наявність певної уваги фахівців до прогнозування валютних курсів, окремі аспекти все ще залишаються мало дослідженими. Зокрема, на теперішній час недостатньо вивчені методи мінімізації ризику від валютно-обмінних операцій. Зважаючи на зазначене вище, мета даного дослідження є актуальною і полягає в обґрунтуванні доцільності застосування оптимального методу мінімізації ризику, а саме методу хеджування валютних ризиків.

Виклад основного матеріалу.

Хеджування валютних ризиків – це актуальне питання для будь-якого учасника зовнішньоекономічної діяльності, який проводить валютно-обмінні операції. Через невизначеність майбутньої поведінки курсів валют компанія може зазнати значних збитків внаслідок негативної зміни курсу. Під валютним хеджуванням зазвичай розуміється захист коштів від несприятливого руху валютних курсів, який полягає у фіксації поточної вартості цих коштів за допомогою укладення угод на валютному ринку. Розглянемо один приклад, сутність якого полягає в тому, що українська компанія-імпортер закуповує автомобільні запчастини в Німеччині за євро, а продає їх в Україні за гривні з відстрочкою платежу на 6 місяців. Щомісяця компанія укладає 1 контракт на закупівлю запчастин в серед-

ньому на 1, 500 тис. євро. На момент укладення контракту імпортер фіксує вартість запчастин німецького виробника в євро. Але оплачує товар українська компанія протягом 6 місяців. Зрозуміло, що купити євро буде краще за найнижчим курсом, тому що при такій конвертації компанія витратить менше коштів. Але коли буде найнижчий курс євро – сказати точно неможливо. Якщо євро впаде – це добре, але якщо він виросте, скажімо, з 27,41 гривень на момент укладення контракту до 29.00 грн на момент оплати за контрактом, компанія-імпортер заплатить не 41, 115 тис. грн, а 43, 500 тис. грн, що на 2, 385 тис. грн більше запланованого.

Таким чином, 2, 385 тис. грн – це гроші, які імпортер в даному випадку втратив від негативного зміни курсу євро. Це порівняно велика сума, яку компанія повинна відшкодувати зі свого прибутку. Якщо український імпортер не хоче втратити ці кошти зі свого прибутку, він може просто підвищити ціни для клієнтів на величину своїх втрат від підвищення курсу євро. У цьому випадку клієнт не задоволений і може переглянути свій вибір на користь іншого постачальника запчастин. Таким чином, валютний ризик може позначитися не тільки на прибутку українського імпортера, але і на його конкурентній перевазі щодо інших імпортерів запчастин.

У разі компанії-експортера, яка одержує виручку, ми маємо дзеркально протилежну ситуацію. При конвертації своєї валютної виручки в разі ослаблення валюти експортер отримує менше коштів. І чим сильніше падає валюта, тим меншу виручку в гривневому еквіваленті отримує експортер. Страхування або хеджування валютних ризиків передбачає використання фінансових інструментів з метою захисту компанії-учасника зовнішньоекономічної діяльності від несприятливого руху валютного курсу.

Традиційно існує два типи інструментів хеджування:

1. Контракт, строго фіксує рівень обмінного курсу на заданий період (форвард / ф'ючерс).

2. Контракт, що дає право здійснити валютно-обмінну операцію за фіксованим курсом протягом заданого періоду (опціон).

У випадку з форвардним контрактом український імпортер може зафіксувати курс євро на певному рівні і на певний термін. Наприклад, кожен контракт з німецьким постачальником за частин імпортер може хеджувати за допомогою покупки форвардного контракту.

Наприклад, 13 січня імпортер знає, що буде робити найближчу конвертацію в 1, 500 тис. євро 13 лютого. Нехай курс на 13 січня становить 27,01 грн за євро. Імпортер фіксує курс євро в банку на 1 місяць на рівні 27,14 грн за євро. Це означає, що незалежно від поведінки курсу євро імпортер здійснить конвертацію 1, 500 тис. за курсом 27,14 грн за євро.

Використання форвардного контракту захищає компанію від негативної зміни курсу валюти. Для українського імпортера форвард є хорошим захистом від зміцнення курсу валюти, але поганим інструментом в разі, якщо курс валюти падає. Адже при такому розкладі компанія-імпортер змушена міняти валюту по курсу, який гірший, ніж ринковий. При використанні форвардного контракту в ситуації падіння валюти імпортер втрачає вигоду, яку б він міг отримати без використання форвардного контракту.

У разі, якщо імпортер хоче отримувати додаткову вигоду при падінні курсу валюти, йому варто використовувати опціон – право купити або продати валюту за заздалегідь зафіксованим курсом в заздалегідь встановлені терміни.

Використовуючи опціони, імпортер фіксує курс євро 13 січня, скажімо, на рівні 27,41 грн за євро. Припустимо, через місяць курс євро виріс до 27,9 грн за євро, імпортер виконав опціон і заощадив 735 тис. грн на контракті в 1, 500

тис. євро. В наступному місяці компанія знову зафіксувала курс євро на рівні 27,41 грн за євро. Економія від використання опціону в деяких випадках перекидає його вартість. Тому застосування опціонів не завжди є хорошим рішенням через високу вартість опціонних контрактів.

Розглянемо стратегію хеджування, який доступний для реалізації практично в будь-якій компанії, що здійснює валютні конвертації. Ця стратегія може бути застосована будь-якою компанією, яка проводить валютно-обмінні операції, яка бажає захистити себе від валютних ризиків і при цьому мінімізувати вартість захисту. Сама стратегія являє собою комбінацію похідних фінансових інструментів, яка дозволяє максимально гнучко управляти валютною позицією компанії. При цьому компанія отримує завжди вигідний курс. В результаті використання стратегії компанія-імпортер здійснює конвертацію по зафіксованому курсу в разі, якщо курс валюти вище зафіксованого і конвертує валюту з ринку в разі, якщо курс валюти нижче зафіксованого. При цьому вартість застосування стратегії становить до 1% річних, що в 8 разів дешевше опціонного контракту. Іншими словами, імпортер отримує максимально гнучке, оптимальне рішення свого валютного питання.

Висновки. За результатами дослідження можемо дійти висновку, що форвардні контракти дозволяють жорстко фіксувати валютний курс, але не дозволяють використовувати сприятливу кон'юнктуру ринку, а опціонні

контракти дозволяють враховувати сприятливу кон'юнктуру ринку. Недоліком застосування опціонних контрактів є висока вартість – при незначній зміні валютного курсу вартість опціонів перекидає вигоду від їх застосування.

Хеджування ризику зміни валютного курсу дає додаткові переваги: дозволяє не витягувати з обороту компанії значні кошти; дає можливість "заморозити" рівень валютного курсу, що дозволить

при несприятливій кон'юнктурі ринку все таки застосовувати для мінімізації зберегти свої кошти. З урахуванням ризику зміни валютного курсу стратегія виявлених переваг і недоліків доцільно гію хеджування.

Список використаних джерел:

1. Пупликов С.И. Валютные операции : теория и практика валютных операций в трансформационной экономике / С.И. Пупликов. – Мн.: Тонпик, 2015. – 316 с.
2. Перепелица СВ. Основные подходы к управлению рисками / В. Перепелица // Банковский весник. – 2015. – № 7. – С. 31-36.
3. Соколинская Н.Э. Валютные риски и методы их регулирования / Н.Э. Соколинская // Банковские услуги. – 2016г. – №9. – С. 32-41.
4. Чесноков А.С. Инвестиционная стратегия, опционы и фьючерсы / А.С. Чеснокова. – М.: 2015. – 397 с.
5. Шапошникова И.В. Валютные риски и как с ними бороться / И. Шапошникова // Советы инвестора – практика. – 2016 г. – № 16. – С. 11-15.
6. Щеголева Н.Г. Валютные риски коммерческого банка: экономическое содержание и стратегии регулирования. – 2014. – С. 264-271.

Oleshko T.I., Hnilitskaya A.U.

CURRENCY HEDGING AS AN EXAMPLE OF ECONOMIC OPERATORS

The article analyzes the risks of foreign exchange transactions, found the likelihood of risky situations on foreign currency and the method of minimizing the risks from these operations – the method of hedging defined advantages and disadvantages of this method of financial instruments. Investigation of the processes taking place in the domestic foreign exchange market, and forecasting exchange rates is necessary at all levels. No study of the exchange rate and possible ways to minimize the risk of foreign exchange transactions can not be adequate planning revenue and expenditure side of the budget, determining export and import prices, the development of an effective monetary policy.

The need for such a study supported by the fact that over the past year the exchange rate against the major foreign currencies was characterized by significant changes against the backdrop of economic crisis in Ukraine. Thus, at the beginning of 2016 the hryvnia has lost 33% against the US dollar. So the problem of modeling and forecasting the exchange rate risks of monetary transactions, as ever, is important because the level of the exchange rate is one of the most important indicators of the national economy.

The study can conclude that the forward contracts allow rigidly fix the exchange rate, but do not allow the use of favorable market conditions and options contracts to take into account the favorable market conditions. Shortcoming use option contracts is the high price – with little change in the exchange rate value of the option overrides benefit from their use.

Hedging the risk of exchange rate changes provides additional benefits: to not pull the sales of heavily; allow you to "freeze" the level of the exchange rate, which will allow for unfavorable market conjuncture save their money.

Given the identified strengths and weaknesses advisable still used to minimize the risk of changes in exchange rate hedging strategy.

Keywords: exchange rate, risk, forecasting, hedging method, the participants of foreign economic activity.

Хайдарова Т.М.

ЗАСТОСУВАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ МОДЕЛІ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

У статті розглянуто питання застосування механізму франчайзингу в умовах інтернаціоналізації і глобалізації економіки. Практика франчайзингу багато в чому ґрунтується на схожості даної моделі бізнесу з організацією представництва компанії. Саме тому дуже важливо визначає комплекс заходів щодо поширення франчайзингових моделей господарювання.

Ключові слова: франчайзингові відносини, франчайзингові моделі господарювання, методологія формування управлінських/фінансових відносин в рамках франчайзингової структури, класифікація та систематизація франчайзингових моделей організації бізнесу.

В статье рассмотрены вопросы применения механизма франчайзинга в условиях интернационализации и глобализации экономики. Практика франчайзинга во многом основывается на сходстве данной модели бизнеса с организацией представительств компании. Именно поэтому очень важно определить комплекс мероприятий по распространению франчайзинговых моделей хозяйствования.

Ключевые слова: франчайзинговые отношения, франчайзинговые модели хозяйствования, методология формирования управленческих и финансовых отношений в рамках франчайзинговой структуры, классификация и систематизация франчайзинговых моделей организации бизнеса.

Постановка проблеми. Висока ефективність функціонування авіакомпаній на ринку транспортних послуг обумовлює значний рівень конкуренції на освоєння нових або перерозподіл традиційних пасажиропотоків.

Основним чинником підвищення рівня конкурентоспроможності, отримання конкурентних переваг та зміцнення ринкових позицій є забезпечення високої якості надання послуг авіаційних пасажирських перевезень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема управління якістю широко розглядається в наукових роботах вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед них слід відмітити Глинчева А.В., Ільєнкову С.Д., Ісікава К., Шаповала М.І.

Проблематику формування та розвитку франчайзингових відносин підприємств розкривають у своїх працях такі вітчизняні та зарубіжні науковці,

як: Г. Андрощук, І. Бойчук, З. Варналій, А. Виноградська, Бр. Сміт, С. Сілінг та інші.

У роботах цих авторів розкриваються сутність та значення франчайзингових відносин та підходи до класифікації франчайзингу.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Невирішеною частиною є підвищення якості авіаційних пасажирських перевезень шляхом її структурного аналізу та впровадження принципів і методів франчайзингу.

Виклад основного матеріалу. Глобалізація світових економічних процесів, що тягне посилення конкуренції на внутрішніх ринках за рахунок присутності на них не тільки національних, а й іноземних виробників призводить до необхідності «глобалізації» і самих послуг, товарів і послуг за допомогою гарантованої якості

марки незалежно від локальності її поширення.

Сучасний стан економіки, її інтернаціоналізація обумовлюють необхідність розробки організаційно-економічних засад формування інтегрованих форм бізнесу. Особливо ця тенденція проглядається стосовно підприємств, що функціонує в умовах спаду виробничих і фінансових показників, коли кожен виробник бажає привернути увагу споживачів до своєї продукції.

