

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Національний авіаційний університет**

**ПРОБЛЕМИ СИСТЕМНОГО  
ПІДХОДУ В ЕКОНОМІЦІ**

*збірник наукових праць*

**Випуск 47**

**Київ 2014**

УДК 656.7

**ПРОБЛЕМИ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ЕКОНОМІЦІ:**  
Збірник наукових праць: Випуск 47.- К.: НАУ, 2014. - 198 с.

Збірник присвячено актуальним проблемам використання системного підходу при дослідженні соціальних та технічних систем.

Розрахований на наукових працівників та фахівців, які займаються питаннями створення, дослідження та використання організаційних, організаційно-технічних та економічних систем.

**Головний редактор - Загорулько В.М.,** д.е.н., проф.

#### **РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ.**

##### **Тематична спрямованість з економічних наук:**

Жаворонкова Г.В., д.е.н., проф., Коба В.Г., д.е.н., Ложачевська О.М., д.е.н., проф., Куласв Ю.Ф. д.е.н., проф., Матвєєв В.В., к.е.н., доц., Петровська С.В., к.е.н., доц., Рибалкін В.О., д.е.н., проф., Яценко Л.А., д.е.н., проф., Thomas Tacker, Ph.D. in Economics, prof. (USA).

##### **Тематична спрямованість з технічних наук:**

Азарсков В.М., д.т.н., проф., Дем'янчук В.С., д.т.н., проф., Олешко Т.І., д.т.н., проф., Пономаренко Л.А., д.т.н., проф., Сидоров М.О., д.т.н., проф., Соломенцев О.В., д.т.н., проф., Юн Г.М., д.т.н., проф., Парамонов А.Б., д.т.н., проф. академік РАН (Росія).

Збірник входить до переліку періодичних наукових фахових видань, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора та кандидата з технічних та економічних наук, затверджено постановою президії ВАК України від 10.02.2010 р. №1-05/1 // Бюлетень ВАК України. – 2010. – №3.

Друкується за постановою вченої ради НАУ.

Свідчення про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації серія КВ № 8776 від 24.05.2004 року.

## **ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ**

УДК 658.115

Ж.Д. Анпілогова, О.П. Пристайко

### **ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

*В статті досліджено сутність фінансів державного сектора економіки та визначено їх місце в системі державних фінансів України.*

*Ключові слова: фінансова система, державні фінанси, фінанси державного сектора економіки.*

*В статье исследована сущность финансов государственного сектора экономики и определено их место в системе государственных финансов Украины.*

*Ключевые слова: финансовая система, государственные финансы, финансы государственного сектора экономики.*

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах розвитку ринкових відносин однією з основних умов ефективного функціонування економіки держави є створення досконалої фінансової системи, оскільки забезпечення належного рівня економічного зростання та поліпшення добробуту населення залежить саме від побудови ефективної фінансової системи країни. У вивченні даного питання значна роль належить дослідженню складу та функціональних елементів фінансової системи в цілому та визначення місця такої важливої ланки фінансової системи України, як фінанси державного сектора економіки. Роль та значення останніх недооцінене, насамперед, через невизначеність щодо складу державних фінансів та чіткого визначення сутності фінансів державного сектора економіки. Тому, на нашу думку, визначення місця та ролі фінансів державного сектора економіки є досить актуальним питанням в сучасних умовах, оскільки фінанси державного сектора економіки входять до числа індикаторів соціального та економічного розвитку країни.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженню даної проблеми присвячено наукові праці ряду зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких: В.В. Бірюков, А.С. Вісаріонов, , І.О. Лютий, В.М. Опарін, В.Д. Василик, М.І. Карлін, В.Д. Базилевич та інші. Метою статті є визначення сутності фінансів державного сектора економіки та дослідження їх місця у системі державних фінансів України.

**Метою статті** є аналіз ефективності функціонування фінансів, їх ролі та місця у державному секторі економіки України.

**Виклад основного матеріалу.** Найважливішою сферою фінансової системи будь-якої країни виступають державні фінанси. Саме вони забезпечують державу фінансовими ресурсами, необхідними для виконання економічних, соціальних та політичних функцій. Державні фінанси являють собою досить розгалужену систему відносин, яка опосередковується формуванням і використанням централізованих на різних рівнях адміністративного поділу фондів грошових коштів. Розгалуженість цієї системи і наявність значної кількості фондів обумовлюється різноманітністю функцій держави і завдань, які вона вирішує, а також розмежуванням функцій і повноважень між різними рівнями державної влади.

В умовах змішаної економіки державні фінанси розвинених країн охоплюють такі ланки, як державний бюджет, місцеві бюджети, фінанси державних підприємств, спеціальні урядові фонди тощо. Розглядаючи склад державних фінансів провідних країн світу за організаційною структурою, можна зазначити наявність ланок, що обумовлені специфікою інституціональної та територіальної організації державної влади відповідної країни. Слід зазначити, що поява у другій половині ХХ ст. у складі державних фінансів такої ланки, як фінанси державних підприємств, обумовлена необхідністю підтримання галузей економіки, важливих для задоволення окремих суспільних потреб [4].

Сучасні науково-методичні підходи до визначення ланок державних фінансів можна згрупувати за наступними ознаками: за рівнем централізації та роллю у суспільному відтворенні. Відповідно і відношення щодо місця фінансів державного сектора і доцільності його виділення окремою ланкою в кожному підході суттєво різняться. Розглядаючи сутність фінансів державного сектора економіки, необхідно зазначити, що вони є економічною категорією і представляють систему економічних відносин. Тобто, вони мають бути спрямовані на формування, розподіл і використання фінансових ресурсів. Тому, предметом категорії “фінанси державного сектора економіки” мають бути фінансові ресурси, оскільки, основним завданням суб’єктів державного сектора економіки є формування централізованих та децентралізованих фондів фінансових ресурсів.

Основною метою економічних відносин є забезпечення процесів розширеного відтворення та задоволення соціально-економічних потреб суспільства. Це пов'язано з тим, що, по-перше, фінансово-господарська діяльність суб'єктів державного сектора економіки має бути спрямована на виконання соціально-економічних функцій та забезпечення ефективного розвитку підприємства (установи, організації). Отже, фінанси державного сектора економіки – це система економічних відносин з приводу формування, розподілу та використання фінансових ресурсів з метою забезпечення процесів розширеного відтворення та задоволення соціально-економічних потреб суспільства. Розглядаючи систему фінансових відносин суб'єктів державного сектора економіки, слід зазначити, що вона включає ті ж самі фінансові відносини, що і фінанси будь-якого суб'єкта господарювання, оскільки характер і напрямки господарської і фінансової діяльності не залежать від форми власності. Дослідження джерел формування фінансових ресурсів суб'єктів державного сектора економіки показало, що основними джерелами є власні та залучені кошти. Специфічною рисою формування власних фінансових ресурсів суб'єктів державного сектора економіки є те, що в основному вони формуються за рахунок державних коштів. Звичайно, суб'єкти господарювання, основною метою функціонування яких є отримання прибутку, поповнюють власні фінансові ресурси фінансовими результатами своєї діяльності. Водночас, суб'єкти господарювання можуть залучати фінансові ресурси у вигляді державних дотацій, державних субсидій, державних інвестицій, а державні корпоративні товариства ще й за рахунок емісії корпоративних прав.

Слід зазначити, що функціонування фінансів державного сектора економіки може бути організовано трьома методами: комерційний розрахунок, неприбуткова діяльність та кошторисне (бюджетне) фінансування. Основна відмінність в організації фінансів державного і недержавного секторів полягає в джерелах формування фінансових ресурсів та напрямках використання фінансових результатів. Значна кількість державних підприємств (установ, організацій) працюють за методом неприбуткової діяльності. До них належать органи державної влади та установи, заклади соціального забезпечення, заклади освіти, наукові заклади, військові організації, органи юстиції, установи кримінально-виконавчої системи, Національний банк України.

Виходячи зі специфіки діяльності, перелічені установи та організації функціонують на основі кошторисного (бюджетного) фінансування. Фінансові ресурси неприбуткових організацій сформовані виключно за рахунок державних коштів та державного майна, а їхня діяльність спрямована на виконання державою соціально-економічних функцій. Суб'єкти господарювання державного сектора економіки працюють також і на засадах комерційного розрахунку, який передбачає отримання прибутку, відшкодування всіх витрат на поточну діяльність та забезпечення розширеного відтворення. Так, якщо розглядати принципи першого методу, а саме комерційного розрахунку, то слід відмітити, що суб'єкти державного сектора економіки функціонують повністю або частково на основі державного майна, працюють задля виконання державних замовлень та державних програм, інвестують свої кошти лише за визначеними напрямками, обмежені у виборі асортименту продукції, що випускається, а також у формуванні власних і позикових фінансових ресурсів, в розподілі та використанні прибутку і підзвітні відповідним органам державної влади.

Державний сектор економіки представлений не лише виробничими підприємствами, а й неприбутковими організаціями, тому перед фінансами державного сектора економіки постає завдання не лише щодо формування та використання фондів грошових коштів, які зосереджено в складі державних фінансів, а й здійснення елементів грошово-кредитної політики та виконання соціальних завдань. Відповідно даний сегмент фінансів державного сектора економіки є невід'ємною складовою державних фінансів. Що стосується державних підприємств сфери матеріального виробництва, то, як ми знаємо, вони в основному зосереджені у базових та стратегічно важливих галузях економіки і координація їх діяльності знаходиться під контролем державних органів влади. І хоча організація їх фінансів не відрізняється від організації фінансів суб'єктів господарювання приватної власності, на нашу думку, вони повинні відображатися у складі державних фінансів. Це пояснюється тим, що фінанси державного сектора економіки посідають значне місце у складі державних фінансів, тому що за рахунок доходів, отриманих в результаті діяльності державного сектора економіки, певною мірою відбувається формування централізованих фондів, бо фінансові ресурси й отримані доходи цих підприємств повністю або частково належать

державі. Окрім того, діяльність суб'єктів господарювання державного сектора економіки регулюється державою як на підставі оперативного управління, так і господарського відання.

**Висновки.** Створення та функціонування фінансів державного сектора економіки має спільні риси з фінансами суб'єктів господарювання недержавної форми власності у сферах фінансових відносин, у формуванні фінансових ресурсів та в організації фінансів. Але їм притаманні і свої особливості, що полягають в першу чергу в тому, що засновником даних суб'єктів господарювання є держава, виконання функцій впливає на функціонування певних суб'єктів економічної системи, формування фінансових ресурсів здійснюється в основному за рахунок державних (бюджетних) коштів, їх діяльність направлена на виконання державою соціально-економічних функцій. Виділення фінансів державного сектора економіки окремою ланкою державних фінансів дозволить чітко визначити ефективність функціонування державного сектора економіки та оцінити його внесок у формування фінансових ресурсів держави.

#### **Список використаних джерел**

1. Ермакова Е. А. Государственные финансы в финансовой системе России / Е. А. Ермакова // Финансы и кредит. – 2007. – № 3. – С. 32–41.
2. Лютий І. О. Новітні тенденції розвитку фінансової системи держави / І. О. Лютий // Фінанси України. – 2004. – № 5. – С. 24–30.
3. Фінансова система України : навчальний посібник / М. І. Карлін. – К. : Знання, 2007. – 324 с. – (Вища освіта XXI століття).
4. Шитко О. П. Фінансова система: підходи до визначення та кількісної оцінки / О. П. Шитко // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 4. – С. 66–75.

G.D.Anpilogova, O.P. Prystayko

### **EFFECTIVE FUNCTIONING FINANCE PUBLIC SECTOR UKRAINE**

This paper investigates the nature of the public sector finances and define their place in the public finances of Ukraine.

In the current conditions of market relations major conditions for effective functioning of the economy of the state is to create the perfect financial system as providing an adequate level of economic growth and improved welfare depends precisely on building an effective financial system. In a study of this issue played a great part to the research structure and functional elements of the financial system as a whole

and determining the location of this important part of the financial system of Ukraine as finance public sector.

The role and importance of recent underestimated, primarily due to uncertainty about the structure of public finances and a clear definition of the nature of the public sector finances. Therefore, in our opinion, the place and role of the public sector finances is very relevant issue in modern terms as public sector finances are among the indicators of social and economic development.

Formation of financial resources is mainly due to the state (budget) funds, their activities aimed at implementation of state social and economic functions. Bold public sector finances separate link state finances will clearly define the effective functioning of the public sector and assess its contribution to the formation of the financial resources of the state.

Keywords: financial system, public finance, public sector finance.

### **References**

1. Ermakov E.A. Hosudarstvennyye Finance in Russia finansovoy system / E.A. Ermakov // Finance and Credit. - 2007. - № 3. - С. 32-41.
2. February I.O. Newest trend of financial system / I.O. February // Finance Ukraine. - 2004. - № 5. - С. 24-30.
3. The financial system of Ukraine: Tutorial / M. Carlin. - K.: Knowledge, 2007. - 324 p. - (Higher Education Twenty-first century).
4. Shytko O.P. Financial System: approaches to the definition and quantification / O. Shytko // Actual problems of economy. - 2006. - № 4. - С. 66-75.

УДК 336.77(045)

Н.І. Астахова

## **РОЛЬ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ВЛАДИ В УДОСКОНАЛЕННІ ПРОЦЕСУ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ КЛІЄНТІВ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ**

*У статті визначено напрями якісного поліпшення процесу оцінювання кредитоспроможності позичальників у регіонах із залученням місцевих органів влади (МОВ). Обґрунтовано як напрям удосконалення методичного забезпечення оцінки кредитоспроможності підприємств-позичальників з боку МОВ використання показників регіонального рейтингу підприємств. Запропоновано для покращення процедури оцінки кредитоспроможності позичальника-фізичної особи використовувати економіко-статистичну модель залежності суми платежу за кредитом від величини індивідуального доходу позичальника та від середньо регіонального рівня доходу.*

*Ключові слова: МОВ, кредитоспроможність, оцінювання, регіон, середньо регіональний рівень.*

*В статтє определены направления качественного улучшения процесса оценивания кредитоспособности заемщиков в регионах с привлечением местных органов власти (МОВ). Обосновано как направление усовершенствования*



*методического обеспечения оценки кредитоспособности предприятий-заемщиков со стороны МОВ использование показателей регионального рейтинга предприятий. Предложено для улучшения процедуры оценки кредитоспособности заемщика - физического лица использовать экономико-статистическую модель зависимости суммы платежа по кредиту от величины индивидуального дохода заемщика и от средне регионального уровня дохода.*

*Ключевые слова: МОВ, кредитоспособность, оценивание, регион, средне региональный уровень.*

**Постановка проблеми.** Одним з напрямів управлінської діяльності МОВ виступає визначення заходів з удосконалення методичного забезпечення оцінки кредитоспроможності позичальників комерційних банків. Необхідність реалізації вказаного напряму зумовлена рекомендаційною функцією МОВ стосовно забезпечення надійності банківської системи. Як з боку банків так і з боку позичальників здійснюються неправомірні порушення, що призводять до фінансових втрат і не вирішуються на рівні взаємовідносин «банк – позичальник». Банки використовують різні методики оцінки кредитоспроможності клієнтів, проте це не запобігає утворенню ситуацій з отриманням неплатоспроможних клієнтів на етапі повернення кредитів та сплати відсотків. Для попередження зазначених ситуацій методична робота банків з оцінки кредитоспроможності позичальників повинна бути об'єктом контролю з боку МОВ.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблемам оцінювання кредитоспроможності позичальників присвячені роботи О. Васюренка, В. Гриньової, В. Карпан, О. Павлюка, В. Петрука та інших дослідників. В даний час серед економістів не існує єдиної думки з питання досконалості методики оцінки кредитоспроможності позичальника банку, яким є фізична особа. Так, автори однієї з методик розуміють під кредитоспроможністю позичальника його здатність вчасно й повно розрахуватися за своїми обов'язками, що звужує поняття кредитоспроможності до поняття платоспроможності. Автори іншої методики пропонують наступне визначення кредитоспроможності: "під кредитоспроможністю банківських клієнтів варто розуміти такий фінансово-господарський стан чи підприємства організації, що дає впевненість в ефективному використанні притягнутих засобів, можливості й готовності позичальника повернути кредит відповідно до умов кредитного договору". Але з цього визначення кредитоспроможності не зовсім ясно, що розуміється під ефективним використанням притягнутих засобів. Якщо під ефективністю використання притягнутих засобів розуміти одержання доходу від кредитного заходу (а саме така мета підприємств у ринкових умовах), то банк не має права висувати такі вимоги до позичальника. Гарантією повернення кредиту є рентабельність

діяльності позичальника в цілому, а захід, що кредитується, може бути одним із ланок його маркетингової діяльності на ринку сировини і не передбачати одержання доходу в цьому виробничому циклі. Визначеними дослідниками визначено оцінку кредитоспроможності позичальника як суто внутрішню банківську процедуру. Ними взагалі не розглядається рекомендаційна участь МОВ у процесі удосконалення методики оцінювання кредитоспроможності позичальників (фізичних осіб) комерційних банків.

**Метою** дослідження виступає визначення ролі МОВ у покращенні процесу оцінювання кредитоспроможності позичальників комерційних банків у регіонах.

**Виклад основного матеріалу.** Кредитоспроможність - це реальний правовий і господарсько-фінансовий стан позичальника, на основі оцінки якого банк схвалює рішення про початок припинення кредитних відносин із позичальником. Кредитоспроможність - це одне з умов виникнення й здійснення кредитних відносин, що виникають між банком (кредитором) і суб'єктом підприємництва (позичальником) із приводу надання кредитором позички позичальнику в грошовій формі за умови повернення у визначений термін і зі сплатою відсотка. При цьому власником переданих позичальнику засобів залишається банк, і його може не хвилювати доля цих грошей. Наявність кредитного ризику залежить від багатьох суб'єктивних і об'єктивних факторів, зокрема, кадровий потенціал клієнта, результати його діяльності, ступінь надійності потенційного позичальника з погляду виконання своїх зобов'язань перед кредитором, рентабельність проекту.

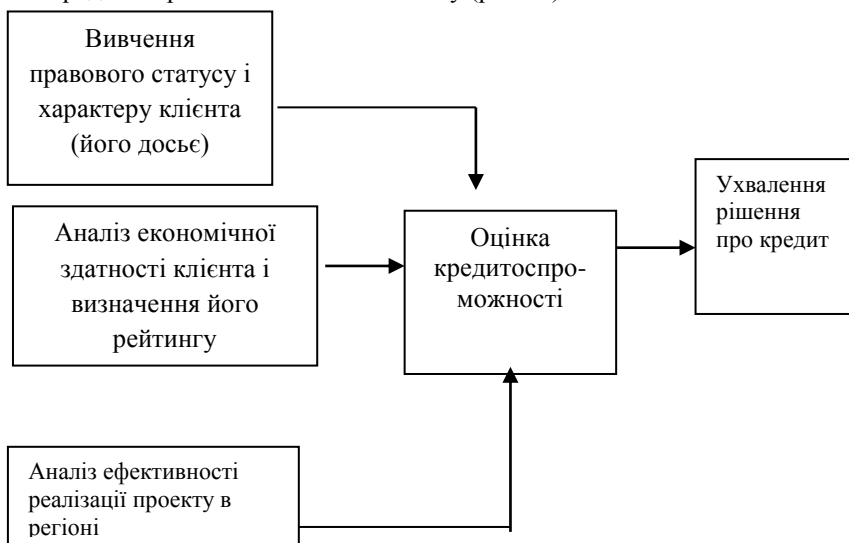
Таким чином, кредитоспроможність - це наявність у потенційного позичальника передумов (умов) для одержання кредитів, своєчасної виплати відсотків за користування ними і погашення основного кредитного боргу у встановлений термін. Оцінка кредитоспроможності необхідна для ухвалення рішення про видачу кредиту й обґрунтування його погашення, а це означає, що діяльність клієнта й особистих його якостей повинні бути всебічно проаналізовані. Зазначена оцінка здійснюється в умовах комерційних банків як правило за типовою методикою, що розроблена НБУ. Проте типова методика оцінювання кредитоспроможності позичальників не враховує регіональні особливості функціонування позичальника та реалізації кредитуємого заходу.

У міжнародній практиці кредитування застосовуються різні системи аналізу кредитоспроможності, що відрізняються, зокрема, по складу й кількості елементів: система 5C, PARSER, CAMPARI, MEMO RISK, система 4FC, PARTS. У закордонній банківській діяльності при розгляді питання про кредитоспроможність клієнта комплексно

аналізують такі категорії, як економічні інтереси банку, гарантії повернення кредиту, а також людські якості індивідуального чи позичальника управлінського складу підприємства-боржника.

Подібні системи аналізу кредитоспроможності корисні насамперед значною економією часу, необхідною кредиторам для аналізу кредитних заяв і бізнес-планів, прийняття рішень про прийняття кредитної заяви. У світовій банківській практиці при рішенні питання про видачу кредиту діяльність позичальника аналізується по таких найважливіших напрямках, перші букви, назви яких склали аббревіатуру CAMPARI: С - character - характеристика клієнта (особисті якості); А - ability - здатність повернути кредит; М - margin - маржа (прибутковість); Р - purpose - ціль, на реалізацію якої будуть витрачені гроші; А - amount - розмір кредиту; R - return - умови погашення кредиту; І - insurance - страхування ризику непогашення кредиту.

Даний методологічний підхід дозволяє, з огляду на особливості умови діяльності позикодавців в Україні, запропонувати таку схему оцінки кредитоспроможності клієнта банку (рис. 1.).



**Рисунок 1. Елементи методики оцінки кредитоспроможності клієнта**

При проведенні оцінки позичальників комерційні банки розрізняють наступні категорії позичальників: юридичні особи; комерційні банки; фізичні особи.

Оцінка кредитоспроможності - це творчий процес, що вимагає від банківських працівників глибоких економічних знань, аналітичного мислення, вміння визначати й оцінювати тенденції в господарській (виробничої і комерційний) діяльності і фінансовому стані позичальників, можливості дотримання ними принципів кредитування, прогнозувати майбутній стан справ позичальника й обставини, що можуть на них уплинути. Підхід до оцінки кредитоспроможності клієнтів повинний бути системним, комплексним, виходячи з результатів аналізу їхнього фінансового стану й ефективності кредитних проєктів. Рішення банкіра про рівень кредитоспроможності позичальника формується під впливом трьох щодо самостійних аналітичних блоків: вивчення характеру клієнта для одержання загального представлення про нього; аналізу фінансового стану клієнта; аналізу ефективності кредитних чи заходів інвестиційного проєкту.

Оцінка кредитоспроможності потенційного позичальника (клієнта банку) починається після його звертання в банк із заявою на одержання кредиту, у якому надані вихідні зведення про кредит: ціль, розмір кредиту, вид і термін позики, пропоноване забезпечення. Банк вимагає, щоб до заяви додавався пакет супровідних документів і фінансові звіти, що є обґрунтуванням вимоги про надання позики і причини, що пояснюють звертання в банк. Ці документи - необхідна складова заяви. Перелік цих документів затверджується керівництвом банку. Їхній детальний аналіз проводиться на наступних етапах після того, як представник банку перевірить правовий (юридичний) статус клієнта, проведе попередню бесіду із заявником і зробить висновок про перспективність угоди. Правовий статус позичальника - це його правомочність як юридичної особи, що він здобуває з моменту державної реєстрації у виконавчих органах влади, що підтверджується свідченням про реєстрацію, відкритим поточним рахунком у банку і самостійному бухгалтерському балансі. Після цього працівник банку розглядає заяву клієнта і проводить попередню бесіду з майбутнім позичальником. Ця бесіда має велике значення для рішення питання про майбутню позичку, тому що вона дозволяє не тільки з'ясувати деякі важливі деталі кредитної заявки, але і скласти психологічний портрет позичальника, реалістичність його оцінки положення і перспектив розвитку підприємства.

Протягом бесіди працівника банку не слід прагнути з'ясувати всі аспекти роботи підприємства; він повинний сконцентрувати увагу на

ключових, базисних питань, що мають найбільший інтерес для банку. Рекомендується розділити питання на 5 груп:

1. Зведення про клієнта і його підприємство:

2. Питання з приводу прохання про кредит: яку суму грошей компанія сподівається одержати в банку; як розрахована ця сума; достатній обґрунтований прогноз фінансових потреб; термін служби активів, що фінансуються за допомогою позики; чи враховують умови позики здатність клієнта погасити кредит вчасно.

3. Питання, зв'язані з погашенням кредиту: як клієнт збирається погасити кредит; яку суму грошової особистості компанія одержує в ході операційного циклу; чи є у клієнта спеціальне джерело погашення кредиту; чи має обличчя, готове гарантувати платоспроможність клієнта, і їхнє фінансове положення.

4. Питання з приводу забезпечення кредиту: забезпечення, що буде передано в заставу; власник забезпечення; чи знаходиться воно під контролем клієнта і чи може воно бути продано; потрібно чи спеціальне дозволу, щоб продати забезпечення; як була здійснена оцінка майна, передбаченого як забезпечення; чи може забезпечення бути зіпсовано; які витрати на збереження забезпечення.

5. Питання про зв'язки клієнта з іншими банками: банки, послугами яких у даний час користується клієнт; чи звертався він в інші банки за кредитом; чому клієнт прийшов у цей банк; чи мають непогашені позики і їхній характер.

При вивченні заяви працівник банку може відвідати фірму і на місці поспілкуватися з головними службовими особами. Дуже важливо з'ясувати рівень компетентності осіб, що очолюють фінансові, операційні і маркетингові служби, адміністративний апарат.

У процесі відвідування підприємства з'ясовуються багато технічних питань, що не виникли під час попереднього бесіди, а також скласти уявлення про стан майна, споруджень, будинків і устаткування підприємства, поведження працівників. Після бесіди і відвідування підприємства працівник банку повинний прийняти рішення: чи продовжувати роботу з кредитною заявою чи відповісти відмовленням. Якщо пропозиція клієнта не збігається по яких-небудь важливих аспектах із принципами і політикою банку в сфері кредитних операцій, необхідно рішуче відмовити клієнту. При цьому необхідно пояснити клієнту причини відмовлення. Якщо працівник банку за підсумками попередньої бесіди вирішує продовжити роботу з банком, то банк приступає до аналізу кредитоспроможності.

Метою аналізу кредитоспроможності є одержання комерційним банком якісної оцінки діяльності позичальника, на підставі якої він міг би

прийняти рішення про можливість і умови чи кредитування припиненні кредитних відносин. Таку якісну оцінку фінансового стану позичальника - юридичної особи комерційний банк може одержати внаслідок проведення аналізу і комплексної оцінки економічного стану. Крім результатів аналізу, для оцінки кредитоспроможності позичальника банк може використовувати й інше джерело інформації, наприклад: матеріали про клієнта, що мають у архіві банку; зведення про тих, хто мав ділові контакти з клієнтом (його постачальники, кредитори, покупці продукції, банки); звіти й інші матеріали приватних і державних установ і агентств (звіти про кредитоспроможність, галузеві аналітичні дослідження, зведення про інвестиції).

Уся перерахована інформація є основою для визначення комерційним банком рейтингу позичальника, що враховується при ухваленні рішення про можливість його кредитування. Питання оптимального набору показників, що найбільше активно відображають тенденцію економічного стану (у тому числі і фінансового стану) позичальників, кожен комерційний банк вирішує самостійно з урахуванням вимог, затверджених Постановою НБУ 6 липня 2000р. №279 «Положення про порядок формування і використання резерву для відшкодування можливих утрат по кредитних операціях».

З боку МОВ може бути надані комерційним банкам наступні рекомендації з приводу оцінювання кредитоспроможності юридичних осіб: розраховувати та аналізувати показники частки регіонального ринку, що контролюється позичальником; визначати та аналізувати регіональний рейтинг підприємств-позичальників; обґрунтовувати регіональний соціально-економічний ефект від реалізації кредитуемого заходу (проєкту).

Повернення банківських кредитів означає своєчасне і повне погашення позичальниками виданих їм кредитів і відповідних сум відсотків за користування кредитними коштами. Забезпечення повернення кредиту - це складна цілеспрямована діяльність банку, яка включає систему організаційних, економічних і правових мір, що складають особливий механізм, котрий визначає засоби видачі кредитів, джерела, терміни і засоби їхнього погашення, а також документацію, котрим забезпечує повернення кредитів.

Джерела повернення кредитів поділяються на первинні і повторні (додаткові). Первинним джерелом є прибуток позичальника (для юридичних осіб - виторг у наявній або безготівковій формі, для фізичних осіб - заробітна плата або інші надходження). Повторними є виторг від реалізації закладеного майна, перерахування коштів гарантом або страховою організацією.

Порядок використання банком первинних і повторних джерел погашення позичок розрізнений. Погашення кредитів за рахунок прибутку позичальника регулюється кредитним договором, договором застави, дорученням на перерахування відповідних коштів. Погашення здійснюється в день настання терміну платежу або в інший визначений період при наявності коштів на рахунку клієнта. При погашенні кредитів готівкою клієнт у відповідні терміни вносить гроші в касу банку. Можливе продовження терміну погашення кредиту, якщо клієнт очікує надходження. Таким чином, механізм погашення кредиту в даному випадку являє собою добровільне виконання клієнтом своїх платіжних зобов'язань перед банком, зафіксованих у кредитному договорі.

Погашення кредиту за рахунок повторних джерел означає залучення банку в дію механізму примусового стягнення належного йому боргу. Даний механізм також має правове забезпечення (крім кредитного договору) у вигляді договору про заставу, гарантійного листа, договору поручництва, страхового полісу.

Використання додаткових джерел навіть при наявності зазначених юридичних документів вимагає від банку особливих умов і тривалого часу. Так, реалізація прав по поверненню кредиту при використанні застави майна позичальника припускає звернення в суд або арбітраж, а також потребує дотримання визначених умов по суті заставного права зі сторонами, як банку, так і позичальника.

У результаті виникає тривала процедура розгляду і задоволення позову банку. Використання гарантійних зобов'язань поручителя для погашення кредиту також потребує часу навіть при його готовності виконати ці зобов'язання. Страхова організація відшкодує збиток банку від неповернення кредиту тільки після ретельного вивчення чинників виникнення кредитного ризику і за умови дотримання умов страхової угоди. Вказані заходи у більшості випадків можливі у разі кредитування юридичних осіб. Коли мова йде про споживче кредитування фізичних осіб більш доцільним є первісне визначення умов потенційної некредитоспроможності.

Відмінність оцінки кредитоспроможності фізичної особи від аналізу кредитоспроможності юридичної особи полягає у наявності недостатнього обсягу інформації. Отже, за споживчим кредитом оцінити ефективність заходу, що кредитується неможливо, оскільки кредит спрямовується на купівлю споживчих товарів. У розпорядженні банку є тільки інформація про доходи позичальника, котрі можуть змінитися або взагалі стати відсутніми. Діючі методики оцінки не пов'язують дані про доходи позичальниками із факторами його вірогідного звільнення або зменшення розміру доходу. МОВ можуть запропонувати комерційним

банкам використовувати результати побудови економіко-статистичних моделей взаємозв'язку величин плати за кредитами та середньорегіональної заробітної платні. Побудова економіко-статистичних моделей дозволяє дати кількісну характеристику зв'язку, залежності і взаємній обумовленості вказаних показників. Хоча модель може претендувати лише на більш-менш спрощений відбиток дійсності, вона забезпечує строгий математичний підхід до дослідження сформованих економічних взаємозв'язків, до з'ясування питань про те, чи істотна досліджувана залежність, у якій формі вона виявляється тощо. Саме внаслідок математичної завершеності, кількісної певності своїх характеристик і оцінок економіко-статистична модель служить не тільки засобом аналізу попереднього розвитку, але й стає важливим інструментом перспективних розрахунків кредитоспроможності. Математичні розрахунки вважають встановленими, якщо зв'язок між незалежним показником-фактором  $x$  і залежної перемінної  $y$  існує і характеризується функцією  $y = f(x)$ .