Тому одним із пріоритетних напрямків є розробка організаційно-економічного механізму формування, становлення і розвитку франчайзингової форми організації бізнесу.

Франчайзинг являє собою високоефективну форму організації діяльності, яка характеризується низьким рівнем ризику і володіє стабільним рівнем прибутковості.

При цьому він виступає як форма тривалого ділового співробітництва, в процесі якого компанія надає індивідуальному підприємцю чи групі підприємців ліцензію (франшизу) на виробництво продукції, торгівлю товарами або надання послуг під торговою маркою даної компанії на обмеженій території, на термін і умовах, визначених договором.

Франчайзинг є перспективною діловою моделлю для підприємств сфери послуг, і зокрема підприємств громадського харчування, де велике значення має контроль і уніфікація технологічних, виробничих і адміністративних процесів.

Великий сегмент ринку громадського харчування, що включає в себе підприємства швидкого обслуговування, кафе, ресторани і бари середнього класу, підприємств, що надають послуги кетерингу (забезпечення харчування на борту літаків, банкетів, «обіди в офіс» і т.п.) і обслуговування закритих контингентів (шкільні їдальні), може підвищити ефективність своєї діяльності за рахунок застосування франчайзингової моделі організації діяльності.

Свідченням успішності франчайзингових підприємств в сфері громадського харчування є велика кількість підприємств, що використовують дану стратегію як на глобальному, так і на національному ринках.

Сучасна економічна наука не містить цілісного уявлення про франчайзинг: відсутній чіткий системний підхід, немає усталеної термінологічної бази, не розроблена класифікація розглянутої моделі організації бізнесу.

В Україні розробка проблеми використання франчайзингу ускладнюється також недостатньо розвинутою правовою базою з цього питання.

Практика франчайзингу багато в чому ґрунтується на схожості даної моделі бізнесу з організацією представництв компанії.

З одного боку, для компанії і виступ в ролі франчайзера, і відкриття представництва є способом розширення ринку збуту, а з іншого, для споживача підприємство – франчайзі, як і представництво, фактично є продовженням провідної компанії: той же бізнес, та сама продукція, ті ж стандарти.

Застосування механізму франчайзингу в будь-якій сфері бізнесу і, зокрема в галузі громадського харчування, визначає комплекс заходів щодо поширення франчайзингових моделей господарювання:

- виявлення зовнішніх і внутрішніх умов функціонування підприємства, що визначають можливість застосування механізму франчайзингу в їх діяльності;
- визначення специфічних особливостей організації та функціонування франчайзингової моделі господарювання на підприємстві;
- виявлення закономірності організації, становлення та розширення франчайзингової мережі в залежності від особливостей застосовуваних фінансових та управлінських технологій;
- розробка методології формування управлінських і фінансових відносин в рамках франчайзингової структури підприємств харчування;

- розробка методології формування управлінських і фінансових відносин в рамках франчайзингової структури підприємств харчування;

- створення схеми класифікації та систематизації франчайзингових моделей організації бізнесу і механізмів їх впровадження на підприємствах харчування;

- розробка організаційно-управлінського механізму регулювання діяльності франчайзингових мереж.

Оскільки франчайзинг в Україні явище відносно нове (перші спроби застосування відносяться до 1996 р), не існує загальноприйнятої термінології для опису даної діяльності.

Одна з труднощів, що виникають в процесі розгляду франчайзингу, полягає в тому, що для опису даної моделі господарювання в нашій країні відсутня усталена фіксація термінів. До того ж в Цивільному кодексі України франчайзинг фігурує під ім'ям комерційної концесії, що більшістю експертів в даній області визнається не зовсім коректним.

Розроблені моделі зазвичай трактуються як взаємовиключні, що перешкоджає їх узагальненню, тому виникає необхідність розробити комплексний підхід до економічного аналізу франчайзингової діяльності, яка буде здатна інтегрувати різні економічні проблеми, що виникають в рамках даної форми інституційних угод.

Розробка таких механізмів має принципове значення в умовах невизначеності, коли контракт є неповним, а тристороння управління угодами неефективним.

В існуючій ринковій конкуренції спостерігається перехід від цінових її видів до нецінових, що характеризується суперництвом поза маневрування цінами за рахунок підвищення якості

продукції та оволодіння передовими технологіями її виробництва і розповсюдження.

У зв'язку з цим, знову утворюються і вже існуючі суб'єкти економічних відносин відчують потребу в знаходженні і використанні такого механізму господарювання, при якому сукупність організаційних структур і конкретних форм господарювання, методів управління і правових норм забезпечують не тільки збереження існуючих конкурентних переваг, а й створення нових, враховують складається економічну специфіку.

При цьому подібний механізм господарювання повинен відповідати наступним вимогам:

- володіти фінансової та організаційно – управлінської гнучкістю;

- бути стійким до основних видів ризику;

- враховувати особливості діяльності більшості суб'єктів ринкових відносин;

- володіти відносною простотою впровадження при порівнянних витратах на організацію процесу.

Перераховані властивості і особливості, якими повинен володіти сучасний механізм господарювання, притаманні франчайзингової моделі ведення бізнесу.

Висновки. Для сучасної української економіки франчайзинг є відносно новим явищем, у той час як в розвинених країнах він вже понад півстоліття практикується як засіб забезпечення потреб суспільства в різних послугах.

Багаторічна практика застосування франчайзингу в розвинених країнах переконливо довела його надзвичайну ділову ефективність. Ця ефективність пов'язана з ідеєю тиражування за певною технологією перевірених практикою концепцій бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Андрощук Г., Денисюк В. «Франчайзинг: особенности, типовые структуры, задачи развития» // Предпринимательство, хоз-во и право. – 1996. Dragovich2014 № 11. – С. 44-51.
2. Довгань В. «Франчайзинг – путь к расширению бизнеса», М.: Дело, 1991, 231 с.
3. Жизнин С. З., Крупное В. И. «Как организовать своё дело?» – М., 1990. – 258 с. С. 16-17.
4. Мендельсон М. «Руководство по франчайзингу» Пер. с англ. – М., 1995. – 176 с.
5. Сизоненко В.О. «Підприємництво» Підручник. К.: Вікар: Знання, 1999. – 438 с.
6. Стонер Джеймс А. Ф., Долан Едвін Г. «Вступ у бізнес» К. Видавництво Європейського факультету фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу. 2000 р., 340 с.
7. Стенворд Д., Смит Б. «Руководство Барклейз банка: франчайзинг в малом бизнесе» М. Юнити. 1996. – 235 с.

Haydarova T.M.

APPLICATION OF THE FRANCHISE MODEL IN THE MODERN ECONOMY

The high efficiency of the airline in the transport market causes significant competition in mastering new or redistribution traditional passenger. The main factor in improving competitiveness, obtaining competitive advantages and strengthen the market position is to provide high quality of service of air passenger traffic.

The globalization of world economic processes that entail greater competition in domestic markets due to the presence in them not only domestic but also foreign producers leads to the need for "globalization" and most services, goods and services with assured quality mark regardless of locality its distribution.

The current state of the economy, its internationalization necessitates the development of organizational and economic principles of formation of the integrated business forms. Especially this trend is seen in relation to companies operating in the industrial recession and financial indicators when every manufacturer wants to draw attention to their products. Therefore, one of the priorities is the development of organizational and economic mechanism of formation, establishment and development of the franchise form of business organization.

Franchising is a highly effective form of activity, which is characterized by low risk and has a stable level of profitability. Franchising is a promising business model for service industries, particularly catering, where great importance is the control and standardization of technical, manufacturing and administrative processes.

For the modern Ukrainian economy franchising is a relatively new phenomenon, while in developed countries it is more than half a century practiced as a means to meet the needs of society in different services. Long-term practice of franchising in developed countries amply demonstrated his exceptional business performance. This efficiency is associated with the idea of replicating a specific technology proven practice concepts of business.

Keywords: franchise relationship, franchise management mode, methodology of formation of administrative and financial relations within the franchise structure, classification and systematization of the franchise model of business organization.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657.6

Горбачова О.М., Олійник І.А.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ

У статті розглянуто основні критичні питання організації облікового процесу та визначено шляхи удосконалення організації обліку запасів на підприємстві.

Ключові слова: запаси, облік, прибуток, фінансовий результат.

В статье рассмотрены основные критические вопросы организации учетного процесса и определены пути усовершенствования организации учета запасов на предприятии.

Ключевые слова: запасы, учет, прибыль, финансовый результат.

Постановка проблеми. Україна знаходиться на етапі удосконалення ринкових умов господарювання, що вимагає докорінних змін у функціонуванні господарського механізму та гармонізації інтересів усіх зацікавлених сторін. Від того, наскільки ефективно використовуються наявні запаси залежать загальні результати роботи підприємства. Ринкова економіка стимулює підприємства до впровадження нової техніки та технологій, розширює можливості щодо використання нових фінансових інструментів та механізмів, проте на практиці виникає проблема щодо реальності їх застосування. Перш за все це обумовлено повною відсутністю або нестачею власних обігових коштів, низькою ліквідністю активів, застарілою матеріально-технічною базою, на утримання якої витрати перевищують наявні прибутки, та, звичайно, недосконалою законодавчою базою, що в тій чи іншій мірі регламентує діяльність підприємств. Саме тому особливо актуальними є дослідження проблемних питань обліку запасів підприємств і напрямків їх удосконалення. Від вирішення цієї проблеми залежить місце підприємства в економіці, його фінансовий стан, конкурентоспромож-

ність на ринку. Запаси є вагомою частиною активів підприємства, вони займають особливе місце у складі майна та домінуючі позиції у структурі витрат підприємств різних сфер діяльності, саме тому питання раціональності та ефективності їх обліку є досить актуальним у наш час.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Проблематикою організації з питань запасів, його змісту можливостей займалася велика кількість значних вчених, з метою спростити систему організації обліку запасів для отримання максимальних прибутків. Вагомий внесок в теоретичну розробку проблем організації і ведення бухгалтерського обліку виробничих запасів внесли вітчизняні вчені М.Т. Білуха, Ф.Ф. Бутинець, Б.І. Валуев, А.М. Герасимович, В.П. Загородній, М.В. Кужельний, А.М. Кузьмиський, Г.Г. Кирейцев, В.Г. Лінник, П.П. Німчинов, Ю.І. Осадчий та інші. У наукових публікаціях вчені досліджували методи обліку та оцінки виробничих запасів на національному рівні, однак питання оцінки виробничих запасів на міжнародному рівні та запозичення Україною передового світового досвіду в даній сфері залишається і досі не розкритим достатньою мірою.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Одним із основних, найскладніших та проблемних питань методології нової системи бухгалтерського обліку є правильне та раціональне відображення в бухгалтерському обліку первісної вартості (фактичної собівартості) запасів, визначення та відображення в синтетичному й аналітичному обліку фактичної собівартості малоцінних швидкозношувальних предметів, витрачених на виробництво продукції (робіт, послуг).

Слід зазначити, що в умовах нестабільності ринку, яка виражається в досить значних коливаннях цін, оцінка запасів за вартістю їх придбання не є об'єктивною. Саме тому зарубіжна практика обліку і звітності виробила достатньо ефективні способи вирішення такої проблеми.

Постановка завдання. Метою даної роботи є дослідження особливостей і тенденцій функціонування системи виробничих запасів на підприємстві, вивчення можливих варіантів розвитку підприємства за рахунок вдалого використання обліку запасів.

Виклад основного матеріалу. Починаючи з 1 січня 2000 року, в Україні набрали чинності Національні стандарти бухгалтерського обліку (НП(С)БО). Введення Національних стандартів обумовило низку змін у веденні бухгалтерського обліку взагалі та складанні фінансової звітності зокрема. Однією з характерних відмінностей нових принципів бухгалтерського обліку від ведення бухгалтерського обліку за старими нормами є відмінність оцінки та обліку запасів. Власне, запаси заслуговують на особливу увагу хоча б тому, що, по-перше, у багатьох підприємств вони складають значну частину активів, а по-друге, оцінка запасів впливає як на валюту балансу, так і на собівартість виготовленої продукції і, як наслідок, на визначення фінансового результату діяльності.