Однією з перших задач кореляційного аналізу є встановлення виду цієї функції, тобто відшукування такого кореляційного рівняння (рівняння регресії), що найкраще відповідає характеру досліджуваного зв'язку.

Рівняння прямої розраховується згідно формули (1):

$$y = a_0 + a_1x \quad (1)$$

де  $x$  і  $y$  - відповідно незалежні перемінні,  
 $a_0$ ;  $a_1$  - постійні коефіцієнти.

Висновок прямолінійності характеру зв'язку перевіряється спочатку шляхом простого зіставлення по наявним даним варіації залежної і незалежної перемінних, а також графічним способом. При графічному способі кожне спостереження відзначається у вигляді крапки в прямокутній системі координат. При достатньо великій кількості спостережень розташованих крапок на графіку легко дозволяє переконатися в слушності або хибності уявлення про лінійний характер зв'язку між досліджуваними перемінними. Другим етапом є виявлення рівняння прямої при даній конкретній залежності між  $x$  і  $y$ . Для цього необхідно визначити чисельні значення ( $a_0$  і  $a_1$ ), при яких пряма найкраще буде відповідати наявним фактичним даним.

Знаходимо мінімум квадратів відхилень, коефіцієнти яких відшукуємо методом найменших квадратів.

$$y = a_0 + a_1x \quad (2)$$



$$\sum(y_{\text{факт}} - y_{\text{расч}})^2 = \min \quad (3)$$

Рівняння прямої можна записати в такий спосіб:

$$y_{\text{расч}} = a_0 + a_1 x_{\text{факт}}, \quad (4)$$

підставляючи значення  $y_{\text{расч}}$  в умову мінімізації суми квадратів одержимо:

$$\sum(y_{\text{факт}} - a_0 - a_1 x)^2 = \min \quad (5)$$

Визначивши мінімізуючу функцію в цілому через  $f$  і відкинувши  $x$  і  $y$ , підписні літери, маємо:

$$= -2 \sum \frac{\partial f}{\partial a_0} (y - a_0 - a_1 x) = 0 \quad (6)$$

$$= -2 \sum \frac{\partial f}{\partial a_1} (y - a_0 - a_1 x) x = 0 \quad (7)$$

Після перетворення одержимо систему нормальних рівнянь, рішення яких призводить до визначеного розміру коефіцієнтів  $a_0$  і  $a_1$ :

$$\sum y = N a_0 + a_1 \sum x \quad (8)$$

$$\sum x y = a_0 \sum x + a_1 \sum x^2 \quad (9)$$

де  $N$  - число одиниць спостережень,

$\sum x$  - сума отриманої заробітної платні за шість місяців у середньому по регіону,

$\sum y$  - сума плати за кредитом за шість місяців.

Побудова аналогічної моделі залежності суми платежу за кредитом від величини індивідуального доходу позичальника, коли за  $\sum x$  приймається сума отриманої заробітної платні конкретним позичальником за шість місяців, дозволяє отримати два значення показника  $\sum y$ . Якщо значення співпадають або друге значення перевищує перше, то банку рекомендовано прийняти позитивне рішення про кредитування фізичної особи.

**Висновки.** Для якісного поліпшення процесу оцінювання кредитоспроможності позичальників у регіонах доцільним є залучення МОВ. Удосконалення методичного забезпечення оцінки

кредитоспроможності підприємств-позичальників з боку МОВ пов'язано із використанням показників регіонального рейтингу підприємства-позичальника, що надає можливість визначити результативність реалізації кредитуемого заходу у регіоні функціонування підприємства. Для покращення процедури оцінки кредитоспроможності позичальника, котрим є фізична особа, запропоновано використовувати економіко-статистичну модель залежності суми платежу за кредитом від величини індивідуального доходу позичальника та від середньо регіонального рівня доходу. Це забезпечує запобігання фінансових втрат банку внаслідок отримання об'єктивних результатів оцінки кредитоспроможності фізичних осіб через своєчасне формування резервів.

#### **Список використаних джерел**

1. Васюренко О.В. Менеджмент кредитних операцій у комерційних банках. – Харків: Оригінал, 2006– 72 с.
2. Гриньова В.М., Колодізев О.М. Проблеми та перспективи структурної перебудови банківської системи України., 2006. - №1. С.94 – 100.
3. Колачиков О.В., Крупко Т.В. Автоматизація процесу оцінки кредитоспроможності підприємства // Фінанси України. – 2003. № 5. – С. 54-58.
4. Операції комерційних банків / Р. Кацовська, Г. Табачук, Я. Грудзевич, М. Вознюк. – 3-те вид. – К.: Амрта; Львів: ЛЬБУ НБУ, 2003. – 500 с.
5. Павлюк К.В., Кажан В.А. Діяльність іноземних Комерційних Банків в Україні: тенденції та проблеми // Фінанси України , 2006. - №6. С.143 – 149.

N.I. Astakhova

#### **THE ROLE OF LOCAL AUTHORITIES IN IMPROVING THE PROCESS OF ASSESSING THE CREDITWORTHINESS OF CLIENTS OF COMMERCIAL BANKS**

*The article defines the areas of quality improvement evaluation process creditworthiness of borrowers in the regions with local authorities Justified as providing the direction of improving the methodological assessment of the creditworthiness of borrowing by the use of indicators of regional local authorities rating companies. Definitely a recommendation direction of management activities on the part of local authorities in the form of methodological participation in assessing the creditworthiness of customers of commercial banks in order to minimize financial losses to banks and prevention of confusion with borrowers. Proved that by local commercial banks is to give recommendations on the evaluation of creditworthiness entities using indicators of regional rankings - share of the regional market , which is controlled by the borrower ,*

*the economic activity of the borrowing companies , regional social and economic effect of the credited measure ( project) .Proposed to improve procedures for the credit assessment of the borrower - an individual to use a statistical model, depending on the loan amount of the payment of the value of the individual borrower's income and on average regional income levels that would eliminate the risk of delayed repayment of loans due to overestimation of the borrower's creditworthiness.*

*Keywords: LA, solvency, estimation, region, middling regional level.*

УДК 336.717.063(045)

Гайдаржійська О.М.Б Захарченко О.О.

### **ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ**

*У статті розглядаються ключові фактори впливу на розвиток банківської системи України. Крім того, визначено основні ризики, що стримують подальший розвиток вітчизняних банків. На основі систематизації релевантних факторів та ризиків розроблено пропозиції щодо подальшого розвитку сучасної банківської системи.*

*Ключові слова: банківська система, банк, розвиток банківської системи.*

*В статье рассматриваются ключевые факторы влияния на развитие банковской системы Украины. Кроме того, определены основные риски , сдерживающие дальнейшее развитие отечественных банков . На основе систематизации релевантных факторов и рисков разработаны предложения по дальнейшему развитию современной банковской системы .*

*Ключевые слова: банковская система, банк, развитие банковской системы.*

**Постановка проблеми.** Банківська система України протягом останніх років не досягла стабілізації, здатної відігравати важливу роль у здійсненні структурних перетворень в економіці в цілому.

Всі чинники, які впливають на розвиток банківської системи України можна визначити та згрупувати за наступними критеріями: походження факторів: внутрішні та зовнішні; макроекономічні та мікроекономічні; вид впливу на банківську систему: фактори прямого та непрямого впливу; ступінь контрольованості з боку НБУ.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблемами розвитку банківської системи України займалися такі вітчизняні науковці як І.В. Панасенко [1], О.А.Брегеда [2], Л.Л. Гриценко [3], А.С.Криклій [4] та інші.

**Невирішена раніше частина загальних проблем.** Питання систематизації ключових ризиків розвитку та факторів, що формують

напрямки подальшого розвитку та факторів, що формують напрямки подальшого розвитку залишаються недостатньо дослідженими.

**Мета статті.** Дослідження діяльності банківської системи України та визначення релевантних факторів впливу на розвиток сучасної банківської системи.

**Вклад основного матеріалу.** Сукупність усіх банківських установ, що функціонують у країні, перебувають у тісному взаємозв'язку між собою, утворюють **банківську систему** – специфічну економічну й організаційно-правову структуру, яка забезпечує функціонування грошового ринку та економіки загалом.

Банківська система є однією з найважливіших та невід'ємних структурних елементів ринкової економіки. Функціонування ринкової економіки країни неможливе без ефективної банківської системи, яка забезпечує функціонування грошового ринку, активно обслуговує і впливає на всі економічні та соціальні процеси, які відбуваються в державі, виступає важливим складником інвестиційного процесу. Стабільна банківська система, що динамічно розвивається, — неодмінна передумова стійкого економічного зростання. У сучасній економіці банківська система має величезне значення завдяки зв'язкам цієї системи з усіма секторами економіки. Найважливіші функції банків полягають у забезпеченні безперерйного грошового обігу капіталу, в наданні можливостей отримання необхідного фінансування підприємствами, державою, приватними особами, а також створенні сприятливих умов для вкладання коштів із метою нагромадження заощаджень у національній економіці.

Розвиток ринкових відносин в економіці України об'єктивно зумовлює підвищення ролі банківського сектору. Тенденції розвитку банківської системи України вказують на те, що протягом останніх років вона перетворилась на одну з найбільш динамічних, стійких і стабільно працюючих сфер національної економіки. Законодавче забезпечення функціонування банківської системи України було здійснене з прийняттям у 1991 р. Закону України "Про банки та банківську діяльність". Але фактично діяльність комерційних банківських установ на території України почалась раніше. У сучасних умовах банківська система відіграє важливу роль у державі і стає інструментом впливу на економічні процеси як у внутрішній, так і зовнішній політиці держави. Від її ефективного функціонування залежать розподіл внутрішнього валового продукту і національного доходу, регулювання грошового обігу, кредитування, фінансування та досягнення інших економічних і соціальних досягнень держави.

Основним фактором розвитку банківської системи, є перш за все, економічне зростання країни. Існує велика кількість факторів, які впливають на даний чинник, проте ключових з цих два:

По-перше, накопичення капіталу – в розрахунках на одного зайнятого або душу населення.

По-друге, зміни технологічного рівня економіки, які виражаються показниками загальної продуктивності.

Дані зміни відображають темпи технічного прогресу та структурних змін в економіці. Всі інші фактори (політика держави, розвиток ринку, які визначають інвестиційний клімат в країні, рівень розвитку інфраструктури та інші) впливають на темпи економічного зростання через ці два процеси.

До зовнішніх макроекономічних факторів, які впливають на рівень розвитку банківської системи слід віднести: зростання валового внутрішнього продукту, розмір інвестицій і основний капітал, доходи населення, в тому числі рівень реальної заробітної плати.

До внутрішніх чинників динамічного розвитку банківської системи слід віднести рівень капіталізації банків, механізми створення та нарощування капіталу банків, в тому числі статутного.

Реальний рівень розвитку банківської системи, як правило, визначають шляхом її порівняння із фінансово-кредитною системою інших країн. Цей критерій загалом придатний і для визначення внутрішнього конкурентного рівня окремої банківської установи. У такому випадку виміральною шкалою оцінки служать позитивні показники діяльності конкурента. Розвиток економіки потребує все більшого розширення банківських можливостей щодо конкретної економіки. Є два останні фактори економічного зростання: інвестиційний, де працюють «довгі» гроші середньострокові кредити, розвиток малого та середнього бізнесу, де гроші не такі великі і не такого тривалого періоду. Ось чому банки повинні оцінити свої можливості і вирішити, за рахунок яких чинників і як будувати роботу, щоб забезпечити обидва напрямки економічного зростання.

Для інвестицій потрібні «довгі» гроші (довгострокові кредити). Знайти ці кошти можна, по-перше, шляхом зростання капіталізації банків. Капітал банків – це дійсно довгостроковий надійний ресурс. Якщо банківський сектор працюватиме ефективно, то капітал зростатиме. Але для зростання капіталу банків, для їх капіталізації необхідно створити належне законодавче та економічне середовище. Наприклад, віднести кошти, які вкладаються у нарощення капіталу, до виробничих витрат і таким чином зберегти та примножити капітал, отримати тверді гроші.

Другий шлях – це розбудова поза банківських інститутів, які повинні мобілізувати довгострокові кошти, котрі можна було б використати для нарощування й оновлення виробничого потенціалу.

Третій шлях – розширити кредитування, скориставшись внутрішніми ресурсами країни, тобто коштами населення. Динаміка вкладів громадян засвідчує, що їх довіра до банківської системи у після кризовий період ще знаходиться на низькому рівні. Так за різними даними, понад 20 млрд. грн. і близько 15 млрд. дол. США ще знаходяться на руках у населення. Доцільно є розробка дієвої програми мобілізації цих коштів.

Для розвитку банківської системи необхідно контролювати рівень структури ресурсів банків, серед яких особливу увагу слід привернути до вкладів населення. Адже зазвичай вплив на формування кредитних ресурсів банків мають строкові кошти, які є основою для розвитку довгострокових кредитів. Динамічне зростання ресурсної бази банків поряд із поліпшенням її строкової структури дає змогу банкам суттєво збільшити обсяги кредитування, особливо довгострокового. Натомість діє широкий спектр стримуючих факторів, ризиків подальшого розвитку банківської системи. Насамперед – це неготовність банківської системи забезпечити економічне зростання необхідними за обсягами, ціною і термінами ресурсами. І чинники цієї проблеми пов'язані з глибинними проблемами економіки.

Ще один ризик – це рівень капіталізації банків. Його рівень не може порівнюватися із стандартами економічно розвинутих країн. Головна причина лежить у площинах низької інвестиційної привабливості наших банків та їх недостатньої прибутковості, а це – недостатня капіталізація і невисока дохідність акцій українських банків. Ще один стимулюючий фактор підвищення капіталізації – це певна обмеженість або навіть вузькість сфер прикладання капіталів. Йдеться про нерозвинутість, недоконалість, ще і повну відсутність механізмів та інструментів лізингу іпотечного та фондового ринків. В наслідок цього банки не можуть належно диверсифікувати свій портфель активів і, зрозуміло, знизити ризикованість свого бізнесу, а також наростити прибуток. З появою нових джерел заробітку банки отримують додаткові можливості підвищення капіталізації, зокрема через рефінансування прибутку.

Сучасний стан розвитку економіки України потребує постійної уваги до банківської системи в цілому і комерційних банків зокрема, проведення політики, спрямованої на створення сприятливих умов для їх стабільного та ефективного функціонування. Ця потреба обумовлюється тим, що банківська система одна з найважливіших і невід'ємних структур ринкової економіки і є одним з основних чинників політики економічного зростання. Адже через неї здійснюється процес акумуляції фінансових

ресурсів суспільства і забезпечується їх найефективніше і раціональне використання.

Банківська система — це законодавчо визначена, чітко структурована сукупність фінансових посередників грошового ринку, які займаються банківською діяльністю.

Необхідність, формування банківської системи, як особливої, структури, визначається двома групами причин:

- пов'язаних з необхідністю здійснення суспільного нагляду і регулювання банківської діяльності, узгодження комерційних інтересів окремих банків з загальносуспільними інтересами — забезпеченням сталості грошей і стабільної роботи всіх банків;

- пов'язаних з функціонуванням грошового ринку, забезпеченням збалансованості попиту і пропозиції на грошовому ринку і в кожному його секторі.

**Висновок.** Відтак, доки ми не удосконалимо відповідне податкове законодавство, доки не поживавимо фондовий ринок, доки законодавчо не розширимо спектр діяльності банків, годі і думати про підняття рівня їх капіталізації. Нарешті, ще один ризик, на який наражається банківська сфера, криється у її недостатній прозорості та надійності. Ми ще тільки на шляху переходу від доволі формальних кількісних оцінок фінансового стану банків до якісної діагностики, здатної визначити саме перспективи банку, а не лише фінансові звіти та їх характеристики. До того ж і культура корпоративного управління банками ще далека від її класичних принципів. Тим часом, від усунення саме цього комплексного ризику найбільшою мірою залежить, чи зростатиме довіра населення до банківської системи.