Перш за все, слід відмітити, що новим є саме поняття «запаси». Відповідно до Положення (стандарту) бухгал-

терського обліку 9 запаси ~ це активи, які утримуються для подальшого продажу або споживання у процесі виробництва продукції (робіт, послуг) та для адміністративних цілей чи перебувають у процесі виробництва (незавершеного виробництва) з метою наступного продажу готової продукції [2].

Відповідно до П(С)БС 9 запаси визнаються активами, коли їх вартість можна достовірно визначити та коли у майбутньому підприємство може отримати економічні вигоди в результаті їх використання. Цей момент є дуже суттєвим під час оцінки будь-якого бізнесу, оскільки аналітик може бути впевнений, що в балансі не показані товарно-матеріальні цінності (ТМЦ), що не принесуть ніякої користі підприємству (не можуть бути реалізовані чи використані за призначенням). Запаси, що не можуть бути визнані активами підприємства, списуються на операційні витрати звітного періоду (раніше такі ТМЦ продовжували обліковуватися на балансі підприємства як запаси).

В умовах жорсткої конкуренції між підприємствами більше шансів на перемогу має той, хто в будь-який момент може чітко уявити, що підприємство має, які матеріальні активи, які матеріальні цінності t на складі і в якому обсязі слід здійснювати подальше їх придбання та використання. Ефективне вирішення цих питань неможливе без використання систем автоматизації діяльності підприємства в цілому та бухгалтерського обліку зокрема.

П(С)БО 9 "Запаси" детально регламентує загальні принципи організації бухгалтерського обліку запасів і по-новому вирішує питання визначення та обліку первісної (балансової) вартості запасів, що сприятиме об'єктивному відображенню в бухгалтерському обліку фактичної собівартості використаних запасів, точному визначенню фінансових результатів господарсько-фінансової діяльності підприємств.

Інструкція про застосування Плану рахунків не встановлює порядку обліку витрат на купівлю, доставку та дове-

дення запасів до придатного для використання стану, які згідно з пунктами 8, 9 П(С)БО 9 "Запаси" мають входити до первісної (балансової) вартості придбаних підприємством товарно-матеріальних цінностей.

Найбільш раціональним є облік запасів за договірними купівельними цінами з окремим аналітичним обліком витрат на купівлю, доставку запасів і доведення їх до придатного для використання стану. Тільки наприкінці місяця такі витрати мають включатися за спеціальним розрахунком до фактичної собівартості запасів, використаних на виробництво продукції (виконання робіт, надання послуг), або до фактичної собівартості реалізованих цінностей. Розрахунок слід складати у порядку, встановленому пунктом 9 П(С)БО 9 "Запаси" для списання тільки транспортно-заготівельних витрат.

Порядок ведення аналітичного обліку Інструкцією також не визначений. Проте у ній зазначено, що аналітичний облік ведеться за місцями зберігання та однорідними групами, що завдає деякі труднощі.

При обліку запасів в першу чергу слід звернути не на методологію обліку (під якою розуміється рознесення залишків по облікових реєстрах), а на їх оцінку (переоцінку). Необхідність оцінки та переоцінки запасів пояснюється низкою причин. Так, якщо однорідне паливо протягом звітного періоду купувалося за різними цінами, то як розподілити вартість використаного палива і того, що залишилося у запасі? Або якщо ринкові ціни на паливо знизились, то чи буде достовірною звітність, в якій паливо показано за вартістю придбання? Такі та подібні питання вимагають оцінювати паливо під час його надходження, вибуття та на дату складання балансу, які, в свою чергу, мають свої характерні особливості. Логічно би було почати з надходження палива.

В усіх випадках у момент надходження паливо повинно бути оцінено за початковою вартістю, і для кожного випадку над-

ходження необхідно знати, що с початковою вартістю і як її визначити.

Коли паливо було придбано за грошеві кошти, то справедливо було б його обліковувати за собівартістю придбання, що і регламентується НП(С)БО. Ця вартість включає в себе витрати, пов'язані з придбанням палива та доведенням його до такого стану, в якому воно придатне до використання.

Одержане безоплатно паливо відповідно до НП(С)БО обліковується за справедливою вартістю (нове поняття у вітчизняному бухгалтерському обліку). Справедлива вартість – це сума, за якою може бути здійснено обмін активу або оплати зобов'язання у результаті операції між поінформованими, зацікавленими і незалежними сторонами.[2] Це твердження дещо віддає ідеалізмом, проте одночасно дає можливість підприємству оперувати оцінкою запасів (у даному випадку – в розумних межах). При цьому не слід забувати, що таке надходження повинно бути відображене у складі доходів від операційної діяльності (оскільки паливо використовується протягом операційного циклу, хоча, можливо, це і не зовсім вірно).

Коли ж паливо були придбане в результаті обміну на інші ТМЦ, оцінка його залежить від того, чи здійснюється обмін подібних чи неподібних активів (тобто на паливо чи інші ТМЦ). У випадку обміну на паливо дохід від операції не визнається. Вважається, що замість одного активу було одержано його еквівалент (тобто його замінили таким самим активом). При цьому активи, що обмінюються, можуть мати різну балансову, але однакову справедливую вартість. Якщо паливо придбане за бартером в обмін на неподібні активи (наприклад, основні засоби), то початкова вартість придбаного палива дорівнює справедливій вартості переданого палива, збільшеного (зменшеного) на суму грошових коштів або їх еквівалента, яка була передана (одержана) у процесі обміну. Навіть якщо балансова вартість вища за справедливую вартість, все одно на балансі

паливо повинно обліковуватись за справедливою вартістю. У такому випадку різниця між балансовою і справедливою вартістю переданого палива включаться до витрат звітною періоду.

Обираючи методи обліку запасів, слід пам'ятати, що зміна облікової політики повинна бути обґрунтованою і можлива лише у тому випадку, коли така зміна буде найбільш повно і достовірно відображати специфіку діяльності підприємства (оскільки причини її зміни згідно з вимогами П(С)БО вказуються у примітках до звітності, а якщо і не вказуються, то саме існування змін може насторожити користувачів). До того ж на підприємстві можуть застосовуватись різні методи оцінки для різних груп запасів.

В момент придбання запаси обліковуються за початковою вартістю. Методи оцінки запасів застосовуються для визначення собівартості запасів, що списуються, і не впливають на їх початкову вартість. Проте П(С)БО 9 вказує на необхідність відображення у балансі запасів за найменшою з двох оцінок – початкової вартості або чистої вартості реалізації. [2] Очевидно, що така вимога покликана необхідністю застосування принципу обачності, відповідно до якого активи або дохід не повинні бути завищеними, а зобов'язання або втрати – заниженими. Виникає новий термін – чиста вартість реалізації запасів. Чиста вартість реалізації запасів – це сума, яку очікується отримати при реалізації запасів в умовах звичайної діяльності: за вирахуванням ймовірних витрат на завершення виробництва запасів і їх реалізацію. Це означає, що чиста вартість реалізації відповідає ринковій вартості запасів за мінусом витрат, яких підприємство зазнає у процесі підготовки їх до реалізації, а також безпосередньо при реалізації. Застарілі та ушкоджені ТМЦ часто мають чисту реалізаційну вартість набагато нижчу за їх початкову вартість. Проте подібна ситуація може виникнути не обов'язково при пошкодженні ТМЦ. Швидкі технологічні зміни сприяють швидкому моральному старінню активів. Вимога відображення у

звітності запасів за найменшою з початкової і ринкової вартості базується на припущенні, що якщо ціна товару впала, то, відповідно, знизиться і його продажна вартість. Проте запаси можуть уцінюватись не тільки у зв'язку із втратою первинної якості. Запаси повинні бути уцінені і відображені в обліку та звітності за чистою вартістю реалізації у випадку, якщо на дату складання балансу знизилась ціна їх реалізації. Уцінка запасів буде проводитись також у випадку, якщо зросли очікувані витрати на їх збут. Чиста вартість реалізації повинна визначатись за кожною одиницею (тобто однорідною групою) запасів шляхом вирахування, як уже зазначаюся вище, з очікуваної ціни реалізації очікуваних витрат на завершення виробництва та збут.

Таким чином, переоцінка запасів повинна проводитись на дату складання балансу. Оскільки така переоцінка потребує досить значних затрат часу, то здійснення її поквартальне не має сенсу, тому доцільно проводити і таку переоцінку по закінченні календарного року (при складанні річної звітності). У зазначений термін підприємство проведе інвентаризацію. Ті запаси, яких немає у наявності, будуть списані з балансу як неіснуючі і віднесені на витрати поточного року, а за запасами, що залишились, повинна проводитись відповідна переоцінка. Проте такий розрахунок буде також проводитись у випадку необхідності уцінити окремі види палива.

Слід зазначити, що, як правило, ціни реалізації ростуть (внаслідок інфляційних процесів). Отже, відповідно, уцінка до чистої вартості реалізації буде проводитись за тими видами, які втратили початкову якість, тому підлягають уцінці до можливої ціни реалізації, решта ж товарів буде обліковуватись за початковою вартістю. На кінець кожного наступного періоду (звітного року) робиться нова оцінка чистої вартості реалізації, яка порівнюється з початковою вартістю і з балансовою. У разі, якщо зросла чиста вартість реалізації, на суму збільшення чистої реалізації у межах суми попере-

дної уцінки стосується запис про попереднє зменшення вартості.

Таким чином, новою балансовою вартістю є найнижча з оцінок – собівартість або переглянута чиста вартість реалізації. Тобто дооцінка запасів можлива тільки до рівня початкової вартості у випадку, якщо ринкова вартість таких запасів спочатку знизилась (і запаси були уцінені), а потім збільшилась. У випадку, якщо чиста вартість реалізації запасів, які були уцінені, згодом зросла і перевищила їх собівартість, оцінка запасів проводиться на рівні їх початкової вартості. Отже, як можна бачити з наведеною вище, внаслідок уведення у НП(С)БО принципу обережності, внаслідок переоцінки запасів їх балансова вартість може швидше зменшуватись і лише в деяких випадках зростати. Коли підприємство використовує один з методів LIFO чи FIFO. Адже в П(С)БО 9 вказано: «вартість залишку запасів на кінець звітного місяця визначається за собівартістю останніх за часом надходження запасів» (метод FIFO), а якщо їх чиста вартість реалізації на кінець року (кварталу, місяця – в залежності від дати переоцінки) стала нижче за балансову, то тут виникає можливість маніпулювання балансовою вартістю запасів (до того ж чисту вартість реалізації, по суті, визначає саме підприємство).

Отже, після проведеної переоцінки, незважаючи на те, який метод оцінки запасів при їх вибутті застосовується на підприємстві, собівартість запасів при їх реалізації буде відзначатися виходячи з їх балансової вартості (балансова вартість буде дорівнювати чистій вартості реалізації, якщо товар був уцінений, і початковій вартості, якщо товар не уцінювався). Проте слід наголосити, що сума уцінки повинна бути відображена у примітках до фінансової звітності,

тому необхідно навести обґрунтування такої уцінки (це залежить від мети підприємства, адже в класичній зарубіжній бухгалтерській теорії (яку ми активно переймаємо сьогодні) прийнято вважати, що підприємство, оприлюднюючи звітність, хоча б потенційно розраховує на інвестора, кредитора, майбутнього партнера. Оцінка запасів вимагає підвищеної уваги ще й тому, що їх балансова вартість використовується при розрахунках фінансового стану підприємства (показники ліквідності, платоспроможності). Тому потрібно враховувати такий момент, якщо підприємство має на меті залучення додаткових партнерів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, взявши до уваги думки різних авторів, можна стверджувати, що виробничі запаси відіграють велику роль у ефективності господарської діяльності підприємств. Господарська діяльність підприємства включає використання значних виробничих запасів. Виробничі запаси посідають особливе місце у складі майна та домінуючі позиції у структурі витрат підприємства різних сфер діяльності. Від правильності ведення обліку запасів залежить достовірність даних про отриманий підприємством прибуток та збереження самих запасів. Облік запасів ведеться в натуральному та грошовому вимірниках. Існують різні методи оцінки запасів, кожен з яких має свої переваги та недоліки, тому є дуже важливо вибрати той метод, за яким можна найточніше провести оцінку запасів, залежно від діяльності підприємства. У зв'язку з цим виникає ряд проблем в організації управління виробничими запасами та їхнього облікового забезпечення. Тому від правильності розрахунку оцінки запасів буде залежити подальша робота підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гончарук В.І. Проблеми обліку виробничих запасів. Збірник друкованих студентських наукових праць. 2010.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» від 20 жовтня 1999 р. № 246

3. Приймачок О.М. Облік виробничих запасів і аналіз ефективності їх використання: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04 / О.М. Приймачок: Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2005. – 19 с.

4. Понлюйко А.М. Облік і аналіз використання виробничих запасів: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04 / А.М. Поплюйко: Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2003. – 17 с.

Gorbachova O.M., Oliynyk I.A.

WAYS TO IMPROVE INVENTORY ACCOUNTING

Ukraine is in the process of improvement of market conditions, requiring significant changes in the functioning of the economic mechanism and harmonize the interests of all stakeholders. On how to effectively use existing stocks depend on the overall results of the company. The market economy encourages enterprises to introduce new techniques and technologies, expanding possibilities for the use of new financial instruments and mechanisms, in practice there is a problem about the reality of their application.

From the solution of this problem depends on local businesses in the economy, its financial position, competitiveness in the market. Stocks is a significant part of the assets, they have a special place in the property and a dominant position in the cost structure of enterprises in various fields, which is why the rationality and efficiency of accounting is very relevant today.

One of the main, most difficult and problematic issues of methodology of the new accounting system is correct and rational reflection in the accounting of the original cost (actual cost) stocks, identification and mapping in synthetic and analytical account of the actual cost of low-value items spent on the production of goods (works, services).

Taking into account the views of different authors, it can be argued that inventories play an important role in the efficiency of economic activity. The economic activities of the company include the use of large inventories. Inventories occupy a special place in the property and a dominant position in the enterprise cost structure of different areas. From the correctness of accounting reserves depends on the accuracy of earnings received now and save most stocks. Accounting for reserves is in physical and monetary meter. There are various methods of evaluating reserves, each of which has its advantages and disadvantages, so it is very important to choose the method by which you can most accurately assess stocks, depending on the enterprise.

In this regard, a number of problems in the management of inventory and account for their support. Therefore, the accuracy of the calculation depends on stock assessment will follow the enterprise.

Keywords: inventory, accounting, profit, financial result.

УДК 657:347.728.1(045)

Чібісова І.В., Драченко Д.В.

СУТНІСТЬ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглянуто: суть та зміст облікової політики підприємства, а також обґрунтовано вибір концептуальної основи побудови обліку на підприємствах України відповідно до вимог міжнародних стандартів фінансової звітності.

Ключові слова: облікова політика, наказ про облікову політику, міжнародні стандарти бухгалтерського обліку і фінансової звітності, національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку.

В статье рассмотрены: сущность и содержание учетной политики предприятия, а также обоснован выбор концептуальной основы построения учета на предприятиях Украины в соответствии с требованиями международных стандартов финансовой отчетности.

Ключевые слова: учетная политика, приказ об учетной политике, международные стандарты бухгалтерского учета и финансовой отчетности, национальные положения (стандарты) бухгалтерского учета.

Постановка проблеми. Ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової і статистичної звітності на кожному підприємстві здійснюється на підставі нормативно-правових документів. Це дає змогу вести бухгалтерський облік і складати фінансову звітність за єдиними принципами й формою і таким чином забезпечувати порівнянність облікової інформації. Однак це не означає, що підприємство, виходячи з конкретних умов господарювання, не може вибирати найбільш прийнятні для нього форми ведення обліку.

Термін "облікова політика", визначений Законом України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні", означає сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності. Однак облікова політика визначає також способи організації та ведення бухгалтерського обліку на підприємстві з урахуванням конкретних умов його діяльності [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження визначення суті та порядку формування облі-

кової політики, її основних принципів та методів займалися такі відомі фахівці у галузі економіки, як Ф.Ф. Бутинець, О.М. Ганяйло, С.Ф. Голов, А.Г. Загородній, М.Т. Левочок, Л.В. Чижевська та інші. У працях цих вчених розкриваються проблеми формування облікової політики, основних аспектів її реалізації в практичній діяльності підприємства [2].

Мета. Метою статті є визначення суті облікової політики, аналіз її значення та обґрунтування необхідності ретельного розроблення для ефективної роботи підприємства.

Виклад основного матеріалу. Однією з важливих складових ефективної діяльності будь-якої організації незалежно від форми її власності та виду діяльності є адекватне, своєчасне, впорядковане інформаційне забезпечення. Відомо, що більш ніж 80 % інформації на підприємстві формується на основі облікових даних. Тому якісне інформаційне забезпечення функціонування підприємства значною мірою залежить від правильно організованого ведення бухгалтерського обліку. Ефективна та раціональна організація бухгалтерського обліку на підприємстві

починається з розроблення його облікової політики, що є основою ведення бухгалтерського обліку [2].

"Облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності" – таке визначення облікової політики наведене в статті 1 "Визначення термінів" Закону України від 16.07. 99 р. №996-ХІУ "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні".

Облікова політика є складовою частиною фінансової звітності і повинна розроблятися самостійно кожним підприємством в Україні, зареєстрованим у встановленому чинним законодавством порядку. Основна її мета – забезпечити одержання достовірної інформації про майновий і фінансовий стан підприємства, результати його діяльності, необхідної всім користувачам фінансової звітності для прийняття відповідних управлінських та інвестиційних рішень [3].

При виборі облікової політики необхідно враховувати наступні фактори:

- організаційно-правову форму (статус) підприємства;
- форму власності;
- галузеву належність;
- розміри підприємства;
- наявність структурних підрозділів;
- стратегію фінансово-економічного розвитку;
- рівень окупності витрат;
- рівень технічної оснащеності підприємства;
- кадрове забезпечення (рівень кваліфікації бухгалтерських кадрів, ініціативність керівників);
- економічний стан на підприємстві та Україні в цілому;
- стан законодавства.

Складовою частиною організації обліку на підприємстві є перелік документів, що використовуються для первинного відображення господарських операцій, а також перелік облікових реєстрів, необхідних для накопичення і систематизації інформації.

Послідовне впровадження підприємством прийнятої облікової політики є одним з найважливіших завдань бухгалтерського обліку [4].

При формуванні облікової політики передбачається майнова відокремленість і безперервність діяльності підприємства, послідовність застосування облікової політики, а також тимчасова визначеність фактів господарської діяльності. Облікова політика повинна відповідати вимогам повноти, обачності, пріоритету змісту над формою, несуперечності та раціональності.

Правильно розроблена облікова політика враховує умови та можливості ведення господарської діяльності і вона повинна забезпечувати:

- повноту відображення в бухгалтерському обліку всіх фактів господарської діяльності;
 - готовність бухгалтерського обліку не тільки до доходів і активів, а й до можливих витрат та зобов'язань;
 - відображення в бухгалтерському обліку фактів та умов господарської діяльності виходячи не тільки з їх правової форми, але й з їх економічного змісту;
 - тотожність даних аналітичного обліку оборотам та залишкам по рахунках синтетичного обліку на перше число кожного місяця, а також показників бухгалтерської звітності даним синтетичного та аналітичного обліку;
 - раціональне ведення бухгалтерського обліку виходячи з умов господарської діяльності та величини підприємства [5].
- Формування облікової політики на підприємствах України визначає низку проблем. На сьогодні існують дві групи питань, які виникають безпосередньо при реалізації облікової політики.

Перша група виникає при здійсненні вибору принципів, прийомів та методів бухгалтерського обліку із існуючої нормативної бази. Друга група питань пов'язана з відсутністю або нечітким формулюванням в нормативній базі

вказівок щодо відображення в обліку і звітності окремих господарських ситуацій [2].

Оскільки ефективне формування облікової політики передбачає окрім знання чинної нормативної бази, ще й вміння творчого її застосування, основними проблемами, які виникають при формуванні облікової політики підприємства є: чинне бухгалтерське та податкове законодавство на якому ґрунтуються принципи, прийоми та методи бухгалтерського обліку, які використовуються підприємством; фактор ризику, оскільки рішення приймаються під дією суб'єктивного судження; недостатня інформованість користувачів фінансової інформації про нові методи обліку; неможливість через механізм облікової політики підприємствами вирішувати питання, які безпосередньо не входять до їх компетенції та не врегульовані нормативними документами.

Таким чином, облікова політика є сукупністю конкретних елементів організації бухгалтерського обліку, які визначаються підприємством на підставі загальноприйнятих правил. Облікова політика передбачає відкри-

тість для зовнішніх користувачів бухгалтерської інформації, що відображається у фінансовій звітності. За даними фінансової звітності встановлюється майновий та фінансовий стан підприємства, його платоспроможність, основні засади господарювання, тенденції в покращенні (погіршенні) діяльності підприємства та інші показники [5].

Висновки. Основними завданнями облікової політики є: максимально об'єктивно відобразити діяльність підприємства, сформувати повну і достовірну інформацію в управлінні підприємства. Облікова політика – це сукупність способів ведення бухгалтерського обліку, обраних підприємством як відповідних умов, тобто це порядок здійснення первинного спостереження, вартісного виміру, поточного угруповання і підсумкового узагальнення фактів господарської діяльності підприємства чи реалізація методу бухгалтерського обліку. Облікова політика на підприємствах розробляється головним бухгалтером й затверджується керівником підприємства виходячи з ПБУ 1/98 «Облікова політика організації».

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 року № 996 – XIV/3/ змінами і доповненнями).
2. Жук В. М. Актуальні проблеми бухгалтерського обліку і їх вирішення. – Фінанси України. – 2009. – №7. – С. 100–113.
3. Кузьмінський Р. Реформування бухгалтерського обліку // Актуальні проблеми бухгалтерського обліку. – Фінанси України. – 2010. – №8. – С. 59-63.
4. Ловінська Л. Г. Уніфікація термінології бухгалтерського обліку в Україні. – Фінанси України. – 2010. – №8. – С. 33-40.
5. Пархоменко В.М. Проблема регулювання бухгалтерського обліку в Україні. – Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 8-9. – С. 3-20

Chibisova I.V., Drachenko D.V.

ESSENCE ACCOUNTING POLICIES

The term "accounting policy" defined by the Law of Ukraine "On Accounting and Financial Reporting in Ukraine" means a set of principles, methods and procedures used now for preparation and presentation of financial statements. However, the accounting policies and methods of determining and accounting for the company with the specific conditions of its activities.

One of the important components of effective operation of any organization, regardless of its form of ownership and type of activity is adequate, timely, orderly information provision. We know that over 80% of the information in the enterprise is based credentials. Therefore qualitative information support of the enterprise largely depends on properly organized accounting. Efficient and rational organization of accounting in the enterprise development begins with its accounting policy, which is the basis of accounting.

The accounting policies are an integral part of the financial statements and should be developed independently by each company in Ukraine, registered in the legally established order. Its main purpose – to provide to obtain reliable information about the property and financial condition, results of operations, required all users of financial statements for appropriate management and investment decisions. The accounting policies involves openness to external users of financial information shown in the financial statements. According to financial statements set property and financial condition, its ability to pay, the basic principles of economic trends in improvement (deterioration) of the company and other indicators. The main tasks of accounting policy, as objectively as possible reflect the activities of the company, to form a complete and accurate information to the management company.

Keywords: accounting policies, the order of accounting policies, international accounting standards and financial reporting, national provisions (standards) of accounting.

**МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ**

УДК 338.512:339.138(477)

Гавриленко А.В., Гаврилко Т.О.

**ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В УПРАВЛІННІ
КОРПОРАТИВНИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ**

У статті досліджені особливості корпоративних інформаційних систем, їх ролі в управлінні бізнес-процесами на підприємстві.

Ключові слова: корпоративні інформаційні системи, вимоги до корпоративних інформаційних систем, методи впровадження корпоративних інформаційних систем, методика впровадження корпоративних інформаційних систем.

В статье исследованы особенности корпоративных информационных систем, их роль в управлении бизнес-процессами на предприятии.

Ключевые слова: корпоративные информационные системы, требования к корпоративным информационным системам, методы внедрения корпоративных информационных систем, методика внедрения корпоративных информационных систем.

Постановка проблеми. Будь-яке сучасне велике підприємство, незалежно від сфери діяльності і форми власності, не може успішно розвиватись без функціонування єдиної інформаційної системи, що автоматизує здійснення всіх ключових бізнес-процесів. Системи управління бізнес-процесами дозволяють координувати діяльність як співробітників, так і підрозділів, забезпечуючи необхідну швидкість і точність прийняття тактичних і стратегічних рішень.