Таким чином, Україні потрібна нова якість банківської системи, але досягти її можливо тільки спільно у тісній співпраці НБУ з Верховною Радою України, з Кабінетом Міністрів України, бо значна кількість нагальних до прийняття рішень, знаходиться поза межами компетенції Національного банку України.

#### **Список використаних джерел**

1. Панасенко Г, Основні напрями забезпечення стабільності банківської системи України на шляху інтеграції у світовий фінансовий простір/Г.Панасенко//Схід. – 2009. - №1. – С. 51-53.

2. Брегеда О.А, Тенденції розвитку світової та вітчизняної банківських систем/О.А. Брегеда, С.М. Савлук//Ринок фінансових послуг. – 2010. - №4. – С. 27-34.

3. Гриценко Л.Л, Банківська система України: сучасний стан і напрями розвитку/Л.Л. Гриценко, Є.Ю. Онопрієнко//Гроші, фінанси і кредит. – 2010. - №10. – С. 111-116.

4. Криклій А.С, Фінансова система України в умовах глобалізації: тенденції, проблеми, перспективи/А.С. Криклій//Економіка та держава. – 2006. - №2. – С. 14-16.

5. Єпіфанов А.О, Методологічні складові ефективного розвитку банківського сектору економіки України: монографія/Єпіфанов А.О. – Суми: Університетська книга, 2006. – С. 147.

6. Карчева Г.Т, Особливості становлення та розвитку банківської системи України/Карчева Г.Т.//Економіка і прогнозування. – 2005. – №2. – С.93-103.

7. Стельмах В.С, Єпіфанов А.О, Сало І.В. і інші. Макро- і мікроекономічні складові розвитку. – Суми, ВТД «Університетська книга», 2007. – С.504.

#### REFERENCES

1. Panasenko G, Main directions of ensuring the stability of the banking system of Ukraine towards integration into the world financial space/ Panasenko G //East. - 2009. - №1. - С. 51-53.

2. Bregeda O.A, Tendencies of development of world and domestic banking systems/Bregeda O.A, S.M. Savlyk//the financial services Market. - 2010. - №4. - С. 27-34.

3. Gritsenko, L.L. Rodina, the Banking system of Ukraine: current state and trends of development/L.L. Gritsenko, EJ Onoprienko//Money, Finance and credit. - 2010. - №10. - С. 111-116.

4. Krykliy A.C, the Financial system of Ukraine in conditions of globalization: trends, problems, prospects/Krykliy A.C //s Economy and the state. - 2006. - №2. - С. 14-16.

5. Epifanov AO, Methodological elements of effective development of the banking sector of economy of Ukraine: monograph/Epifanov A.O. - Sumy: University book, 2006. - С. 147.

6. Karcheva G.T, Peculiarities of formation and development of the banking system of Ukraine/Karcheva G.T //Ekonomy i predict. - 2005. - №2. - С.93-103.

7. V.S. Stelmakh, Epifanov AO, Fat IV and others. Macro - and microeconomic development components. - Amount, ETC «University book», 2007. - С.504.

Найдapзhyчка О.М., Запapченко О.О.

#### **FACTORS INFLUENCING THE DEVELOPMENT OF THE BANKING SYSTEM OF UKRAINE**

The article discusses the key factors influencing the development of the banking system of Ukraine. In addition, the basic risks that deter further development of domestic banks. By systematizing the relevant factors and risks developed proposals for the further development of the modern banking system. In the present conditions of the world economy banking system must be



sustainable, competitive, capable without the threat to the national interest to integrate into the global banking space. Although the banking system of Ukraine is in the process of becoming, it is gradually being integrated into the global banking environment. In this connection of relevance in our country implementation of international banking standards. The global financial crisis could not ignore domestic banks and the real sector, which due to the high openness of the national economy became too dependent processes in global markets. Despite the evidence of such a threat, the banking system of Ukraine was not ready to test the financial crisis.

Keywords: banking system, the bank, the development of the banking system, the financial crisis.

УДК 331.101.6:001.895

Т.О. Войченко

## **АНАЛІЗ ІСНУЮЧИХ МЕТОДИК УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

*В статті проведений аналіз існуючих методик управління продуктивністю підприємства і сформульовані вимоги і цілі використання нових методик.*

*Ключові слова: продуктивність, методи управління, ефективність підприємства.*

*В статті проведено аналіз існуючих методик управління продуктивністю підприємства і сформульовані вимоги і цілі використання нових методик.*

*Ключевые слова: производительность, методы управления, эффективность предприятия.*

**Постановка проблеми.** Трансформація соціально-економічних стосунків в Україні зруйнувала вітчизняну систему управління продуктивністю підприємства, що склалася, не запропонувавши як альтернативу нові сучасні концептуальні підходи, в той час, як підвищення продуктивності було і залишається основним джерелом прогресу, реального економічного зростання, підвищення добробуту і посилення позиції країни в умовах зростаючої конкуренції.

**Аналіз останніх публікацій.** Вивчення проблем продуктивності знаходить віддзеркалення в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів. Фундаментальні положення економічної науки в цілому, а також теорії продуктивності, зокрема, описані в працях А. Сміта, Д. Рікардо, А. Маршалла, К. Маркса, С.Г. Струмліна, В. В. Леонтьєва та ін.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** Проблемі управління продуктивністю в економічній літературі приділяється досить багато уваги. Вивчення даного питання дозволило виявити безліч методик

управління продуктивністю на підприємствах, що мають свої недоліки в нових умовах ведення бізнесу. Проте динамічність конкурентного середовища змушує підприємства удосконалювати технології виробництва і управління.

**Постановка завдання (цілі статті).** Метою проведеного дослідження є аналіз сучасних методик управління продуктивністю і доведення необхідності розробки нової методики на основі діагностики резервів підвищення продуктивності з урахуванням специфіки ринкових умов.

**Викладення основного матеріалу.** В даний час рівень продуктивності праці на вітчизняних підприємствах складає в середньому близько 30% річного виробітку підприємств високорозвинених країн. Проблема підвищення продуктивності праці на українських підприємствах є для вітчизняної економіки однієї з найактуальніших. Про відставання України по цьому важливому економічному показнику говорить той факт, що в 2012 році за об'ємом виробленої продукції і послуг з розрахунку на одного зайнятого Україна зайняла одне з останніх місць – на одного українського зайнятого доводиться 16,9 тис. дол. в рік, випереджаючи лише африканські країни. При такому низькому рівні продуктивності праці Україна не має шансів конкурувати з розвиненими країнами, а українські підприємства – ефективно функціонувати в умовах світової конкуренції, оскільки саме цей показник є індикатором результатів роботи підприємств во впровадженню інновацій у виробничі та управлінські процеси, якісному вдосконаленню всіх чинників виробництва. Пропонується розділити їх на три групи:

1. *Однофакторні* методики управління продуктивністю підприємства. Суть методик цієї групи полягає в тому, що продуктивність підприємства вимірюється по продуктивності одного чинника виробництва (ресурсу). До цієї групи можна віднести методики П.Гоулда, К.Курасави, також вітчизняних економістів Г.Галкіна, Т.Твердохлебової, Ю.Г.Одегова, Г.Г.Руденко [1, 2 та ін.]

Методики даної групи є досить простими у використанні. Проте, як правило, в них приділяється увага одному або декільком чинникам продуктивності, не враховуючи вплив останніх.

2. *Багатофакторні* методики характеризуються тим, що управління продуктивністю підприємства здійснюється за допомогою виміру продуктивності декількох чинників виробництва. Найбільш примітні тут методики Д.С.Сінка, Г.С.Девіса, Дж.В.Кендріка, Дж.А.Скотта [3, 6 та ін.]

Методики управління продуктивністю даної групи базуються на розрахунках показників продуктивності всієї сукупності чинників виробництва, що дозволяє відстежувати їх динаміку і виявляти «проблемні зони», проте використання методик в практиці діяльності

підприємств утруднене через складність розрахунків. Крім того, пропонувані методики не дають інтегрального показника продуктивності підприємства в цілому, що також утрудняє її моніторинг.

3. *Багаторівневі (багатокритеріальні)* методики передбачають управління продуктивністю підприємства на базі виміру продуктивності кожного ресурсу окремо і загальній їх продуктивності. До них відносяться методика А.Лоулора, методика Філіппінської академії розвитку, методики Г.Кремнева, Л.Соколовой [4, 5 та ін.]

Методики даної групи базуються на комплексному аналітичному методі і є точною діагностикою і розробкою програми підвищення продуктивності для всього підприємства. Тут вирішується подвійне завдання: ізолюються проблемні ділянки і визначаються пріоритетні напрями для поліпшення; встановлюються показники продуктивності для всіх підрозділів підприємства.

Перевагами методик цієї групи є відносна простота застосування і доступність необхідної інформації. Проте для розрахунку показника сукупної продуктивності підприємства часто пропонується використання показників чистої продукції, який має ряд недоліків.

Аналіз методик управління продуктивністю підприємства виявив загальні їх недоліки: пропонувані методики розглядають в основному проблему управління продуктивністю конкретного ресурсу або їх сукупності, а не підприємства в цілому; пропонувані методики управління продуктивністю не враховують в повному об'ємі все наявні ресурси; всі методики зводяться або до управління продуктивністю одного ресурсу (найчастіше - праці), або передбачають декілька напрямів процесу управління продуктивністю ресурсів залежно від сфери діяльності; пропонувані методики не вирішують проблему порівняльності інформації про рівні продуктивності підприємств різних галузей господарювання; жодна з пропонованих методик управління продуктивністю підприємства не пропонує облік продуктивності інформації.

Необхідність розробки нових методів виміру продуктивності обумовлена наступними передумовами: переходом України на прийнятну в міжнародній практиці систему обліку і статистики; динамічністю конкурентного середовища в результаті дії науково-технічного прогресу, яка змушує підприємства постійно шукати нові методи ведення бізнесу, удосконалювати технології виробництва і управління; нові ринкові ніші; автоматизацією і роботизацією виробничих процесів, що знижують рівень ручної і механізованої праці, підвищують вимоги до рівня кваліфікації працівників в діяльності українських підприємств; підвищенням ролі інформаційних технологій у виробничих процесах

підприємств; використанням нових сучасних підходів до управління підприємствами. Методика управління продуктивністю підприємства повинна виконувати дві групи цілей:

– *Первинні цілі*: досягнення рівня продуктивності підприємства середнього або вищого, ніж в цілому по галузі; досягнення вищої продуктивності підприємства, чим у основних конкурентів; досягнення зростання продуктивності підприємства в порівнянні з базовим періодом діяльності.

– *Вторинні цілі*: підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку; досягнення зростання продуктивності підприємства; покращення якості результатів діяльності підприємства; підвищення ефективності діяльності підприємства; підвищення ефективності використання ресурсів.

Для успішного досягнення цілей управління продуктивністю підприємства методика повинна відповідати наступним вимогам: базуватися на використанні процесного підходу до управління підприємством, оскільки цей підхід дає можливість виявлення проблемних зон в процесі досягнення результатів діяльності підприємства до, а не після того, як вони вже з'явилися; передбачати використання принципів системного підходу до управління: у процес управління продуктивністю мають бути включені всі категорії працівників підприємства, а також враховуватися всі види ресурсів підприємства як єдиної функціональної системи; спиратися на загальноприйняті показники, використовувані в української статистичній практиці; має бути універсальною, тобто відповідною для використання на підприємстві будь-якої галузі промисловості; вона повинна забезпечувати порівнянність рівнів продуктивності підприємств різних галузей господарювання.

**Висновки та перспективи розвитку.** У даних умовах необхідні інструменти і механізми ефективного управління продуктивністю підприємства, що забезпечують ефективне і систематичне якісне вдосконалення всіх чинників виробництва. Керівництво підприємства повинне не лише відстежувати найважливіші тенденції продуктивності, але і оперативно оцінювати дію основних чинників, що визначають можливу зміну цих тенденцій. Необхідні нові методики управління продуктивністю, які створюють основу для раннього виявлення керівництвом диспропорцій, що виникають в діяльності підприємства.

#### **Список використаних джерел**

1. *Файоль А., Емерсон Г., Тейлор Ф., Форд Г.* Управление – это наука и искусство. М.: Республика, 1992.-562 с.

2. Синк, Д. Скотт Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение / Д. Скотт Синк ; пер. с англ. ; общ. ред. В.И. Данилова-Данильяна. М. : Прогресс, 1998. - 528 с.

3. Соколова, Л.Г. Новый взгляд на производительность: методика оценки общей производительности / Л.Г. Соколова. Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2002. - 184 с.

4. Кремнев Г.Р. Управление производительностью и качеством М.: «ИНФРА-М», 1999.- 312с.

5. Kendrick, J. Improving company productivity / J. Kendrick. — Baltimore: The John Hopkins University Press, 1984.

Voichenko T.

### **ANALYSIS OF EXISTENT METHODS OF MANAGEMENT THE PRODUCTIVITY OF ENTERPRISE**

The analysis of existent methods of management the productivity of enterprise is conducted in the article; pre-conditions of necessity of appearance of new methods of management the productivity of enterprise are exposed; requirements to them and aims are formulated enterprises which must be attained as a result of the use of new methods.

In economic literature much attention is spared sufficiently the problem of management the productivity. The study of this question allowed to expose the great number of methods of management the productivity on enterprises, having failings in the new terms of conduct of business. However much dynamic quality of competition environment compels enterprises to perfect technologies of production and management.

The purpose of the conducted research is an analysis of modern methods of management the productivity and of leading to of necessity of development of new method on the basis of diagnostics of backlogs of increase of the productivity taking into account the specific of market conditions.

Keywords: productivity, management methods, efficiency of enterprise

### **REFERENCES**

1. *Faiol A., Emerson G., Tejlor F., Ford G.* Upravlenie – eto nauka i iskusno. М.: Respublika, 1992.-562 с.

2. *Sinr D. Skoot* Upravlnie prjizvoditelnostu: planirovanie, szmerenie I ozenka, kontrol i povishenie / *Sinr D. Skoot*; per. s angl. ; obz. red. V.I. Danilova-Daniljana. М. : Progress, 1998. - 528 с.

3. *Sokolova, L.G.* Noviq vzgljzd na proizvoditelnost: menodika ozenki obztq proizvoditelnosti / *L.G.Sokolova.* Irkutsk : Izd-vo BGUEP, 2002. - 184 с.

4. *Kremnev G.R.* Upravlenie proizvoditelnostu i kachestvom М.: «INFRA-M», 1999.- 312с.

## **ПЛАТІЖНІ СИСТЕМИ INTERNET У ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ**

*Розглянуто особливості дебетових та кредитних платіжних систем Internet і принципи проведення електронних платежів. Проаналізовано сучасні платіжні системи Internet, їх переваги, недоліки та перспективи розвитку у світі та Україні.*

*Ключові слова: Internet, електронні платіжні системи, електронні чеки, електронні гроші.*

*Рассмотрены особенности дебетовых и кредитных платежных систем Internet и принципы проведения электронных платежей. Проанализированы современные платежные системы Internet, их преимущества, недостатки и перспективы развития в мире и Украине.*

*Ключевые слова: Internet, электронные платежные системы, электронные чеки, электронные деньги.*

**Постановка проблеми.** З'явившись як засіб для обміну науковою інформацією, сьогодні Інтернет є територією, на якій активно продають і купують, рекламують і оплачують товари й послуги, спілкуються й переглядають відеоролики, голосують і проводять банківські операції й ін. Доступ до Інтернету давно став насущною потребою, і люди різних професій просто не мислять себе поза мережею.

Позитивна динаміка збільшення Інтернет-аудиторії, підвищення швидкості появи на віртуальній арені нових сайтів і наростання темпів розвитку електронної торгівлі дають змогу стверджувати про серйозні перспективи розвитку електронних платіжних систем мережі Інтернет.