В останні роки на вітчизняних підприємствах досить стрімко почали впроваджуватись корпоративні інформаційні системи, які різняться по ряду характеристик, таких як вартість, функціональні можливості, терміни виконання робіт. Попри те, що існують відлагоджені методи і методика впровадження корпоративних інформаційних систем (КІС), не у всіх випадках функціонування КІС приводить до бажаного підвищення ефективності діяльності підприємства.

Необхідним є більш зважений підхід до вибору КІС для забезпечення відповідності цілей, що стоять перед підприємством, і можливостями впровадженної інформаційної системи, участі у процесі впровадження не тільки вищого керівництва і служби технічної підтримки, а і представників функціональних підрозділів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання створення та функціонування корпоративних інформаційних систем відображені в наукових працях таких учених як Волчков С., Гаврилов Д., Грінберг П., Оладов Н., Олейник П., Пейн Е., Роза Ч., Смірнова Г., Чен Е., Ушаков К. та ін.

Мета статті. Метою статті є дослідження особливостей корпоративних інформаційних систем, їх ролі в управлінні бізнес-процесами на підприємстві, достоїнств і недоліків існуючих методів та причин невдач впровадження КІС.

Виклад основного матеріалу. Корпоративна інформаційна система – це

інтегрована 1С, що дозволяє створити єдиний інформаційний простір для ефективного управління бізнес-процесами підприємства всіх рівнів і протягом усього управлінського циклу.

Під поняттям «корпоративність 1С» розуміють її відповідність запитам підприємства із досить складною структурою і взаємозв'язками, територіальною розмежованістю структурних одиниць із властивою їм ієрархічністю цілей.

Сучасні корпоративні 1С повинні задовольняти такі вимоги:

Комплексність. Функціонування КІС поширюється на всі рівні материнської компанії, філії або дочірні підприємства, від вищих ланок управління до безпосередніх робочих місць.

Модульний принцип побудови. Припускає як ізольоване використання окремих програмних модулів, так і довільні їх комбінації залежно від виробничо-господарської необхідності.

Клієнт-серверна архітектура. Має можливість застосовувати більшість промислових СКБД.

Підтримка розподіленого оброблення інформації.

Адаптивність. Здатність системи гнучко перебудовуватись у випадку змін чинників внутрішнього і зовнішнього середовища (оргструктури підприємства, номенклатури виробів, законодавства в сфері економіки і т. ін.).

Надійність. Властивість зберігати функціональність навіть в умовах втрати працездатності окремих її елементів.

Безпечність. Відповідно до моделі СІА, до характеристик інформації як об'єкта захисту належать: конфіденційність (неможливість отримання інформації неавторизованим користувачем); цілісність (неможливість модифікації неавторизованим користувачем); доступність (можливість отримання авторизованим користувачем у випадку наявності відповідних повноважень). Безпека інформації досягається на рівні операційних і прикладних систем та за рахунок відповідних адміністративно-організаційних заходів.

Масштабованість інформаційної системи. Це здатність збільшувати свою продуктивність в умовах додаткового нарощування ресурсів (зазвичай апаратних). В умовах мінливого бізнес-середовища у випадку росту підприємств, кількості дочірніх фірм і філій виникає проблема збільшення потужності 1С, гнучкості їх архітектури.

Розрізняють вертикальну і горизонтальну масштабованість. Вертикальна масштабованість передбачає заміну компонентів більш потужними, без змін ПЗ; горизонтальна масштабованість означає підвищення продуктивності системи за рахунок упровадження нових вузлів, серверів, процесорів, що може потребувати внесення змін в ПЗ.

Підтримка технологій INTERNET і INTRANET.

Доступність освоєння за рахунок зручного інтерфейсу користувача – сприяє оптимізації дій з маніпулювання і керування даними; наявність структурованої документації; організація системи навчання персоналу.

Гарантованість супроводження. Фірма-розробник чи її представник повинні гарантувати запуск в дію 1С перевірку правильності ПЗ і його коригування, за потреби, його адаптації та удосконалення у разі зміни умов експлуатації.

Корпоративні інформаційні системи доцільно класифікувати за такими ознаками:

І. *Залежно від ступеня інтегрованості: локальні, середні інтегровані, великі інтегровані.* Локальні системи орієнтовані на здійснення облікових операцій в якійсь конкретній сфері (або декількох) діяльності підприємства. До локальних КІС належать «1С: Предприятие», Бест і т. ін.

Середні інтегровані системи застосовуються для управління підприємством в цілому, забезпечуючи оптимізацію виробничого процесу, процесів збуту і закупівель як результат інтегрованих дій всіх підрозділів підприємства. До середніх інтегрованих систем належать «Галак-

тика», «Парус», JD Edwards, SyteLine.

Великі інтегровані системи розраховані для застосування в консолідованій системі підприємств з інформаційно насиченими фінансовими операціями, глобальним рівнем реалізації функцій планування і бюджетування. Великі інтегровані системи – SAP/R3, Baan IV, Oracle Application.

2. *Залежно від цільового призначення.* ЕКР (Enterprise Resource Planning in Data Processing) після реєстрації (System) – планування ресурсів підприємства; СКМ (Customer Relationship Management System) – управління відносинами з клієнтами; МЕ8 (Manufacturing Execution System) – Спеціалізоване прикладне програмне забезпечення; WMS (Warehouse Management System) – система управління складом; ЕАМ (Enterprise Asset Management) – система управління фондами підприємства; НКМ (Human Resource Management) – система управління персоналом.

3. *За способом створення:* розроблені на замовлення та ті, що тиражуються розробником і пройшли численну апробацію на інших підприємствах. Розроблення на замовлення також може мати свої особливості: без використання певного аналогу чи на базі референційної моделі, типової для певної галузі або виробництва, що дає можливість, відштовхуючись від існуючої бази, скорочувати термін часу для створення замовленої системи.

4. *За специфікою вирішуваних проблем:* системи, націлені на вирішення структурованих проблем; системи для вирішення слабоструктурованих проблем; системи, що сприяють вирішенню неструктурованих проблем.

У випадку вирішення структурованих проблем підприємство може використати тиражоване ПЗ, що не відрізняється значною вартістю; слабоструктуровані проблеми потребують розв'язання в умовах неповного інформаційного забезпечення, що зумовлює застосування спеціальних методів; неструктуровані проблеми основані на застосуванні неформальних процедур

через високий рівень невизначеності і потребують участі висококваліфікованих спеціалістів.

Світовими лідерами серед корпоративних ІС є R/3 фірми SAP, Baan IV, Oracle Application компанії Oracle.

Німецька компанія SAP (повна назва – Systeme, Anwendungen und Produkte in der Datenverarbeitung / Systems, Applications and Products in Data Processing) 7 липня 2014 р. в Європейському комерційному реєстрі отримала назву SAP SE (SE – Societas Europaea).

Серед продукції компанії-виробника ПЗ найбільшого поширення набула ERP-система SAP R/3, призначена для застосування на середніх і великих підприємствах. «R» («Realtime») означає термінове проведення і актуалізацію даних; «3» ідентифікує трьохланкову модель архітектури: клієнт – сервер додатків – СКБД.

Системі SAP R/3 властива широка функціональність, забезпечення інтеграції всіх бізнес-процесів підприємства; модульний принцип побудови; велика гнучкість, що дозволяє налаштуватися відповідно до конкретного підприємства незалежно від його специфіки і особливостей галузі, у якій воно функціонує; відкритість до змін упродовж всього терміну експлуатації.

У складі системи виділяються такі прикладні модулі, для яких є характерним певне функціональне призначення: Базовий модуль (модуль BC), Фінанси (модуль FI), Контролінг (модуль CO), Управління основними засобами (модуль AM), Регулювання і планування виробництва (модуль PP), Управління проектами (модуль PS), Управління матеріальними потоками (модуль MM). Збут (модуль SD), Управління якістю (модуль QM), Техобслуговування і ремонт обладнання (модуль PM), Управління персоналом (модуль HR), Компоненти, загальні для всіх додатків (модуль CA).

Система Baan IV (розробник – нідерландська компанія «Baan») дає можли-

вість управляти підтримкою проектів, основним і допоміжним виробництвом, постачанням, збутом, фінансами, матеріальними ресурсами, інвестиціями, ремонтом і обслуговуванням техніки, реалізовувати підтримку забезпечення якості продукції.

Основні підсистеми Ваал IV: «Адміністратор діяльності підприємства»,

«Моделювання підприємства», «Фінанси», «Збут, постачання, склади», «Виробництво», «Контролінг», «Проект», «Сервіс», «Процес», «Транспорт», «Інструментарій», «Управління персоналом».

До складу підсистем входять модулі, які дозволяють реалізувати всі функції конкретної підсистеми. Так, підсистема «Адміністратор діяльності підприємства» включає модулі: «Аналіз показників діяльності», «Моніторинг бізнес-показників», «Ієрархічна структура аналізу», «Облік організаційної структури підприємства», «Графічний інтерфейс», «Діаграма», «Підсеанси детального перегляду», «Генератор звітів», «Ретроспективний аналіз», «Модуль групи компаній».

Підсистема «Фінанси» включає модулі: «Головна книга», «Рахунки дебіторів (розрахунки з замовниками)», «Рахунки кредиторів (розрахунки з постачальниками)», «Управління грошовими коштами», «Фінансові плани», «Розподіл витрат», «Фінансові звіти», «Основні засоби».

Система Oracle Application (розробник – американська фірма Oracle) являє собою інструментарій створення ефективною системи управління компанією в короткий термін часу і з виходом на позитивні фінансові результати діяльності.

Користувач отримує можливість варіювання кількістю модулів у системі, нарощуючи чи зменшуючи її у разі потреби.

Модулі управління фінансами: «Головна книга», «Кредитори», «Дебітори», «Рух грошових засобів», «Основні засоби», «Фінансовий аналізатор».

Модулі управління матеріальними потоками: «Планування матеріальних потоків», «Управління матеріальними запасами», «Планування постачальників», «Закупівля», «Введення замовлень», «Конфігуратор продукції», «Послуги», «Контроль якості».

Модулі управління виробництвом: «Технологічне проектування», «Конфігуратор продукції», «Специфікації», «Планування матеріальних поставок», «Планування виробництва», «Планування виробничих потужностей», «Управління матеріальними запасами», «Планування постачальників», «Закупівля», «Незавершене виробництво», «Управління витратами», «Контроль якості», «Управління безперервним виробництвом».

Модулі управління проектами: «Облік витрат за проектами», «Виставлення рахунків за проектами», «Виробництво за проектами», «Облік персональних витрат і часу».

Аналіз практики впровадження КІС на підприємствах дозволив виявити такі найбільш розповсюджені методи впровадження як «великий вибух», «франчайзингова стратегія», «влучний кидок», кожному з яких властиві певні переваги і недоліки.

Застосування методу «великий вибух» передбачає відмову підприємства від усіх інформаційних систем, що використовувались раніше, і використання нової КІС, що потребує нагальних змін в роботі всіх підрозділів підприємства.

Використання цього методу було характерним для періоду домінування ранніх інформаційних систем і виявило виникнення значних перешкод, особливо на підприємствах великих розмірів і тривалим періодом функціонування на ринку.

Одержання негативних результатів внаслідок впровадження КІС в багатьох випадках зумовлювалось необґрунтованими фінансовими витратами і надмірними адміністративними зусиллями в процесі відлагодження механізму роботи нової КІС.

Сутність методу «франчайзингова стратегія» – у послідовному поетапному впровадженні КІС, починаючи з підрозділу, із-за якого не постраждають всі бізнес-процеси на підприємстві, якщо виникнуть певні проблеми при впровадженні.

Після успішного запуску робочої системи в даному підрозділі здійснюється перехід до інших підрозділів. Не зважаючи на вагомі витрати часу на реалізацію такої стратегії, її переваги є очевидними із-за економії коштів і зменшення рівня загроз безпеці діяльності підприємства.

Метод «влучний кидок» прийнятний для підприємств, які не готові до впровадження повноцінної системи і усвідомлено ідуть на використання одного або декілька модулів інформаційної системи, що дає можливість перенести на майбутнє здійснення реінжинірингу бізнес-процесів.

Однак, як підтверджує практика, саме відтермінування цих процесів і приводить до невдач або, як мінімум, – до мало відчутної віддачі від вкладених коштів.