Електронні платіжні системи мережі Інтернет дають змогу зручно проводити розрахунки, не замислюючись про курси валют, черги в банківських касах, час перерахування грошей та інше. Електронні платіжні системи (Інтернет-гроші) – це фактично електронний еквівалент звичайних грошей, які використовують для розрахунків між покупцем і продавцем в інтернет-магазинах. Виникнення таких електронних платіжних систем зумовило те, що електронна комерція в світі стала набирати значних обертів, а розрахунки кредитними картками стали небезпечними та повільними. Тому наприкінці дев'яностих років виникла потреба у надійній грошовій системі, пристосованій до розрахунків у мережі. З'явилась нова помітна ніша у сфері розрахунків – електронні гроші [4].

**Аналіз останніх досліджень, публікацій та невирішена раніше частина загальної проблеми.** Досліджували виникнення і формування систем проведення платежів в Internet такі вчені, як Уолш Б., Бойчун О., Достов В., Пономаренко Л., Волков С., Макарова М., Махаєва О., Савлук

М., Кравець В. та ін. Незважаючи на значний науковий доробок, недостатньо досліджено питання особливостей розвитку електронної комерції в частині платіжних систем мережі Інтернет, що власне і стало предметом цього дослідження. На сучасному етапі розвитку науково-технічного прогресу все більше і більше розвиваються та вдосконалюються платіжні системи інтернет, але є ряд питань і проблем, які потребують дослідження.

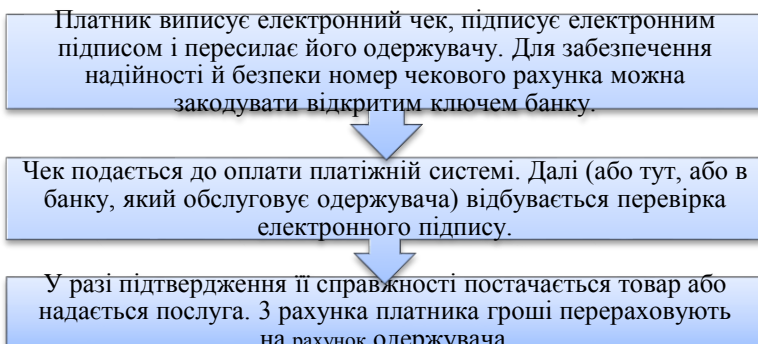
**Мета статті.** Метою статті є аналіз особливостей дебетових та кредитних систем Internet і принципів проведення електронних платежів; дослідження переваг та недоліків сучасних платіжних систем Internet та перспектив їх розвитку у світі та Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Платіжна система – це платіжна організація, члени платіжної системи та сукупність відносин, що виникають між ними під час проведення переказу грошей. Проведення переказу грошей є обов'язковою функцією, що має виконувати платіжна система.

*Дебетові та кредитні схеми електронних платежів і принципи їх роботи.* Електронні платіжні організації дозволили значно спростити фінансові операції в Internet. Крім того, вони сприяють розвитку електронної комерції, оскільки дозволяють здійснювати операції миттєво, заплативши за товар і (якщо він цифровий) відразу ж його отримати. Усі платіжні Internet-системи за наявною схемою платежів можна поділити на: дебетові (які працюють з електронними чеками і цифровою готівкою); кредитні (які працюють з кредитними картками) [1].

Дебетові схеми платежів побудовані аналогічно їх “оф-лайновим” прототипам: чековим і звичайним грошовим. До схеми внесені дві незалежні сторони: емітенти і користувачі. Користувачі систем виконують дві головні функції. Тобто, вони вчиняють і приймають платежі в Internet, використовуючи випущені електронні одиниці. Електронні чеки є аналогом звичайних паперових чеків. Основні відмінності, які існують між звичайним паперовим чеком та електронним є такими: виписуючи паперовий чек, платник ставить свій реальний підпис, а в “он-лайновому” варіанті - підпис та й самі чеки видаються в електронному вигляді. Проведення платежів минає в декілька етапів (рис.1)[2]. Електронні гроші цілком копіюють реальні гроші. При цьому емітент випускає електронні аналоги реальних грошей. Потім вони купуються користувачами, які з їх допомогою оплачують придбані товари і послуги, після чого продавець погашає їх у емітента. При емісії кожна грошова одиниця засвідчується електронною печаткою, яка перевіряється структурою, що їх випустила перед погашенням. Емітувати електронну готівку можуть як банки, так і небанківські організації. Однак досі не вироблена єдина система

конвертування різних видів електронних грошей. Мала вартість транзакції робить електронну готівку привабливим інструментом платежів в Internet.



**Рисунок 1. Етапи проведення платежів електронним чеком**

Найвідоміші, загальноприйняті у світі системи електронної готівки - CyberCash і DigiCash. Окрему групу систем електронної готівки утворюють комп'ютерні системи, в основі яких лежить використання смарт-карток. Однією з найпопулярніших систем такого типу є Mondex, яка належить світовому емітенту MasterCard.

Кредитні електронні платіжні системи є аналогами звичайних систем, в яких працюють з кредитними картками. Але відмінність полягає в проведенні всіх транзакцій через Internet і, що вимагає додаткових засобів безпеки і аутентифікації [3].

В Україні при платежах через Інтернет використовуються:

- системи на основі кредитних карток;
- системи на основі смарт-карток;
- системи інтернет-банкінгу;
- системи на основі електронних грошей.

*Сучасні електронні платіжні системи.* Розглянемо декілька найбільш популярних електронних платіжних систем, які використовуються в Internet (рис.2).

1. *WebMoney Transfer* - це електронна система, за допомогою якої можна проводити миттєві розрахунки в мережі Інтернет. Система забезпечує рівноправність контрагентів, високу швидкість виконання транзакцій. Працює в Україні з 2003 року, використовується понад 2,5 млн. наших співвітчизників.



2. *E-Gold* - це міжнародна платіжна система, створена в 1996 р. компанією Gold & Silver Reserve, Inc. Кошти системи переведені в дорогоцінні метали: срібло, золото, платину і паладій. Ця особливість робить платіжну систему *E-Gold* ефективною для проведення міжнародних платежів,



**Рисунок 2. Найбільш популярні електронні платіжні системи, що використовуються в Internet**

оскільки рахунки користувачів не прив'язані до жодної національної валюти і зміни курсу будь-якої валюти ніяк не позначаються на добробуті власника електронного гаманця в *e-gold*. Але дана система має недоліки і одним із них є залежність ваших грошових коштів від коливань ринкової вартості на дорогоцінні метали .

3. *PayPal*. Платіжна система *PayPal* була заснована Пітером Тіелом (Peter Thiel) та Максом Левчіном (Max Levchin) в 1998 р. *PayPal* надає своїм користувачам можливість приймати і відправляти платежі за допомогою електронної пошти або мобільного телефону з доступом до Internet. Платіжна система забезпечує усі аспекти гарантій, конфіденційності та безпеки, “страхує” ваші покупки, захищає конфіденційні дані вашої картки, платежі здійснюються миттєво, а їхня історія зберігається у вашому особистому профілі. Основним недоліком цієї платіжної системи є те, що якщо українцям відправляти кошти за кордон через *PayPal* ще можна, то виводити гроші — ні.

4. *Яндекс.Деньги*. Універсальна платіжна система, яка була створена у середині 2002 р. способом укладання угоди компанією *Paycash* з пошуковою системою Рунета Яндекс про запуск проекту. Завдяки бездоганній репутації порталу Яндекс цей спільний проект мав успіх. Сьогодні дана платіжна система займає одне з перших місць серед російських платіжних систем і продовжує розвиватися стрімкими темпами. Вона зручна тим, хто проводить платежі в Росію або отримує плату за свої послуги , але присутні і недоліки: ваучери можна купити

тільки через пункти поповнення (їх в Україні немає), гроші в цю систему можна ввести спеціальною картою, або через системи переказів, з яких у нашій країні доступні Anelik, Contact та Юністрім та виведення коштів теж завдання не з легких.

5. *Інтернет.Гроші*. Українська платіжна система, яка є небанківською системою розрахунків. З погляду користувача (продавця або покупця), це сукупність електронних гаманців, кожен з яких являє собою захищену клієнтську програму, що дозволяє переводити та отримувати електронні кошти з інших гаманців, зберігати їх в Internet-банку, виводити із системи на банківські рахунки або в інші платіжні системи. Дана платіжна система заснована на технології PayCash.

6. *RUray*. Ця платіжна система була створена групою російських та українських економістів і програмістів. Система RUray являє собою інтегратор платіжних систем, де програмно об'єднані платіжні системи та обмінні пункти в одну систему. Вона постійно розвивається, внаслідок чого додаються нові можливості та нові сервіси. Система працює з багатьма країнами світу, використовуючи основні та широковідомі способи платежів, такі як банківські перекази, чеки, зарубіжні електронні системи платежів.

7. *PayCash*. Платіжна система PayCash розпочала свою роботу на російському ринку на початку 1998 р. Ця система позиціонується, насамперед, як доступний засіб швидкого, ефективного та безпечного проведення готівкових платежів у мережі Інтернет. Основною її перевагою можна вважати застосування власних унікальних розробок у сфері фінансової криптографії, які були високо оцінені західними експертами. Також варто зазначити, що вона має найвищий рівень безпеки, високу швидкість проведення операцій, можливість миттєвих платежів " Person to Person ", ведення електронного документообігу, низька собівартість транзакції, можливість здійснення мікроплатежів та інше.

**Висновки.** Сьогодні можна помітити, що одними з небагатьох у кризових економічних умовах напрямків є ті, що пов'язані з різними інтернет-технологіями – від мобільного та стаціонарного широкосмугового доступу до онлайн-комерції та електронних платіжних систем. Це наочно показує поточний вектор розвитку українського ІТ-ринку; змінитися він може хіба що після досягнення європейського рівня охоплення Інтернету. Головною перешкодою для стрімкого розвитку систем електронних платежів є недовіра багатьох користувачів до електронних грошей та недосконале законодавство. Однак розширення використання таких грошей неминуче з тієї причини, що, незважаючи на деякі, іноді навіть істотні недоліки, вони мають такі незаперечні переваги,

як зручність, висока швидкість здійснення фінансових операцій, простота використання, забезпечення повного контролю за платежами і їхньою високою безпекою, анонімність, можливість передачі третім особам. Існує значна кількість різноманітних фінансових механізмів проведення платежів за комерційні операції споживачів у глобальній мережі Internet. Для здійснення деяких освітніх проєктів також можна використовувати електронні платіжні системи.

#### **Список використаних джерел**

1. Макарова М.В. Електронна комерція / М. В. Макарова - К.: Академія, 2002. - 272 с.
2. Макарова М.В. Платіжні системи в Інтернет як механізм підтримки електронної комерції / М. В. Макарова // 36.наук.праць. Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем – Вип. 6. - К.: МННЦ ІТІС НАНУ та МОНУ, 2003. - С. 88-95.
3. Пономаренко Л.А. Електронна комерція / Л. А. Пономаренко, В.Филатов; [за ред. Мазаракі А.А.] – К.: Київ. Нац.торг.-екон. ун-т, 2002.– 443 с.
4. Рибак А. Платіжні системи мережі Інтернет / А.Рибак // Податкове планування. - 2004. - № 3. - С. 12.-15.
5. Платёжные системы в Интернете. CyberCash. - [http://www.billing4.net/foreign\\_billing\\_system\\_7.php](http://www.billing4.net/foreign_billing_system_7.php)
6. Платёжные системы в Интернете. DigiCash. - [http://www.billing4.net/foreign\\_billing\\_system\\_12.php](http://www.billing4.net/foreign_billing_system_12.php)

T. O. Gavrylko, V. A. Riaboshapka

#### **PAYMENT SYSTEMS INTERNET IN E-COMMERCE**

The features of debit and credit payment systems and Internet principles of electronic payments. Analysis of modern payment systems Internet, their advantages, disadvantages and prospects in the world and Ukraine. Payment system is a payment organization, members of the payment system and set of relations that arise between them during the transfer of money. Debit payment schemes are constructed similarly to their "off-line" Prototype: check and regular cash. Credit electronic payment systems are analogous to conventional systems that work with credit cards. The most famous, common in the world of e-cash - CyberCash and DigiCash. In Ukraine, where payments online using: systems based on credit cards; systems based on smart cards; Internet banking; systems based on electronic money. Consider a few of the most popular electronic payment systems used on the Internet. They are WebMoney Transfer, E-Gold, PayPal, Yandex.Dengi, Internet.Dengi, RUpay, PayCash. Today electronic payment are developing very fast and very common in our country, but the main obstacle to the rapid development of electronic payment systems is lack of trust of many users to electronic money and imperfect legislation. However, the increased use of money is inevitable for the reason that, despite some significant shortcomings sometimes, they have the undeniable advantages as comfort, high-speed financial transactions, ease of use, providing full control over payments and their high security, anonymity, the possibility of transfer to third parties.

Key words: Internet, electronic pay systems, electronic coter pins, ecashs.

УДК 658:061.5:658.15 (045)

Василенко В.А.

## **АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

*В статті проведений аналіз існуючих аспектів конкурентної позиції підприємств в сучасних умовах.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентна перевага, конкурентне середовище, конкурентна стратегія.*

*В статті проведено аналіз існуючих аспектів конкурентної позиції підприємств в сучасних умовах.*

*Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентное преимущество, конкурентная среда, конкурентная стратегия.*

**Постановка проблеми.** Реалії сьогодення висувають нові вимоги до господарської діяльності підприємств. Актуальною залишається проблема вмілого стратегічного управління й досягнення довгострокової ефективності діяльності підприємств. Недостатньо дослідженими постають питання формування конкурентної позиції підприємств в сучасних умовах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питаннями формування конкурентної позиції підприємств займалися такі відомі вчені, як М.Портер, Ж.-Ж. Ламбен, Воронкова А.Е., Оберемчук В. Ф., Куденко Н.В., Чечетова-Герашвілі Т.М. та ін. Проте в умовах фінансово-економічної кризи виникає необхідність в додатковому дослідженні особливостей формування конкурентної позиції підприємств в сучасних умовах.

**Метою статті** є теоретичне обґрунтування методичних основ особливостей формування конкурентної позиції підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** Конкурентоспроможність підприємств в сучасних умовах створює підстави для формування конкурентної позиції в його оточуючому середовищі. Управління конкурентоспроможністю підприємства слід розглядати як відносну характеристику підприємства, що проявляється в умовах конкуренції у вигляді здатності залучення необхідних ресурсів, можливості зробити з них конкурентоспроможний товар, продуктивності використання виробничих ресурсів, що формує сталу конкурентну позицію підприємства на цільовому ринку.

Конкурентна позиція - порівняльна характеристика основних ринкових параметрів підприємств в сучасних умовах та його продукції щодо конкурента. Для визначення конкурентної позиції

використовуються кількісні характеристики і, зокрема, статистичні показники. Отже, конкурентна позиція підприємства – це певне його положення у ринковому сегменті завдяки більш ефективній реалізації обраної ним конкурентної стратегії стосовно аналогів. Бажанням кожного підприємства в сучасних умовах є забезпечення сталої конкурентної позиції. Стала конкурентна позиція – це можливість підтримувати досягнуту конкурентну позицію у конкурентному полі, забезпечувати стабільний рівень розвитку та ефективно адаптуватися до змін факторів зовнішнього середовища.

Конкурентна перевага, як і будь-яка інша перевага, має вагу тільки в порівнянні, тобто воно оцінюється відносним, порівняльним становищем підприємства по відношенню до своїх конкурентів, які займають високі позиції на ринку чи ринковому сегменті. Існує зовнішня та внутрішня конкурентна перевага. Зовнішня конкурентна перевага підприємства збільшує його силу в ринкових позиціях. Внутрішня конкурентна перевага базується на переважанні відносно витрат виробництва, які створюють цінність для виробника і дозволяють досягти меншого, ніж у конкурента, рівня собівартості. Ця перевага може створюватися в результаті впровадження заходів, спрямованих на домінування підприємства над конкурентами (мінімізації витрат) і побудованих на впровадженні організаційних і виробничих нововведень. М.Портер виділив два основні типи конкурентних переваг підприємства: цінова перевага та диференційована перевага. Конкурентна перевага існує, коли підприємство в змозі надати такі переваги, як його конкуренти, але за нижчою ціною (цінова перевага), чи запропонувати вигоди, які перевищують конкуруючі продукти (диференційована перевага). Таким чином, конкурентна перевага дає можливість підприємству створювати продукцію високої цінності для своїх клієнтів і отримувати великий прибуток для себе [3].