Висновки. Для успішного впровадження КІС на підприємстві необхідний обґрунтований підхід до вибору методу впровадження і, окрім цього, слідування загальній методиці впровадження, реалізуючи рекомендовані етапи: передпроектне обстеження, побудова інформаційно-функціональної моделі діяльності підприємства, адаптація КІС до потреб підприємства, дослідна експлуатація, введення в експлуатацію, супроводження експлуатації.

Необхідним є попереднє визначення ефективності від впровадження програмного продукту на основі використання таких показників як загальна вартість володіння, термін впровадження, загальна сума витрат, термін окупності інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Ананьев О.М. Информационные системы и технологии в коммерческой деятельности / О.М. Ананьев, В.М. Білик, Я.А. Гончарук. – Львів: Новий Світ – 2000, 2006. – 584 с.
2. Малеева О.В. Информационные технологии управления развитием производства: моногр. / О.В. Малеева, Н.В. Замирец, О.Н. Замирец. – Х.: Нац. аэрокосмич. ун-т «Харьковский авиационный институт», 2010. – 202 с.
3. Олейник П.П. Корпоративные информационные системы / П.П. Олейник – СПб.: Питер, 2012. – 176 с.
4. Охрименко И.В. Введение в корпоративные информационные системы / И.В. Охрименко, В.Е. Слипенькая. – Обнинск: ИАТЭ, 2007. – 90 с.
5. Саак А.Э. Информационные технологии управления / А.Э. Саак, В.Е. Пахомов. В.Н. Тюшников. – СПб.: Питер, 2007. – 320 с.
6. Семакин И.Г. Информационные системы и модели / И.Г. Семакин. – ЛБЗ, 2005. – 303 с.
7. Томашевський О.М. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів / О.М. Томашевський, Г.Г. Цегелик, М.Б. Вітер, В.І. Дубук. – К.: ЦУЛ, 2012. – 296 с.

Havrylenko A.V., Havrylko T.O.

INFORMATION SYSTEMS IN CORPORATE BUSINESS PROCESSES MANAGEMENT

Corporate information system – is an integrated, which permits to create a single information space for effective management of business processes at all levels and throughout the management cycle. Modern corporate IS must satisfy the following

requirements: Complexity. CIS functioning spreads to all levels of parent company, affiliates or subsidiaries, from higher levels of management to direct work places.

The modular construction principle. It allows as an isolated use of the separate software modules, and arbitrary combinations depending on the industrial and economic necessity.

Client-server architecture. It has the ability to apply the most industrial database management system.

Support for distributed information processing. Adaptability. The ability of system flexibly to be reconstructed in the case of change of factors internal and external environment (enterprise organizational structure, product range, legislation in the field of economics, etc.).

Reliability. The ability to maintain functionality even under disability its individual elements. Safety. According to the CIA model, to the characteristics of information as an object of protection are included: confidentiality, integrity and availability. Scalability information system. This is an ability to increase its productivity in terms of additional growth of resources (typically hardware).

Supporting technologies of Internet and Intranet. Availability exploration through user-friendly interface. Warranty support. Firm-developer or its representative must ensure launch into action IS validation software and its correction, if necessary, its adaptation and improvement in case of changing conditions.

For the successful implementation of the CIS the company needed based approach for selecting the method of implementation and, in addition, following the general method of implementation and realizing the recommended stages: pre-project examination, construction of information and functional model of enterprise activity, CIS adaptation to the needs of the enterprise, trial operation, commissioning, maintenance operation. It is necessary to pre-determine the effectiveness of the introduction of the product on the basis of use such indicators as total cost of ownership, implementation period, total cost and the payback period on investment.

Keywords: corporate information systems, requirements for the corporate information systems, methods of implementation of corporate information systems, methodology of implementation of corporate information systems.

Замогильний П.В.

МОДЕЛЬ І ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-ОБЧИСЛЮВАЛЬНОЇ СИСТЕМИ В КОМБІНОВАНІЙ СТРАТЕГІЧНО-ОРІЄНТОВАНІЙ МЕТОДИЦІ БЮДЖЕТУВАННЯ

Стаття розкриває основні принципи побудови і функціональні особливості інформаційно-обчислювальної системи в комбінованій стратегічно-орієнтованій методиці бюджетування. Особлива увага приділяється структурі інформаційно-обчислювальної системи, яка покликана задовольнити інформаційні потреби підприємства в цілому й дозволить розв'язати задачу щодо підвищення ефективності керування підприємством.

Ключові слова: бюджет, бюджетування, інформаційно-обчислювальна система, система підтримки прийняття рішень.

Статья раскрывает основные принципы построения и функциональные особенности информационно-вычислительной системы в комбинированной стратегически ориентированной методике бюджетирования.

Ключевые слова: бюджет, бюджетирование, информационно-вычислительная система, система поддержки принятия решений

Постановка проблеми. Проблема постановки системи бюджетування авіаремонтного підприємства актуальна у зв'язку з необхідністю постійно отримувати об'єктивну інформацію щодо грошових потоків, підвищувати фінансову дисципліну і відповідальність кожного підрозділу. Інформаційно-обчислювальна система бюджетування покликана підтримувати багатоваріантний аналіз фінансових наслідків реалізації намічених планів, передбачає аналіз різноманітних сценаріїв зміни фінансового стану підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню проблем постановки системи бюджетування на підприємстві приділили увагу у своїх працях провідні вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти: Добровольський Б., Карабанов Б., Боровков П., Глухов Е., Бреслав Е. [1], Костроміна Д.В. [4], Хруцкий В., Сизова Т., Гамаюнов В. [10], Щіборщ К. [11], Голов С.Ф. [2]. Незважаючи на досягнуті ними результати,

актуальним залишається питання вивчення теоретичних підходів формування інформаційно-обчислювальної системи бюджетування авіаремонтних підприємств, яке в цілому, характеризується недостатнім рівнем своєї розробленості.

Мета дослідження. Метою даної статті є вивчення теоретичних підходів формування структури інформаційно-обчислювальної системи, яка покликана задовольнити інформаційні потреби авіаремонтного підприємства в цілому й дозволить розв'язати задачу щодо підвищення ефективності керування підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційно-обчислювальна система в системі бюджетування повинна підтримувати принципи однократного введення інформації в місці її виникнення й використання єдиного інформаційного простору з раціональною організацією баз даних. Дана система покликана задовольнити

інформаційні потреби підприємства в цілому й дозволить розв'язати наступні завдання:

- підвищеній ефективності керування підприємством за рахунок оперативності й достовірності інформації, що використовується при прийнятті управлінських рішень;
- упорядкування й оптимізація інформаційних потоків підприємства:
- забезпечення надійного оперативного обліку руху грошових і матеріальних потоків підприємства;
- зниження накладних видатків за рахунок автоматизації процесів збору й обробки інформації:
- зсув акценту в організації праці працівників підприємства від облікових до аналітичних функцій;
- підтримка цілісності (несуперечності) і безпеки інформації, поділ повноважень і забезпечення контролю над доступом.

Система підтримки прийняття рішень у системі бюджетування підприємства повинна бути організована у вигляді автоматизованих робочих місць працівників різних служб підприємства, що обробляють первинні документи. У структурі інформаційно-обчислювальної системи, представленої на рис. 1, виділені обліковий, керуючий і допоміжний блоки (блок 1,2 і 3 відповідно), розподілена база даних {блок 4). підрозділи й служби підприємства (блок 5) і зовнішнє середовище (блок 6).

Обліковий блок (блок 1) виконує функції збору, обробки й зберігання інформації (складається з наступних підсистем:

- «Облік договірної діяльності» (блок 1.1).
- «Облік касових операцій» (блок 1.2).
- «Облік банківських операцій» (блок 1.3).
- «Облік розрахунків з контрагентами» (блок 1.4).
- «Облік виробничих витрат» (блок 1.5).
- «Облік невиробничих витрат» (блок 1.6).

«Облік капітальних витрат» (блок 1.7).

Погодженість, достовірність, оперативність і несуперечність інформації, надаваної обліковими підсистемами, забезпечується єдиним інформаційним простором, який реалізований базою даних. Питання узгодження інформації гри наявності декількох окремих серверів усередині розподіленої бази даних вирішуються виділенням ізольованих джерел інформації усередині загального інформаційного потоку й організації реплікації даних. При неможливості визначення єдиного джерела інформації для відповідного потоку даних використовується механізм розподілених транзакцій. Підсистема «Облік договірної діяльності» (блок 1.1) виконує функції реєстрації договірних зобов'язань підприємства, зміни строків і умов укладання договорів, розрахунків заборгованості по їхній оплаті й виконанню.

Підсистема «Облік договірних зобов'язань» підтримує ієрархічну структуру ведення зобов'язань: у рамках укладеного договору можуть випускатися рахунку-фактури, платіжні вимоги, а також формуватися заявки на поставку, при цьому загальна сума оплати й виконання обмежується первісною сумою договору й додаткових угод до нього. Реалізація даного підходу дозволяє одержувати максимально повну інформацію про виконання системи бюджетів підприємства, тому що розрахунки планових показників бюджету тісно пов'язаний із процедурою укладання договірних зобов'язань. Таким чином, облік виконання договірних зобов'язань підприємства дозволяє одержувати інформацію про виконання системи бюджетів.

Підсистема «Облік касових операцій» (блок 1, 2) реєструє фактичний потік платежів розрахунків готівкою. При реєстрації операції в підсистемі «Облік касових операцій» обов'язковими атрибутами, крім даних бухгалтерського обліку, є договірне зобов'язання, у

рамках якого виконується операція, бізнес-процес і відповідна позиція операційного бюджету підприємства. З видаткових операцій найбільш значимими є виплата заробітної плати співробітникам і розрахунки з підзвітними особами за відрядження.

Підсистема «Облік банківських операцій» (блок 1.3) є ключовою ланкою в системі формування інформації про виконання бюджету руху грошових коштів підприємства. Функціональним завданням підсистеми є реєстрація руху грошових коштів на розрахункових рахунках підприємства. На підставі даних, надаваних обліковими підсистемами «Облік касових операцій» і «Облік банківських операцій» формується інформація про оплату договірних зобов'язань, а також про виконання бюджету руху грошових коштів підприємства. Застосування інтегрованої бази даних дозволяє оперативно проводити аналіз виконання бюджету підприємства по кожній його позиції з можливістю перегляду електронних образів первинних документів. Даний підхід суттєво підвищує достовірність інформації за рахунок однократного введення інформації, можливості оперативного контролю над коректністю інформації.

Підсистема «Облік розрахунків з контрагентами» / (блок 1.4) виконує функції реєстрації первинних документів, що підтверджують факт виконання договірних зобов'язань (акти виконаних робіт, накладні, службові записки, протоколи і т.д.), у розрізі структурних підрозділів, бізнес-процесів і позицій операційного бюджету). Інформація про фактичну оплату надходить із підсистем «Облік касових операцій» і «Облік банківських операцій». Повної відповідності стану електронною інформаційного простору й реального домагаються за рахунок організаційних заходів, строго регламентуючи порядок роботи із документами й внесенням змін в інформаційний простір, що забезпечує необхідний

рівень оперативності й достовірності інформації.

Підсистеми «Облік витрат на виробництво» (блок 1.5) і «Облік невиробничих витрат» (блок 1.6) є основними джерелами інформації для обліку виконання операційного бюджету підприємства. У зазначених підсистемах реєструються фактичні витрати, пов'язані із виробництвом продукції або наданням послуг, а також операційні видатки не зв'язані безпосередньо із виробництвом.

Підсистема «Облік капітальних витрат» реалізує функцію обліку витрат, що направляються на забезпечення заходів, пов'язаних з капітальним будівництвом і ремонтом, придбанням устаткування і т.д. Дана підсистема є джерелом інформації про виконання бюджету капітальних витрат підприємства. Організація обліку в підсистемі «Облік капітальних витрат» повинна забезпечувати відбиття всіх операцій із вказівкою функціональних позицій у бюджеті капітальних видатків підприємства.

Керуючий блок (блок 2) є ключовим в інформаційно-обчислювальній системі підтримки прийняття рішень у системі бюджетування підприємства.