Домінуючою вважається конкурентна позиція, що забезпечує можливість впливу на ринок в цілому, де підприємство займає більшу частину. Сильна позиція підприємств в сучасних умовах полягає в можливості диктувати свої умови ринку і впливати на конкурентне середовище. Сприятлива конкурентна позиція створює передумови для підприємств в отриманні вигідних умов реалізації власної продукції. Надійною можна вважати позицію підприємств в сучасних умовах, забезпечену фінансовими ресурсами і стійкою зміною до *кон'юнктури* ринку. Слабка позиція підприємств в конкуренції - звичайно невелика частка ринку, що має до того ж тенденцію до скорочення, підприємство не має ні конкурентоспроможної продукції, ні надійного способу реалізації. Разом з тим конкурентна стратегія, яка спрямована на

зміцнення конкурентної позиції підприємства повинна передбачати заходи, що представлені на рис. 1.

Для об'єктивності аналізу взаємодії конкуруючих підприємств в сучасних умовах необхідно виділяти форми конкуренції. У сучасному світі цінова конкуренція втратила своє велике значення на користь нецінових методів конкурентної боротьби. У цілому, цінова конкуренція у відкритій формі призводить до зниження норми прибутку, погіршення фінансового стану підприємства і, як наслідок, до його занепаду. При прихованій цінній конкуренції підприємства вводять нову продукцію із значно поліпшеними споживчими властивостями, а ціну піднімають непропорційно рідко. Конкурентоспроможність підприємств в сучасних умовах не повинна орієнтуватись тільки на цінову конкуренцію, серед основних форм конкуренції, головною повинна стати активна конкуренція. В процесі формування конкурентних позицій виникають певні протиріччя із розвитком конкурентних переваг підприємства. Протиріччя виникають у випадку, коли розвиток споживчих мотивацій і, відповідно, конкурентних позицій підприємства, не співпадає з напрямом розвитку конкурентних переваг, що здійснюється підприємством. Вирішити таке протиріччя можливо за рахунок маркетингового впливу на споживачів, з метою зміни їх уподобань і формування попиту на нову продукцію підприємства [1]. Розвиток відносин між бізнес-партнерами вимагає застосування щораз складніших методів управління: від операційного управління (на рівні разових трансакцій) до стратегічного управління (на рівні партнерських відносин, інтеграції). Причому що складніші і триваліші є відносини – тим більший потенціал формування стійкої конкурентної переваги – переважно через унікальність сформованих відносин та спектр можливостей їх реалізації. Довговічність конкурентної переваги залежить від швидкості, з якою знецінюються чи застарівають ті ресурси і здібності, на яких вона побудована, причому здібності господарюючого суб'єкту більш довговічні, ніж його ресурси, оскільки підприємство може підтримувати їх шляхом заміни чи оновлення ресурсів. Зрозумілість переваги пов'язана з можливістю конкурентів виявити здібності, що лежать в основі конкурентної переваги, визначити ресурси, які необхідні для набуття таких здібностей, та скопіювати їх. Мобільність ресурсів і здібностей визначається можливістю їх передачі конкурентам.

Аналіз відносин між бізнес-партнерами на предмет можливості розвитку стійкої конкурентної переваги на їх основі дає змогу зробити висновок про те, що з розвитком бізнес-відносин ті специфічні вміння і ресурси, які набуваються обома партнерами, відповідають ключовим детермінантам стійкої конкурентної переваги.



**Рисунок 1. – Заходи, щодо зміцнення конкурентних позицій підприємств в сучасних умовах**

Особливо суттєвою така конкурентна перевага буде на ринках специфічної продукції із невисоким рівнем конкуренції.

**Висновки.** Отже, з метою формування міцних конкурентних позицій підприємств слід здійснювати моніторинг конкурентного середовища з метою своєчасного виявлення і прогнозування тенденцій розвитку конкурентних ситуацій, що впливають на конкурентну позицію суб'єкта; проводити оцінку його конкурентних переваг та формувати і реалізовувати ефективні конкурентні стратегії.

#### **Список використаних джерел**

1. Балабаниць А.В. Методологічні засади формування стратегічного партнерства в полі маркетингової взаємодії підприємств // А.В. Балабаниць. –

Вісник донецького національного університету економіки і торгівлі. – 2010. – №3. – с. 82-93.

2. Ламбен, Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива [Текст]: пер. с фр. / Ж.-Ж. Ламбен – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.

3. Центр исследований региональной экономики (ЦИРЭ) [Электронный ресурс] / Руководитель ЦИРЭ: доктор физ.-мат. наук, профессор Ю.А.Корчагин. Бюллетень: факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия Швеца А.А., Морозов А.Н. – Режим доступа: <http://www.lerc.ru/?part=bulletin&art=10&page=37>

4. Porter, M. Competitive Advantage-Creating and Sustaining Superior Performance [Текст] / М. Porter, – The Free Press, 1985 – P. 557.

Vitaly Vasilenko

### **ASPECTS OF COMPETITIVE POSITIONS ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS**

The article analyzes the existing aspects of the competitive position of enterprises in modern conditions. It was determined that competitive edge, as well as any other advantage, weighs just over, that it is evaluated relative comparative position of the company relative to its competitors, who hold high positions in the market or market segment. There are external and internal competitive advantage. External competitive advantage increases its strength in market positions. Inside competitive advantage based on the predominance of the relative costs of production that create value for the manufacturer and can achieve lower than the competition, the level of costs. This advantage can be created by implementing measures to the dominance of the company over its competitors (cost minimization) and built on the implementation of organizational and industrial innovation.

Keywords: competitiveness, competitive advantage, competitive environment, competitive strategy.

УДК 656.7.073:005.44 (045)

I.O. Геєц

### **АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЫНКА АВИАЦИОННЫХ ПЕРЕВОЗОК АЗЕРБАЙДЖАНА И РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ**

*У статті проведено аналіз конкурентоспроможності авіакомпаній на ринку міжнародних авіаційних пасажирських перевезень Азербайджану, описано діяльність основних учасників ринку та розроблено напрямки розвитку в період лібералізації та глобалізації на світовому ринку авіаційних послуг.*

*Ключові слова: авіація, авіакомпанія, оцінка конкурентоздатності, Азербайджан, напрямки розвитку авіакомпаній.*



*В статье проведен анализ конкурентоспособности авиакомпаний на рынке международных авиационных пассажирских перевозок Азербайджана, описано деятельность основные участники рынка и разработаны направления развития в период либерализации и глобализации на мировом рынке авиации.*

*Ключевые слова: авиация, авиакомпания, оценка конкурентоспособности, Азербайджан, направления развития развития авиакомпаний.*

**Постановка проблемы.** Процессы глобализации, протекающие в мировой экономике, создают новые условия для функционирования рынка транспортных услуг, и в частности, авиационной отрасли. Усиление конкурентной борьбы на мировых рынках, ускоренное внедрение информационных технологий представляют собой основные факторы, оказывающие воздействие на развитие рынка авиауслуг. В свою очередь сам авиарынок взаимодействует и влияет на развитие таких сфер мирового хозяйства как туристический бизнес, гостиничное дело, индустрию телекоммуникаций, пищевую промышленность и другие отрасли. Темпы роста воздушных перевозок опережают, показатели других отраслей экономики. Спрос на авиаперевозки тесно связан с уровнем экономического развития, в то же время воздушные перевозки сами являются мощным стимулом к развитию. Рынок услуг гражданской авиации является динамично развивающимся и подверженным большому влиянию общемировой экономической конъюнктуры. Вклад рынка услуг гражданской авиации в локальную, региональную и мировую экономику складывается из прямого эффекта и мультипликационного эффекта сопряженных с ним отраслей. Поэтому особенно актуальным является анализ деятельности авиакомпаний Азербайджана как стратегического партнера Украины.

**Анализ исследований и публикаций.** Удельный вклад в разработку проблемы развития авиационных перевозок сделали отечественные и зарубежные экономисты, среди которых: Борисенко А.С., Бугайко Д.А., Габриелова Т.А., Голляк Ю.Б., Загоруйко В.М., Костромина Е. В., Кулаев Ю.Ф., Ложачевская А.Н., Петровская С.В., Полянская Н.Е., Юн Г.М. и другие.

**Цель статьи.** Анализ развития и конкурентоспособности авиакомпаний Азербайджана на мировом рынке пассажирских перевозок и также формулирования дальнейшего направления развития как стратегического партнера Украины.

**Изложение основного материала.** На рынке авиационных перевозок Азербайджана осуществляют деятельность 3 авиакомпании: «Азербайджанские авиалинии «Azal», «Imair Airlines», «Silk Way Airlines». «Азербайджанские авиалинии» (AZAL) - крупнейшая азербайджанская авиакомпания, национальный авиаперевозчик. Член

Міжнародної асоціації повітряного транспорту (ІАТА). Штаб-квартира розташована в Баку. Заснована 7 квітня 1992 року - перша національна авіакомпанія, заснована після отримання країною незалежності. Базовий аеропорт авіакомпанії, Бакинський міжнародний аеропорт Гейдара Алієва. Компанія здійснює пасажирські перевезення в країни Європи, СНГ, Близького Сходу та Азії. В 2011 році, після отримання нової партії літаків Boeing з великою дальністю польоту, планується поповнення нових постійних маршрутів в країни Північної Америки та Південно-Східної Азії. На початок 2012 року середній вік флоту авіакомпанії становив 7,4 роки. Компанія «Azal» виконує регулярні рейси по міжнародним напрямкам з Баку, Гянджі, Ленкорані, Нахичевана, Габали та 5-ю внутрішнім в Гянджу, Нахичевань, Ленкорань, Габалу та в Закаталы.

Компанія має угоду про «єдиний код» з наступними компаніями: «Air France» (SkyTeam); «Austrian Airlines» (Star Alliance); «BMI» (Star Alliance); «CSA» (SkyTeam); «Lufthansa» (Star Alliance); «Белавія»; «ВІМ-Авіа». Найважливішим фактором успішної діяльності компанії є вміння керівництва відчувати ринок та орієнтуватися на нього. Перед компанією стоять дві основні задачі: піклуватися про себе та бачити оточуючу дійсність. Для підвищення конкурентоспроможності вміння керувати ризиками досягає найбільшого ефекту в тому випадку, якщо будуть виділені конкретні ризики та проведено аналіз сильних та слабких сторін діяльності авіакомпанії «Azal» (табл. 1).

З проведеного аналізу слабких та сильних сторін чітко виділяються наступні ризики:

1. Стабільно високі ціни на авіаційний керосин можуть змусити авіакомпанії підвищити ціни на квитки, що призведе до зменшення попиту на послуги авіаперевізника.

2. Різке зниження темпів зростання економіки та приватного споживання може уповільнити зростання попиту фізичних осіб на послуги авіаперевізників.

3. Зміцнення конкуренції з боку іноземних компаній, здатних запропонувати споживачам послуги вищої якості за помірними цінами, може призвести до зменшення частки азербайджанських авіаперевізників.

4. Дефіцит кваліфікованих кадрів, зумовлений скороченням кількості випускників авіаційних ВНЗ та літніх училищ, може ускладнити розвиток азербайджанської авіатранспортної галузі.

5. Зміцнення геополітичної напруженості та терористичної загрози може стати перешкодою зростанню попиту на послуги авіакомпаній.

**Таблиця 1 - SWOT-аналіз авіакомпаній Азербайджана**

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> <li>– разветвленная маршрутная сеть (у крупнейших авиакомпаний)</li> <li>– высокий уровень безопасности полетов</li> <li>– высокая позиция среди азербайджанских авиаперевозчиков</li> <li>– развитый транспортный узел</li> <li>– удобная стыковка между внутренними и международными рейсами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– состояние авиапарка</li> <li>– слабый имидж авиакомпаний на мировом рынке</li> <li>– большое количество нерентабельных авиалиний</li> <li>– низкий уровень обслуживания пассажиров, в т.ч. слабое знание разговорного английского языка персоналом авиакомпаний</li> <li>– недостаточное применение информационных технологий</li> </ul>
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>– возможность присоединения к международным альянсам авиаперевозчиков</li> <li>– усиление барьера для входа новых игроков на рынок авиаперевозок</li> <li>– потенциал для «укрупнения» авиакомпаний</li> <li>– выгодное географическое положение</li> <li>– объемный потенциальный рынок</li> <li>– получение потенциальной выгоды от использования маркетингового подхода, включая использование зарубежного опыта в этой области</li> <li>– возможности для диверсификации производства и роста неавиационных доходов</li> <li>– возможность лизинга новых ближнемагистральных ВС</li> <li>– расширение транспортной сети</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– высокие пошлины на зарубежные ВС</li> <li>– высокие цены на авиатопливо</li> <li>– сложности с кредитными ресурсами</li> <li>– падение потребительского спроса на авиаперевозки</li> <li>– ухудшение состояния аэронавигационного комплекса</li> <li>– большое количество иностранных авиакомпаний</li> <li>– постепенно стареющий летный состав</li> <li>– обострение конкурентной борьбы со стороны иностранных авиакомпаний</li> <li>– увеличение цен на топливо</li> <li>– ухудшение политической обстановки в мире и ограничение стран, куда могут совершать перевозку авиакомпания</li> <li>– экономическая нестабильность</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– высокая степень регулирования отрасли со стороны государства</li> </ul>	

Очевидно, что сами компании способны лишь частично повлиять на ситуацию. Имидж страны напрямую влияет на репутацию авиаперевозчиков за рубежом, а качество наземной инфраструктуры не соответствует международным стандартам. Без участия государства в такой ситуации не обойтись. В развитых странах государство часто оказывает поддержку авиаперевозчикам, и не только в косвенной, но и в прямой форме. Даже конгресс США, после 11 сентября 2001 года выделил американским авиакомпаниям 15 млрд долларов на покрытие убытков от террористических актов. Повышение конкурентоспособности - это необходимое условие для успешной интеграции Азербайджана в мировую индустрию авиаперевозок. А значит, для будущего развития и для поддержания высоких темпов роста азербайджанским компаниям необходимо соблюдать качество авиаперевозок на том же уровне, что и

качество услуг их мировых конкурентов при сохранении среднерыночных тарифов. Для того чтобы определить, насколько это возможно, и что необходимо сделать азербайджанским компаниям для повышения уровня конкурентоспособности, в рамках исследования были выделены основные характеристики конкурентоспособности авиакомпаний и проведен сравнительный анализ качества услуг азербайджанских и мировых авиакомпаний (табл. 2.).