Відповідно до встановлених цілей підприємства на період складання бюджету й моделі його бізнес-процесів проводиться формування системи бюджетів підприємства. Даний блок передбачає можливість проведення імітаційного моделювання – розробку системи бюджетів підприємства із заданими параметрами й аналіз результатів, що досягаються при її виконанні, з можливістю внесення коригувальних впливів як у початкові параметри системи, так і в умови, обумовлені зовнішнім оточенням.

Функціонування блоку формування системи бюджетів підприємства доповнюється функціональними можливостями, надаваним блоком розрахунків економічних показників на підставі системи бюджетів (блок 2.3). У даному

блоці реалізовані моделі розрахунків агрегованого балансу підприємства й основних економічних показників. На підставі даних розрахунків проводиться вибір оптимальної з погляду результатів, що досягаються, фінансово-господарчої діяльності системи бюджетів підприємства.

У результаті формування системи бюджетів, що визначають план фінансово-господарчої діяльності підприємств в періоді бюджетування формується інформаційні потоки 9 і 10. Інформаційний потік 10 реєструє параметри й розрахункові показники системи бюджетів підприємства

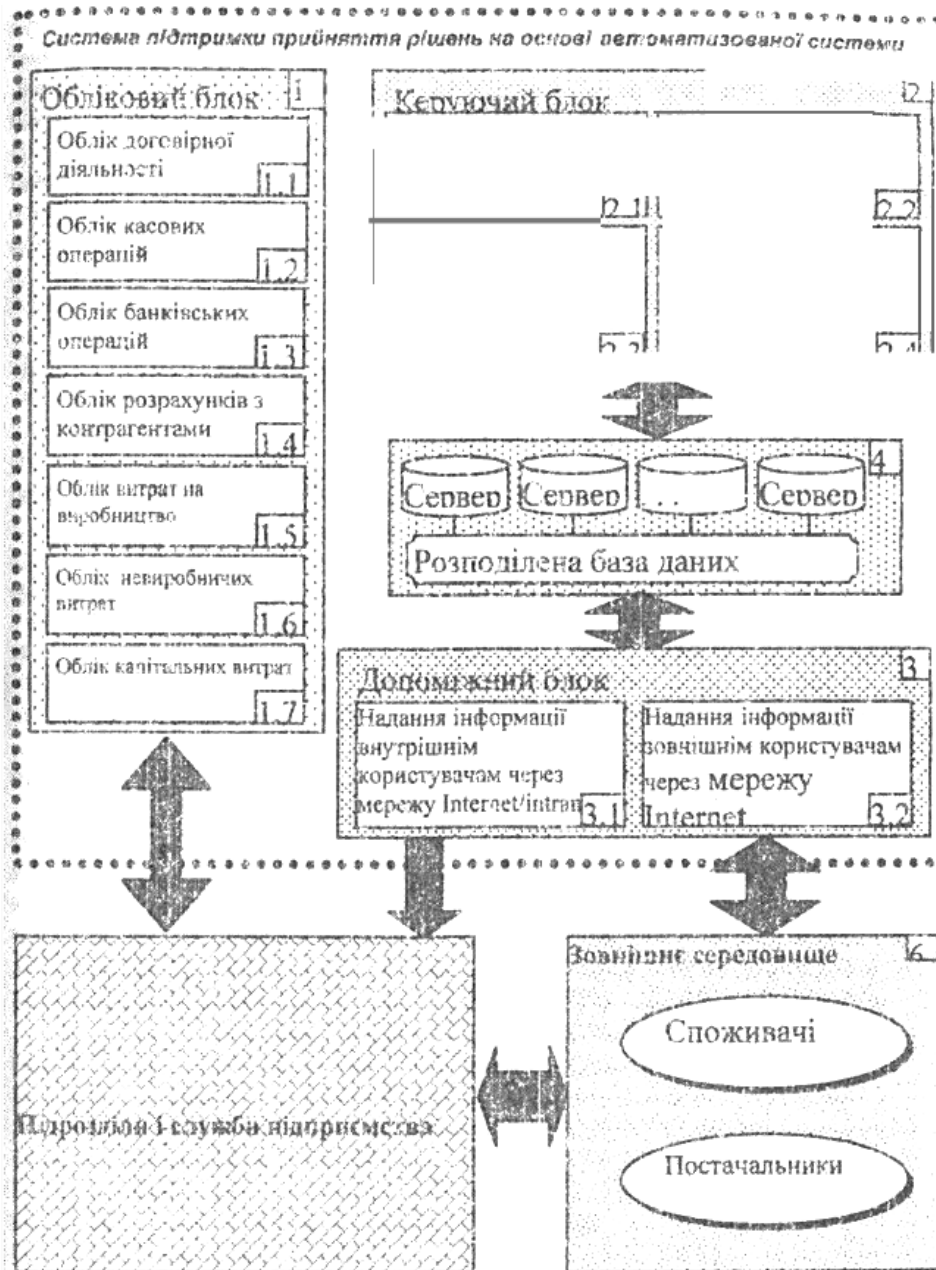


Рис. 1. Структура інформаційно-обчислювальної системи

в розподіляти базі даних (блок 4). а інформаційний потік 9 установлює обмеження для роботи облікових підсистем. Так ця підсистема «Облік договірної діяльності» на підставі системи бюджетів підприємства обмежуються суми договорів, то укладаються, по кожній позиції операційного бюджету підприємства, а також бюджету капітальних видатків.

Оперативний облік виконання системи бюджетів підприємства (блок 2.2) забезпечує своєчасна зміна показників виконання бюджетів у результаті реєстрації фінансово-господарчих операцій в облікових підсистемах.

При реєстрації кожної фінансово-господарчої операції в облікових підсистемах, проводиться її обов'язкова обробка в блоці оперативного обліку виконання системи бюджетів (інформаційний потік 9). У результаті роботи блоку виконуються необхідні розрахункові операції, що й реєструють, після чого інформація про операцію й викликувані нею зміни в інформаційному підпросторі реєструє виконання системи бюджетів, зберігаються в розподіленій базі даних (інформаційний потік 10).

Основним завданням блоку оперативного обліку виконання системи бюджетів підприємства є розрахунки змін, внесених фінансово-господарчими операціями, у показники виконання системи бюджетів. Так при поверненні помилково перерахованої суми постачальникові за комплектуючі, сума повернення повинна відбитися в бюджеті руху грошових коштів у позиції, по якій було виконано первісне перерахування, із протилежним знаком, тобто проводиться відшкодування понесених видатків.

Розрахунки індикаторів виконання системи бюджетів підприємства (блок 2.4). Необхідна для розрахунків інформація отримується з розподіленої бази даних підприємства, що містить дані про виконання системи бюджетів і договірних зобов'язань.

На підставі розрахункових даних, формованих блоками «Розрахунки економічних показників на підставі системи бюджетів підприємства» і «Розрахунки індикаторів виконання системи бюджетів» проводиться оперативний моніторинг фінансово-економічного стану підприємства з метою одержання найбільш повної інформації для прийняття управлінських рішень. Компоненти зовнішнього середовища – споживачі й постачальники (блок б) – при взаємодії з підрозділами й службами підприємства (блок 5) ініціюють проведення фінансово-господарчих операцій, що реєструються в облікових підсистемах при виконанні обмежень, формованих при обліку виконання системи бюджетів підприємства (інформаційний потік 8). У випадку невідповідності реєструємо операції сформованим обмеженням, відбувається відмова в реєстрації й ініціюється виняткова ситуація. Подальше рішення про реєстрацію операції ухвалюється керівництвом підприємства. При цьому можливо повне або часткове відхилення операції (наприклад, відмова від укладання договору або оплата частини рахунку в межах планових показників), або коректування параметрів і перерахування системи бюджетів (наприклад, при значнім підвищенні цін на ключові матеріали) Ефективність функціонування системи бюджетування підприємства в значній мірі залежить від оперативності й вірогідності надаваної керівництву інформації. Комунікаційна функція реалізується «Допоміжним блоком» (блок 3) інформаційно-обчислювальної системи підтримки прийняття рішень у системі бюджетування підприємства. До функцій, реалізованих у даному блоці, ставиться надання інформації внутрішнім користувачам (підрозділам і службам) підприємства через мережу Internet (блок 3.1 і інформаційний потік 12), а також взаємодія із зовнішніми користувачами інформації (блок 3.2 і інформаційний потік 13).

Висновки. Ефективне функціонування інформаційно-обчислювальної системи підтримки прийняття рішення, у системі бюджетування підприємства забезпечується реалізацією інтегрованої моделі програмного забезпечення, що має забезпечити: можливість рішення широкого кола завдань, наприклад, фінансово-господарчої діяльності підприємства і його документ обігу; взаємозв'язок і нерозривність усіх виконуваних операцій; єдність інформаційного простору для всіх пакетів

програм; однократне введення первинних документів; відсутність дублювання процесів обробки інформації. Інформаційно-обчислювальна система підтримки прийняття рішень у системі бюджетування підприємства, сприяє формуванню віртуального виміру в структурі підприємства – об'єднання інтелектуальних, технічних, програмних, трудових, інформаційних і інших видів ресурсів на основі сучасних інформаційних технологій для ефективного управління діяльністю.

Список використаних джерел:

1. Быкова А. Организационные структуры управления [Текст] / А. Быкова. – М.: ОЛМА-ПРЕСС Инвест; Институт экономических стратегий, 2003. – 160 с.
2. Голов С. Ф. Управлінський облік [Текст] / С.Ф. Голов – К : Лібра. 2068. – 704 с.
3. Добровольский Е. Бюджетирование: шаг за шагом [Текст] / Е. Добровольский, Карабанов Б., Боровков П., Гдухов Е., Бреслав Е. – СПб.: Питер. 2005 – 448 с.
4. Костромина Д. В. Управление затратами и прибылью предприятия на основе организации центров финансовой ответственности [Текст] // Д.В. Костромина. Финансовый менеджмент. – 2004. – Ч. 4. – С. 15-22.
5. Мильнер, Б.З. Теория организации [Текст] / Б.З. Мильнер. – М.: ИНФРА. – М. 2000. – 480 с.
6. Рубинов А.М. Оптимальное управление в агрегированных моделях экономики [Текст] / Рубинов А.М., Борисов К.Ю., Десникая В.Н., Матвеев В.Д. – И. : Наука, 1991. – 272 с.
7. Рогожин С.В., Рогожина Т.В. Теория организации. – М.: Экзамен, 2002. – 320 с.
8. Хрупкий В.К. Внутрифирменное бюджетирование: Настольная книга по постановке финансовою планирования. [Текст] / Хрупкий В.Е., Сизова Т.В., Гамаюнов В.В. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 400 с.
9. Щиборщ К.В. Бюджетирование деятельности промышленных предприятий России [Текст] / М.: Дело и Сервис. 2001. – 544 с.

Zamogilnyy P.V.

MODEL AND FUNCTIONAL FEATURES OF INFORMATION PROCESSING SYSTEM IN COMBINATION STRATEGICALLY-ORIENTED METHODOLOGY BUDGETING

The most famous modern field of efficiency if budget management – the transition from traditional budgeting to program-oriented. The article focuses on the main principles of functionality and features information and accounting systems in combination strategically-oriented budgeting method. Special attention is paid to the structure of information and accounting system that is designed to meet the information needs of the enterprise as a whole and will solve the problem to improve the efficiency of enterprise management

Problem formulation budgeting Aircraft Company is relevant because of the need to constantly get an objective information on cash flow, improve fiscal discipline and responsibility of each department.

The purpose of this paper is to study the theoretical approaches formation of structure it formation and accounting system that is designed to meet the information needs of the enterprise as a whole aircraft and will solve the problem to improve the efficiency of management Information and computer system budgeting system must support the principles of a single type in the place of its origin and common information space of rational organization databases.

The effective functioning of information and coupler decision support systems in the enterprise budgeting system ensured the implementation of an integrated model of software should provide the possibility of solving a wide range of tasks, such as financial ami economic activity of the enterprise and its work-flow relationship and continuity of all of the operations; unity of information space for all packages; Single dose primary documentation duplication of information processing Information and computer system decision support system of budgeting enterprise promotes virtual dimension structure of the enterprise – combining the intellectual, technical, software, labor, information and other resources on the basis of modern information technologies for effective management activities.

Keywords: budget, budgeting, information computer systems, decision support system.

УДК 339.9:330.34:608

Мержвинська А.М.