**Таблица 2.- Конкурентоспособность азербайджанских авиакомпаний на мировом рынке**

Параметры	Азербайджанские авиакомпании	Иностранные авиакомпании
Состояние парка	-	+
Маршрутная сеть	-	+
Частота рейсов	+	+
Безопасность полетов	-	+
Качество сервиса	+	+
Тарифы и ценовые характеристики	+	-
Имидж компании и ее маркетинговая политика	-	+
Наземная инфраструктура	-	+

Авиакомпаниям приходится вести жесткую конкурентную борьбу за привлечение коммерческой загрузки на свои рейсы. В условиях разразившегося экономического кризиса конкурентная борьба становится борьбой за выживание. Многие даже некогда сильные авиакомпании не выдерживают этой борьбы и уступают место более опытным конкурентам. Выжить и устоять в конкурентной борьбе помогает освоение маркетинговых методов управления конкурентоспособностью продуктов авиакомпании на внешних рынках. Кроме авиакомпаний Азербайджана авиационные перевозки осуществляют и иностранные авиакомпании, которое входят в международные альянсы и предоставляют лучший уровень перевозок. Одним из самых перспективных направлений развития авиакомпании «Azal» является расширение сети маршрутов. Построение перспективной сети маршрутов авиакомпаний «Azal» должны базироваться на методологическом подходе, основанном на таких показателях, как: назначение пассажирских авиалиний (оценка, отбор и выбор потенциальных пунктов назначения); назначение типа ВС на авиалинию; расчёте потребного количества ВС; разработке плана движения ВС, в определении пользователей услуг и целевого сегмента рынка; определении и реализации необходимых коммерческих прав. Последовательность и основные составляющие построения перспективной сети маршрутов авиакомпании «Azal» представлена на

рис. 1. Модернізація сети маршрутов авіакомпаній повинна включати в себе виконання наступних основних завдань: скорочення числа рейсів «point-to-point»; впровадження елементів технологій авіаційних вузлів «хабов»; побудова численних зв'язей з допомогою стыкованих пар рейсів через авіаційні вузли; змінення розкладу регіональних рейсів в вузлових аеропортах, таким чином, щоб забезпечити підвоз пасажирів до рейсів центрального розкладу; забезпечити рух по кільцевим маршрутам, коли для забезпечення високочастотного зв'язу пасажир може рухатися в прямому напрямку через один вузол, а повертатися через інший, при цьому тарифи повинні бути однаковими; забезпечити наземне обслуговування пасажирів, транзитного багажу в вузлах, в тому числі забезпечуючи ночівлі та обслуговування при затримках; впровадити сучасні ефективні технології планування сети маршрутів та управління розкладом рейсів; впровадити ефективне оперативне управління суточним планом, флотом та екіпажами для забезпечення найбільш оптимальних провозних ємкостей в залежності від попиту на маршрутах. Представлена модель розвитку бізнесу авіакомпаній «Azal» в сучасних ринкових умовах. Існуючі стратегії розвитку авіакомпаній можна розділити на активну, оборонительну та стратегію відступлення.

Активна стратегія ставить мету, наприклад, досягти зростання прибутку або рентабельності на 20% та збільшити об'єм перевезень на 30%. Оборонительна, утримуюча стратегія або стратегія виживання передбачає збереження авіакомпанією визначеної частки на ринку та мінімально можливої рентабельності. Стратегія відступлення, яка зазвичай є вимушеною через погіршення реалізації продукції, передбачає поступове свертвування позицій по окремих або по більшості повітряних ліній або по окремих ринкових сегментах. Для авіакомпаній, обравши активну стратегію розвитку бізнесу ми рекомендуємо розширити свою діяльність та працювати на різних сегментах ринку повітряних перевезень, коли замість пошуку малої частки великого ринку авіакомпанія отримує більшу частку одного або кількох малих ринків. Аналіз результатів роботи авіакомпанії «Azal» на окремому сегменті ринку повітряних перевезень дозволив виявити основні недоліки та переваги кожного напрямку.

1. Авіакомпанія для бізнесменів. Робота на даному сегменті ринку повітряних перевезень дозволить авіакомпанії «Azal» повністю сконцентрувати всі свої зусилля та отримувати при цьому дохід в декілька разів вище, ніж на інших сегментах ринку. Але високі доходи

совершенно не гарантируют получение большой прибыли, ведь потребности бизнесменов в полётах с высокой частотой заставят авиакомпанию приобрести парк воздушных судов с малой пассажироместимостью и большой себестоимостью перевозок вследствие предлагаемого бизнесменами уровня сервиса.



**Рисунок 1. Построение перспективной сети маршрутов авиакомпании «Azal».**

2. Авиакомпания для отдыхающих. Данный вариант развития имеет свои достоинства и недостатки. Это быстрорастущий рынок, но с низкими доходами. Авиакомпания должна стремиться работать с минимальной себестоимостью, имея большой налёт часов на самолётах с большой провозной способностью. Рынок отдыхающих отличается значительными сезонными колебаниями, спадом перевозок в середине недели, сильной зависимостью от уровня доходов граждан, инфляции, опасений террористических актов на воздушном транспорте и др. Для избежания сезонного спада перевозок и получения экономического эффекта авиакомпания должна выполнять полёты в

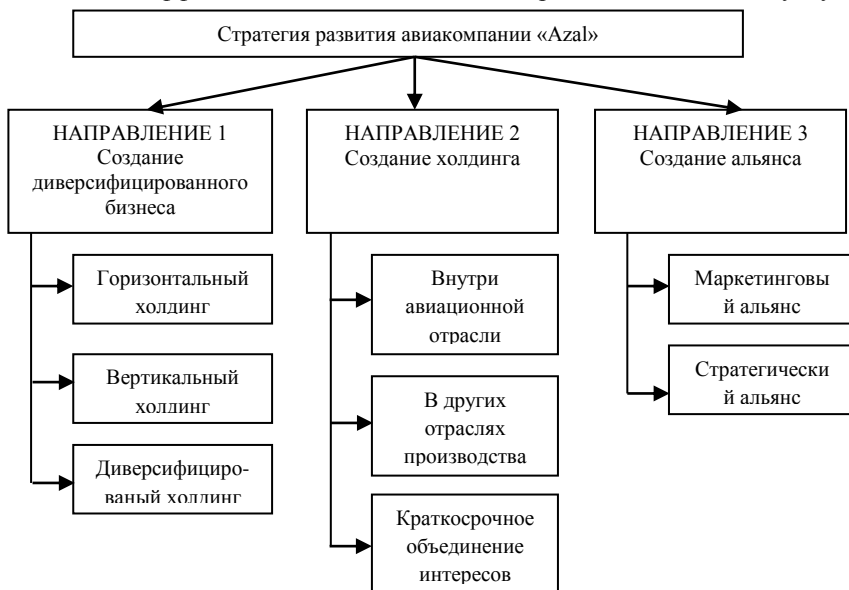
различных географических направлениях, в том числе и в зарубежные страны, и тут авиакомпания столкнётся с рядом ограничений на полёты.

3. Грузовая авиакомпания. Развитию грузовых авиакомпаний в ряде регионов способствует отсутствие конкуренции с наземным видом транспорта и здесь авиакомпания «Azal» может реально повысить уровень получаемых доходов и прибыли. Положительно влияет и тот факт, что клиентам необходимо знать точное время доставки их грузов в аэропорт назначения, а дозагрузка пассажирских рейсов грузами производится по остаточному принципу, что затрудняет определение даты доставки.

4. Low-cost (малобюджетная) авиакомпания. Появление специализированных рыночных компаний, концентрирующихся на эксплуатации небольших судов, имеющих определённую свободу действия и высокую заинтересованность в развитии своего сегмента бизнеса хороший признак развития рынка авиаперевозок. По мнению менеджеров крупных авиакомпаний у магистральных и местных перевозок слишком разная экономика и управление. Местные перевозки в Азербайджане традиционно убыточны, магистральные приносят хорошую прибыль. Выделение местного перевозчика в самостоятельную компанию с отдельным центром управления является попыткой менеджмента авиакомпании создать прибыльный бизнес.

Таким образом, для достижения максимального экономического эффекта, мы предлагаем авиакомпании «Azal» осуществлять свою деятельность на нескольких сегментах рынка. Это позволит стабилизировать денежные потоки и экономить на масштабе в связи с тем, что пики и спады воздушных пассажирских перевозок на разных сегментах рынка не совпадают. Схематично, предлагаемую нами модель развития бизнеса авиакомпании «Azal», можно представить в следующем виде (рис. 2.): через анализ проблем текущего развития авиакомпании, руководству авиакомпании предлагается выработать новое направление развития авиабизнеса, где факторами успеха могут являться диверсификация деятельности авиакомпании, вступление в стратегические союзы либо кооперирование с другими перевозчиками, а также возможность создание авиационного холдинга (либо присоединение к нему). На практике возможные направления предложенной нами модели развития бизнеса авиакомпании на рынке воздушных пассажирских перевозок, как правило, не исключают друг друга и могут комбинироваться по-разному. Развитие неавиационной деятельности для авиакомпании (направление 1) является главным направлением диверсификации капитала и для ряда авиакомпаний

является одним из основных шагов к их выживанию, улучшению и повышению эффективности деятельности на рынке авиационных услуг.



**Рисунок 2. Модель развития бизнеса авиакомпании «Azal»**

Диверсификация авиационного бизнеса прежде всего позволит авиакомпаниям «Azal» выжить в условиях обострившейся конкурентной борьбы и получать более устойчивые доходы от смежных видов деятельности для покрытия растущих расходов от основной деятельности, то есть эксплуатации авиалиний. Авиакомпании, выбравшие диверсификацию производства, одновременно формируют свою организационную структуру. С помощью холдинговой формы объединения группы хозяйствующих субъектов (направление 2) можно достичь стабильных и высоких экономических показателей деятельности каждого субъекта, в том числе и авиакомпании-участника, вырабатывать эффективные управленческие решения в кризисных ситуациях, осуществлять единое управление стратегическим развитием авиакомпании, прямо или косвенно контролировать цены и тарифы, при этом защищая интересы всех участников холдинга.

Организационная структура бизнеса авиакомпании объединяет ряд предприятий, организаций, филиалов и представительств, участвующих в процессе осуществления и обеспечения авиатранспортной деятельности. Управление предприятиями и



организациями, входящими в организационную структуру, осуществляется на принципах операционного и финансового контроля. Нарращивание усилий в борьбе за рынок воздушных перевозок, выдвигает авиакомпаниям стратегию развития в виде создания альянсов (направление 3).

**Выводы.** Согласно проведённого анализа, можно сказать, что одним из самых перспективных направлений развития авиакомпании «Azal» является расширение сети маршрутов. Построение перспективной сети маршрутов авиакомпаний «Azal» должны базироваться на методологическом подходе, основанном на таких показателях, как: назначение пассажирских авиалиний; назначение типа ВС на авиалинию; расчёте потребного количества ВС; разработке плана движения ВС, в определении пользователей услуг и целевого сегмента рынка; определении и реализации необходимых коммерческих прав. Анализ результатов работы авиакомпании «Azal» на отдельном сегменте рынка воздушных перевозок позволил выявить основные недостатки и преимущества каждого направления: авиакомпания для бизнесменов; авиакомпания для отдыхающих; грузовая авиакомпания; Low-cost (малобюджетная) авиакомпания.

#### **Список использованных источников**

1. AZAL. Электронный ресурс: режим доступа: <http://www.azal.az/ru/>
2. Азербайджанские авиалинии открывают продажу в Украине. Электронный ресурс: режим доступа: <http://www.bsv.com.ua/news/1824>
3. Моделирование процесса формирования конкурентоспособности. Электронный ресурс: режим доступа: <http://gisar.eu/node/7391>
4. Региональные авиакомпании в условиях неопределенности рынка пассажирских перевозок. Электронный ресурс: режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/regionalnye-aviakompanii-v-usloviyakh-neopredelennosti-rynka-passazhirskikh-perevozok#ixzz2spAyvKoh>
5. Функционирование региональных авиакомпаний в рыночных условиях. – Сыктывкар: Коми книжное издательство, 2006.

Heiets Iryna

#### **THE ANALYSIS COMPETITIVE AND DEVELOPMENT STRATEGY FOR AIRLINES IN AZERBAIJAN**

A globalization processes occurring in the global economy, create new conditions for the functioning of the market for transport services and, in particular, the aviation industry. On the air transportation market of Azerbaijan operate 3 airlines: «Azal», «Imair Airlines», «Silk Way Airlines». «AZAL» - Azerbaijan's largest airline, the national airline, headquartered in Baku, founded April 7, 1992 - the first national airline, founded after independence. Base airport is Baku Heydar Aliyev International Airport.

According to the above analysis, we can say that one of the most promising areas of airline «Azal» is the expansion of the route network. Building a promising network spanning «Azal» should be based on a methodological approach, based on indicators such as the appointment of passenger airlines (evaluation, selection and choice of potential destinations), the appointment of the aircraft type for the airline; calculating the necessary number of aircraft; development plan motion Sun in the definition of service users and target market segment, identify and implement the necessary traffic rights. Analysis of the results of airline «Azal» on a separate segment of the air travel market has allowed to identify the main advantages and disadvantages of each direction: airline business; airline for vacationers; cargo airline; low-cost airline. Achieve the maximum economic benefit, we offer airlines «Azal» operate on multiple market segments. This will help stabilize cash flows and economies of scale due to the fact that the peaks and valleys of air passenger traffic in the different market segments do not match.

УДК 351.81:656.1/5(477)(045)

М.В. Глухенька

## **МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНИХ МЕРЕЖ УКРАЇНИ**

*Запропоновано механізм державної підтримки транспортної мережі міста.*

*Ключові слова: механізм, державна підтримка, транспортні мережі, міський і приміський електричний транспорт.*

*Предложен механизм государственной поддержки транспортной сети города.*

*Ключевые слова: механизм, государственная поддержка, транспортные сети, городской и пригородный электрический транспорт.*

**Постановка проблеми.** Ринкова трансформація транспортної системи вимагає ефективного проведення державної транспортної політики і одночасної етапності впровадження вироблених заходів. При їх реалізації неприпустиме погіршення фінансово-економічного стану в транспортній галузі. Модернізацію транспортної галузі необхідно проводити в умовах максимального обліку інтересів споживачів і виробників транспортних послуг, державних і локальних адміністративних структур, а також вимог самої транспортної системи. Це обумовлено зв'язуючим характером транспортної системи в рамках макроекономіки, яка охоплює всі види суспільного виробництва, розподілу та обміну. Дана обставина акцентує увагу на системних дослідженнях державного регулювання транспортної системи. Транспорт разом з іншими інфраструктурними галузями, забезпечує базові умови

життєдіяльності суспільства, є важливим інструментом досягнення соціальних, економічних, зовнішньополітичних цілей як окремого міста, так і держави в цілому.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз наукових джерел свідчить про те, що значний внесок у розробку теорії та методології державного регулювання транспортних мереж зробили вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме: Ейтутіс Г.Д., Ігнатенко О.С., Ложачевська О.М., Міщенко Г.І., Пащенко Ю.Є., Развадовський В.Й., Сич С.М., Тимоха Д.А., Ткаченко А.М. та багато інших.

**Невирішена раніше частина загальної проблематики.** Аналіз досліджень науковців з державного регулювання транспортної системи свідчать про необхідність розроблення засад ефективного поєднання ринкових та адміністративних методів, оскільки цьому питанню приділено недостатньо уваги, переважно розглядається аналіз розвитку окремих механізмів. Це зумовлює необхідність подальших досліджень у напрямку вдосконалення державного регулювання розвитку транспортної системи в Україні.

**Формування цілей статті.** Запровадження сприятливих умов для залучення інвестицій у транспортну галузь економіки України для створення нових робочих місць, розвитку та створення сучасної виробничої, транспортної інфраструктури.

**Викладення основного матеріалу.** Транспортна система України все ще функціонує неефективно і є важким тягарем для бюджету країни. У зв'язку з цим в цілях поліпшення державного регулювання вітчизняного транспорту необхідно звернути увагу на досвід країн з розвинутою ринковою економікою, де транспортні системи найбільш ефективні і продовжують покращувати свою роботу. Транспорт розвивається і вдосконалюється відповідно до транспортної політики держави, яка втілена в комплексній програмі дій за різними програмами діяльності транспортно-дорожнього комплексу, включаючи його технічну модернізацію, адаптацію до ринкових умов господарювання, інституціональні перетворення у сфері форм власності, економічних відносин, системи управління, інтеграції до європейської та світової транспортних систем, кадрової та соціальної політики, економічної безпеки держави тощо. Держава є одним з основних учасників ринку транспортних послуг, виступаючи як акціонер або власник організацій, що діють в галузі. Системна роль держави в питаннях управління і розпорядження власністю, що належить йому, полягає в підвищенні ефективності всіх аспектів регулювання державною власністю у сфері транспорту, а також в створенні умов, що забезпечують діяльність і правові відносини учасників цивільного обороту майна транспорту з

врахуванням цілей і завдань державного регулювання в області майнових стосунків. Сутність транспортних мереж як об'єкта державного регулювання полягає в забезпеченні її динамічного розвитку та здатності задовольнити потреби громадян і мешканців України в послугах транспорту для побутових і виробничих потреб економічно ефективним шляхом і з належним рівнем безпеки як в короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі при безпосередній підтримці держави. Державне регулювання діяльності транспортних мереж в Україні здійснюється за допомогою реалізації системи заходів: правового та адміністративного регулювання, податкової, фінансово-кредитної, тарифної, інвестиційної, соціальної політики.