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ТЕНДЕНЦІЙ І ПРОБЛЕМ ЇЇ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Проведений аналіз і виявлені особливості формування креативної економіки в умовах науково-технічного прогресу й постіндустріального суспільства; визначені основні напрямки й тенденції її розвитку – прогресу й регресу; обґрунтовані напрямки формування адекватному особливостям креативної економіки системи менеджменту.

Ключові слова: креативна економіка, нестандартні управлінські розв'язки; інноваційна діяльність; креативний менеджмент.

Проведенный анализ и выявлены особенности формирования креативной экономики в условиях научно-технического прогресса и постиндустриального общества; определены основные направления и тенденции ее развития – прогресса и регресса; обоснованы направления формирования адекватной особенностям креативной экономики системы менеджмента.

Ключевые слова: креативная экономика, нестандартные управленческие решения; инновационная деятельность; креативный менеджмент.

Постановка проблеми. В останні роки в результаті структурних перетворень в економіці сфера послуг перетворилася в домінуючий компонент ВВП розвинених країн.

Постійний пошук нових шляхів здобуття прибутку призвів до того, що успіх економіки в цілому став багато в чому залежати від креативності бізнесу, а також його здатності підбудовуватися під швидко мінливу господарське середовище.

Креативна економіка стала одним з найважливіших напрямків інноваційного розвитку. Термін «креативність» може бути пояснений як творчий підхід до чого-небудь із залученням нових, раніше не використаних ідей.

Таким чином, можна відзначити безперечний зв'язок інновацій і креативних індустрій. Тому виникає необхідність у дослідженні проблем та тенденцій розвитку креативної економіки в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На думку багатьох відомих вче-

них (Джона Хокінса, Річарда Флорида і Чарльза Лендрі), креативна економіка стає й буде надалі однією з основних форм соціально-економічного розвитку. На думку Джона Хокінса, особливість креативної економіки проявляється в системі специфічних соціально-економічних відносин між власне економікою й творчим підходом до її розвитку й удосконалення. В остаточному підсумку, це приводить до становлення й розвитку нового креативного сектору постіндустріальної економіки, в основі якого лежить інтенсивне використання творчих і інтелектуальних ресурсів.

Інше тлумачення в термін «креативна економіка» привносить Річард Флорида. В основу виявлення специфіки креативної економіки їм була покладена ознака професій, роду занять працівників у креативній індустрії.

Поняття «креативна економіка» нерідко ототожнюється з поняттям «економіка знань». При цьому мова йде про особливий сектор економіки,

заснований, насамперед, на різних видах інтелектуальної праці. Подібне тлумачення є слухним лише певною мірою. Разом з тим, обмежувати креативну економіку тільки даною ознакою недостатньо.

До інших ознак креативної економіки низка авторів справедливо відносять, так зване, креативне мислення, креативне проектування, що мають практичну спрямованість.

Метою статті є виявлення суті креативної економіки, проблем та тенденцій її розвитку в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі креативна економіка проявляється в різноманітних напрямках соціально-економічного розвитку. Вона є мотиватором, що забезпечує привабливість інвестиційного клімату, модернізацію сфер освіти й науки, розвиток специфічних напрямків соціальної сфери й т.п.

Разом з тим, слід зазначити, що креативна економіка, заснована на інтелектуальній праці, творчому креативному підході, має місце не тільки в соціально орієнтованих й соціально значимих сферах діяльності. Явний її прояв (як генерування й реалізація нестандартних ідей) спостерігається все більшою мірою в розширенні масштабів тінювих, корупційних, кримінальних соціально-економічних процесів.

Найбільше яскраво ці процеси проявляються останнім часом у науково-освітній, інноваційній діяльності, в охороні здоров'я, будівництві, житлово-комунальному господарстві, міграційних, екологічних і інших напрямках соціально-економічного розвитку.

У такий спосіб очевидно, що в парадигмі креативної економіки сьогодні розвиваються діаметрально протилежні тенденції прогресу й регресу в соціально-економічному розвитку, формуються принципово нові соціально-економічні й культурні моделі, нові типи креативних соціально-економічних відносин.

Усе це дозволяє з певним ступенем умовності об'єднати різні напрямки

креативної економічної діяльності в окремий, самостійний «креативний» сектор економіки.

Механізмом функціонування креативної економіки, так само як і економіки в цілому, є система відповідних соціально-економічних відносин.

Формування нових, більш високих потреб обумовлює пошук досконаліших механізмів їх задоволення. Задоволення цих потреб може здійснюватися різноманітними способами. Це можуть бути, як традиційні й загальновідомі способи, так і принципово нові, нестандартні, креативні технології.

Термін «креативність» у широкому значенні означає творчість. До останнього часу й у вітчизняній, і в закордонній науковій літературі ці два терміни розглядалися як взаємозамінні. Разом з тим, останнім часом ряд авторів схильний розділяти ці два поняття.

У цей час поняття креативності все більшою мірою стало асоціюватися із здатністю особистості в процесі вирішення проблем, що виникають, знаходити нові, нестандартні, оригінальні підходи, засновані на принципово нових знаннях, уміннях, навичках. З'явилось поняття «креативна особистість».

Креативна особистість – це специфічна особистість, що володіє здатністю самовідтворювати принципово нові знання, уміння, навички й компетенції. Креативна особистість має здатності нестандартно мислити, генерувати нові ідеї й рішення.

Креативність (творчі здібності, творча активність, творчий підхід) – це здатність породжувати незвичайні ідеї, відхилятися від традиційних схем мислення, швидко й ефективно здійснювати інтелектуальний прорив у вирішенні проблемних ситуацій.

До найбільш відомих форм прояву креативності відносяться: інновації – висунення принципово нових ідей, нововведення; винаходи – створення чого-небудь нового, невідомого раніше; відкриття – щось вперше встановлене, знайдене.

Основними факторами, що визначають креативність, є, з одного боку, такі особисті якості як швидкість, чіткість, гнучкість мислення, чутливість до проблем, оригінальність, винахідливість, конструктивність і ін., з іншого боку, життєвий досвід і індивідуальні знання особистості в певній сфері. Останнє здатне одночасно, як принести користь, так і служити обмежувачим фактором.

Креативність проявляється в активізації творчого потенціалу людини, його здатності творчо підходити до генерування ідей і рішення проблемних ситуацій. Креативність також проявляється здатністю індивідуума правильно й вчасно реагувати на різні нововведення й новації.

У цьому зв'язку поняття «креативна економіка» асоціюється, по-перше, з оригінальною специфічною формою економічного мислення, що відрізняється від загальноприйнятих логічних типових схем і здатністю знаходити й реалізувати нові соціально-економічні зв'язки й моделі між явищами й процесами; по-друге, із здатностями привносити щось нове, оригінальне в різні сфери практичної діяльності; по-третє, постійною готовністю до вирішення нестандартних проблем і ситуацій.

Виходячи з вищевикладених тлумачень, під креативною економікою можливо розуміти сукупність специфічних соціально-економічних відносин, що виникають із приводу виробництва, розподілу, обміну й споживання, заснованих на нестандартних, нетрадиційних ідеях, концепціях, стратегіях, заходах, що забезпечують ефективне вирішення соціально-економічних проблем на основі нових знань, принципово якісно нових рішень.

Креативні рішення в економіці – це результат творчих нестандартних підходів у прийнятті управлінських рішень. Креативні рішення в економіці проявляються, насамперед, у найвищій результативності вирішення соціально-еконо-

мічних проблем і високої ефективності соціально-економічної діяльності.

Креативна економіка ґрунтується на методології прийняття нестандартних, оригінальних і нетрадиційних управлінських рішень, як з метою стратегічного розвитку, так і подолання постійно виникаючих надзвичайних і кризових ситуацій, коли потрібно здійснити пошук і реалізацію принципово нових шляхів виживання, просування вперед, досягнення конкурентоспроможності організації на ринку й, в остаточному підсумку, забезпечення успіху в конкурентній боротьбі.

У цей час багато підприємств, організацій, установ, компаній приділяють усе більшу увагу підготовці й підвищенню кваліфікації креативно-інтелектуальних працівників з питань управління людськими ресурсами, здатних ефективно вирішувати проблеми кадрового менеджменту в умовах креативної економіки. Такі кадри керівників, як правило, мають вміння проявляти гнучкість, креативність, толерантність, знаходити нестандартні управлінські рішення в сфері кадрового менеджменту й управління персоналом.

У результаті змін у вимогах до сучасних кадрів менеджменту в умовах креативної економіки значно повинна змінитися структура матеріальних і нематеріальних активів компаній, що успішно діють та займають провідні позиції на вітчизняному й закордонних ринках.

У перспективі в умовах креативної економіки значно зростає частка креативно-інтелектуальних витрат. За даними експертів організації «Міжнародне аналітичне бюро», професійний портрет менеджера в умовах

креативної економіки повинен характеризуватися наступними параметрами:

- високий рівень креативно-інтелектуальної підготовки;
- володіння аналітичним і прогностичним нестандартним мисленням;

- уміння виявляти суть проблем, що не лежать на поверхні й адекватно оцінювати можливості їх вирішення;

- мати високий рівень професійної підготовки й гідну вищу освіту;

- володіти сучасними інструментами й методами (включаючи інформаційно-комунікаційні);

- мати високий рівень комунікабельності;

- успішно володіти інструментарієм соціально-психологічного управління людьми в умовах креативної економіки і т.д.

Висновки. На етапі становлення інноваційної економіки все більшою мірою виникає потреба в розробці нових теоретичних, методологічних, методичних і практичних методів і підходів активіза-

ції, раціонального й ефективного використання креативно-інтелектуального людського потенціалу як головного джерела, стратегічного інструмента ефективного використання головної продуктивної сили людини в постіндустріальному суспільстві.

Усе це, безумовно, вимагає суттєвої трансформації всієї системи підготовки, професійної перепідготовки й підвищення кваліфікації кадрів, адекватних особливостям креативної економіки. Такі кадри в першу чергу повинні мати здатність швидко переключатися з однієї проблеми на іншу, швидко знаходити ефективні, нестандартні управлінські рішення, що забезпечують можливість принципового підвищення ефективності соціально-економічного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Хокинс Джон. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. – Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. – 256 с.
2. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее – Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 355 с.
3. Степанов А.А., Савина М.В. и др. Человеческие ресурсы в креативной экономике (международная коллективная монография). – М.: 11 формат 2014. – 239 с.
4. НЛП: Управление креативностью / Р. Дилтс – СПб.: Питер, 2003. – С. 51-54.
5. Самородова Д. Креативность: мифы и реальность // Смена. Январь, 2008. – С. 44-51.

Merzhvynska A.M.

RESEARCH MERITS CREATIVE ECONOMY AND ITS PROBLEMS AND TRENDS OF DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS

The analysis also identified features of formation of the creative economy in terms of scientific and technological progress and postindustrial society; the basic directions and tendencies of its development – progress and regress; grounded directions of forming adequate features creative industry management system.

Creative economy based on intellectual work, creative approach, there is not only socially oriented and socially important areas. The apparent expression of her (as the generation and implementation of innovative ideas) there is more to expand the scale of shadow, corrupt, criminal, social and economic processes.

Formation of new, higher requirements makes the search for improved mechanisms to meet them. Meeting these needs can be done in many ways. It can be as traditional and well-known methods, and fundamentally new, innovative, creative technology.

The term "creativity" in a broad sense, means the work. Until recently in the

domestic and foreign scientific literature these two terms are viewed as interchangeable. However, recently a number of authors tend to separate these two concepts.

Most of these processes clearly manifested recently in research and education, innovation in health care, construction, housing, migration, environmental and other areas of socio-economic development.

The creative economy is based on methodology adoption unusual, original and innovative management solutions, both to strategic development and overcoming recurring emergencies and crisis situations when you need to search for and implementation of innovative ways of survival, progress, achievement of competitiveness of the market and ultimately, the success in the competition.

Keywords: creative economy, innovative management solutions, innovation3 creative management.

Наукове видання

ПРОБЛЕМИ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ЕКОНОМІЦІ

Збірник наукових праць

Випуск 1(55)

Технічне редагування *С.В. Петровська*

Опубліковано в авторській редакції

Формат 60x84/8. Гарнітура ZurichCyrillic BT.
Папір офсет. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 9,60. Ум.-друк. арк. 15,11.
Замов. № 21/16. Наклад 100 прим.

Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.