Підприємства транспорту виконують перевезення та надають послуги на підставі державних контрактів, державних замовлень і договорів на перевезення пасажирів та вантажів з урахуванням економічної ефективності провізних і переробних можливостей транспорту. На даний час відсутня єдина система понять і термінів для забезпечення державного регулювання транспортних мереж в цілому. Всі концепції і програми реформ або носять вузькогалузевий характер (призначені для окремих видів транспорту), або є механічним з'єднанням таких. Відсутність єдності державного регулювання транспорту є однією з головних перешкод на шляху створення єдиної транспортної системи країни. Збалансований розвиток інфраструктури транспорту визначено як найважливіший стратегічний напрям державного регулювання розвитку транспортної системи. Реалізація цього напрямку означає узгоджений комплексний розвиток всіх елементів транспортної інфраструктури на основі аналізу потреб секторів економіки і населення в послугах транспорту, розвитку системи статистичного обліку, побудови транспортно-економічного балансу, прогнозування динаміки вантажної бази, аналізу моделей розвитку транспортної системи з метою вибору збалансованих варіантів.

Механізм державної підтримки транспортних мереж України має здійснюватися за наступними напрямками (рис. 1).

Виділимо основні шляхи розвитку транспортної галузі в Україні на основі аналізу світового досвіду державного регулювання:

- орієнтація на використання власних коштів;
- виділення субсидій з поліпшенням показників роботи транспорту, культури обслуговування пасажирів, а також із заходами по відшкодуванню витрат;
- участь України в розробці спільної стратегії розвитку мережі міжнародних транспортних коридорів, що проходять по європейських і

азіатських напрямках, в рамках формування нових транзитних магістралей континентального значення;

- активна державна підтримка транспортних проєктів України на міжнародній арені;
- формування вигідних для України міжнародних альянсів;
- сприяння реалізації інвестиційних проєктів, у тому числі міжнародних, спрямованих на розвиток транспортних перевезень;
- подальший розвиток логістичних технологій, інформаційних систем, всієї інфраструктури транспортних перевезень в цілях прискорення доставки транзитних вантажів, забезпечення гарантій їх збереження, загального підвищення якості сервісу;



**Рисунок 1. Напрями механізму державної підтримки транспортних мереж України**

- стимулювання створення українських мультимодальних транспортних операторів;
- розробка економічних механізмів залучення суб'єктів українських і зарубіжних інвесторів до реалізації проєктів з використання транзитного потенціалу;

▪ розробка за участю суб'єктів України проектів створення і розвитку транзитних коридорів, що доповнюють базові міжнародні транспортні коридори.

**Висновок.** Важливими завданнями державної політики у транспортній сфері є удосконалення законодавчого та організаційного базису реструктуризації транспортної інфраструктури, розбудова національної мережі міжнародних транспортних коридорів.

#### **Список використаних джерел**

1. Пашенко Ю.С. Перспективи розвитку транспортної системи України / Ю.С. Пашенко, А.М. Давиденко, Л.Г. Чернюк – К. : Либідь. – 1998. – 40 с.
2. Погребиський М.Л. Формування ефективної транспортної політики в Україні / М.Л. Погребиський // Актуальні проблеми державного управління на новому етапі державотворення : матеріали наук.-практ. конф за міжнар. участю, присвяченої 10-річчю Академії, м. Київ, 31 травня 2005 р.: У 2 т./ За заг. ред. В.І. Лугового. В.М. Князева. – К. : Вид-во НАДУ, 2005. – Т. 2. – С. 88-89.
3. Развадовський В.Й. Особливості державного регулювання залізничного транспорту / В.Й. Развадовський // Наше право. – 2004. – №3. – С.14-17. Развадовський В.Й. Система суб'єктів адміністративно-правового регулювання правовідносин у транспортній сфері / В.Й. Развадовський // Вісник Національного університету внутрішніх справ. – 2004. – Випуск 25. – С.91-100.
4. Сич С.М. Передумови інтеграції транспортних систем прикордонних регіонів / С.М. Сич, О.В. Мініна // Екон.-мат. моделювання соц.-екон. систем: Зб. наук. пр. – 2003. – Вип. 7. – С. 132-140.

M.V.Hlukhenka

#### **MECHANISM OF GOVERNMENT CONTROL OF DEVELOPMENT OF TRANSPORT NETWORKS OF UKRAINE**

Investigational market transformation of a transport system which requires the effective leadthrough of a public transport policy and simultaneous stage of introduction of mine-out measures. Also modernization of a transport industry, which must be conducted in the conditions of maximal account of interests of users and producers of transport services, state and local administrative agencies, and also requirements of a transport system. This circumstance accents attention on system researches of government control of a transport system. Transport together with other infrastructural industries, provides the base terms of vital functions of society, is the important instrument of achievement of social, economic, foreign-policy aims of both separate city and state, on the whole. Quite a bit labours, devoted this problem, are in the last few years published. However, the analysis of researches of research workers from government control of a transport system testifies to the necessity of development of principles of effective combination of market and administrative methods, as it is spared this question not enough attention, the analysis of development of separate mechanisms is mainly examined. It predetermines the necessity of subsequent researches at direction of perfection of government control of development of a transport system in Ukraine.

УДК338.24.01

Гноєва І.М.

## **ЕВОЛЮЦІЯ ТРАКТУВАНЬ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ «МОДЕРНІЗАЦІЯ»**

*У статті досліджено та узагальнено підходи до визначення сутності терміну «модернізація», деталізовано зміст модернізації, як багатоаспектного процесу.*

*Ключові слова: модернізація, теорії модернізації, процеси модернізації, рівні процесів модернізації.*

*В статье исследованы и обобщены подходы к определению термина «модернизация», детализировано содержание модернизации, как многоаспектного процесса.*

*Ключевые слова: модернизация, теории модернизации, процессы модернизации, урони процессов модернизации.*

**Постановка проблеми.** В даний час тема модернізації стає актуальною і найбільш обговорюваною в політичних виступах, періодичній пресі, наукових дослідженнях і по-різному сприймається: як розвиток, оновлення, відтворення, реформування, інжиніринг, позитивні зміни і т.д. У перекладі з англійського означає «осучаснення» та передбачає впровадження у суспільство ознак сучасності. Модернізоване суспільство має комплекс взаємопов'язаних рис, котрі часто розглядають як окремі процеси соціальної, політичної, культурної та економічної модернізації. Відповідно до класичного визначення, під модернізацією (від грец. «*Moderne*» - новітній) розуміється удосконалення, поліпшення, оновлення об'єкта, приведення його у відповідність новітнім вимогам і нормам, технічним характеристикам та показникам якості [1].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Науково – теоретичні підвалини з питання модернізації заклали, перш за все, класики шкіл модернізації - Е. Соу, М. Вебер, С. Гантінгтон, Д. Ептер, А. Абдель-Малек, А. Турен, Ш. Ейзенштадт, К. Маркс. та інші. Значний внесок у дослідження процесів економічної модернізації внесли такі вчені: С. Блек, Р. Бендикс, Р. Уорд, В. Цапфа, О.Ю Амосов, К.О. Бужимська, Л.Б. Вардомский, С.А. Єрмаханова, А.П. Ключев, І.В. Побережник.

**Метою статті** є опрацювання наукового надбання з питань визначення терміну «модернізація» та подання погляду автора на сутність цього поняття.

**Виклад основного матеріалу.** Перед тим, як розпочати аналіз сутності та структури процесів модернізації, окреслимо загальновідомі історичні етапи формування теорії модернізації. Дослідники [2] визначають існування трьох етапів становлення та розвитку школи модернізації:

I етап – друга половина 1950-х – перша половина 1960-х рр. – період народження та стрімкого росту дослідження модернізаційних процесів. На цьому етапі під модернізацією розумівся процес витіснення традиції сучасністю або висхідний розвиток від традиційного суспільства до сучасного. При цьому традиція як правило визнавалась такою, що гальмує соціальний прогрес, і яку необхідно подолати і зламати [3].

II етап – відзначився критикою та переоцінкою ідей першого. Так наприкінці 1960-х – 1970-ті рр. критично сприймається модернізація з боку фундаторів теорій відставання (залежного розвитку), мікросистемного аналізу (І. Валерстайн), неомарксизму. Неомодернізаційний, посткритичний період відродження досліджень сталої модернізації припадає на початок 1980-х рр. З'являються «нові модернізаційні штудії» (за Е. Соу): перегляд ролі та місця традиційного соціокультурного та інституційного контексту модернізації; перехід від досить абстрактного теоретизування до аналізу конкретних ситуацій; зростання уваги до конфліктів у процесі модернізації і впливу на даний процес зовнішніх факторів. Також на даному етапі акцент робиться на науково-технічні революції, визнається, що сучасні суспільства можуть включати чимало традиційних елементів, визнається, що модернізація спроможна посилювати традицію (С. Гантінгтон, З. Бауман). Концепції модернізації були визнані як альтернатива комуністичним теоріям трансформації (С. Гантінгтон, Д. Ептер).

III етап кінець 1980-х – 1990-х рр. На етапі постмодернізації визнають можливість розробки і впровадження національних проектів модернізації, що здійснюються на основі накопичення технологічно та соціально передових досвідів незахідних країн (А. Абдель-Малек, А. Турен, Ш. Ейзенштадт). При цьому визнається, що модернізація може здійснюватися без нав'язування західного досвіду, а порушення рівноваги між сучасністю та традиційністю призводить до гострих суспільних конфліктів та невдач модернізації. В якості засобів для подолання негативних наслідків модернізації А. Турен вводить поняття «контрмодернізації», чи, більш вдале, «альтернативна модернізація» як варіант модернізації, здійснюваної незахідним шляхом, а також «антимодернізації» як відкритої протидії модернізації. Відбувається відмова від европоцентризму у тлумаченні модернізації, ретельно аналізується досвід «модернізації без вестернізації» [1].

Вважаємо, що у наш час розвиток школи модернізації суспільства відбувається в межах 4 етапу, [4] який характеризується стрімкою зміною стадій росту на макрорівні (у більшості економічно розвинених країнах системній кризі передують соціально-економічна сталість, а подолання кризи супроводжується загостренням суперечностей у суспільстві,



збільшенням соціальних трансформацій, зміною конфігурації суспільних матриць), що відповідає постмодернізаційному аналізу в посткризовий період. Вчені [5] розкривають зміст модернізації як багатоаспектного процесу. Так, С. Блек вивчав модернізацію як процес, за допомогою якого різні суспільства прагнуть адаптуватися і адаптовуються до оточуючих змін. Ізраїльський вчений Ш. Ейзенштадт оцінює модернізацію як процес зміни різних товариств в напрямку політичних моделей Заходу. Роберт Уорд вважав, що модернізація є цілеспрямованою зміною соціальних відносин і навколишнього середовища. Р. Бендикс вказує на те, що під модернізацією слід розуміти комплекс політичних і соціальних змін, пов'язаних з процесами індустріалізації. С. Ваго вважає, що модернізація є трансформацією аграрних суспільств в індустріальні [5]. К. Маркс розумів під «модернізацією» - процес товаризації, в ході якого товари і послуги все більш і більш вироблялися для ринку [6]. М. Вебер визначив модернізацію, як процес раціоналізації, в ході якого господарюючі суб'єкти прагнули максимально підвищити власну економічну віддачу [6]. Даніель Лернер пише, що модернізація - це свого роду ментальний зсув, досягнення особливого стану мислення, яке характеризується вірою в прогрес, схильністю до економічного зростання, готовністю адаптуватися до змін [7]. Відповідно до концепції К. Акамацу сенс модернізації зводиться до того, що країна-лідер забезпечує технічний прогрес, який підхоплюють інші країни [8]. Подібну думку має В. Цапфа, «модернізація - складний процес, що включає в себе індустріальну революцію, прагнення відсталих країн підвищити рівень свого розвитку, реакція розвинутих суспільств на нові виклики» [9]. Рейнхард Бендикс також тісно поєднував процеси модернізації та індустріалізації. Якщо термін індустріалізація він використовував для пояснення економічних зрушень, викликаних новими технологіями, заснованими на використанні неживих джерел енергії, і безперервним вдосконаленням прикладних наукових досліджень, то за допомогою терміна модернізація він вважав можливим пояснювати широкий спектр соціальних і політичних змін, що супроводжували індустріалізацію в більшості країн Західної цивілізації. [7]. Перераховані визначення відображають розуміння модернізації, в більшій мірі зосередженої на економічних процесах, які мають переважно інституційний характер, пов'язаний з копіюванням, або імітацією позитивного досвіду зарубіжних країн, або проектуванням власної модернізації враховуючи внутрішні умови програми модернізації. Умовно дані визначення можна розділити на універсальні (чутливі до змін на рівні держави, регіону, галузі, підприємства) і спеціалізовані (що акцентують увагу на окремих об'єктах процесу: системи і форми організації

виробництва, технологічні процеси, основні фонди). Виходячи з цього, модернізацію слід розглядати на трьох рівнях. На рівні підприємства під модернізацією розуміють такі зміни, які матеріалізуючи нові наукові знання, формують нові способи задоволення потреб або створюють нові потреби для прогресу в будь-якій сфері людської діяльності. Відповідно на рівні галузі, регіону чи економіки країни модернізація трактується, як макропроцес переходу від традиційного до сучасного типу та цілісне оновлення. Тобто, це не тимчасовий чи разовий захід, а складний багатоплановий економічний процес, що має системний та комплексний характер і спрямований на вирішення проблем. В більшості випадків процеси модернізації відбуваються на основі стимулів пов'язаних з оновленням і доцільно їх класифікувати на такі групи [10]: стимульовані радикальними нововведеннями (типові модернізаційні процеси); стимульовані накопиченими змінами, які не розвивалися протягом короткого часу і носять кумулятивний характер; стимульовані науково-технічними змінами, пов'язаними з «технологічним прогресом», які трансформують зовнішнє середовище.

**Висновки.** Модернізацію, незалежно від рівня її проведення, слід розглядати як важливу економічну категорію, яка відображає новий тип економічних відносин, в умовах яких прискорюються відтворювальні процеси в матеріально - технічній базі виробництва на основі новітніх технологій, створюються передумови для виготовлення продукції з інноваційним наповненням, конкурентоспроможною на внутрішньому і зовнішньому ринках, підвищення ефективності виробництва, вирішення актуальних проблем на рівні країни і на рівні окремих виробничих об'єктів.

#### **Список використаних джерел**

1. Модернізація [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://uk.wikipedia.org/wiki> – Назва з екрану
2. Побережников И.В. Модернизация: теоретические и методологические проблемы // Экономическая история. Обозрение / Под ред. Л.И.Бородкина.. М., 2001. Вып. 7 С. 163 – 169.
3. Ермаханова С.А. Теория модернизации: история и современность. / С.А. Ермаханова // Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых. – Новосибирск, 2005. – Разд. 2. – С. 233 – 247
4. Амосов, О. Ю. Капіталізація як засіб модернізації суспільства / О. Ю. Амосов, Н. Л. Гавкалова // Демографія та соціальна економіка. – 01/2012. – №1. – С. 43-50.
5. Побережников И.В. Переход от традиционного к индустриальному обществу: теоретико-методологические проблемы модернизации. М.: РосСПЭН, 2006. – 240 с.
6. Економічна енциклопедія: у 3-х т. / редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Академія, 2002. – Т. 3. – 952 с

7. Побережников И.В. Модернизация: определение понятия, параметры и критерии / И.В. Побережников. – «Проект Ахей» – [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://mmj.ru/index.php?id=36&article=112> – Назва з екрану.

8. Иноземцев В. Пределы «догоняющего» развития./ В. Иноземцев. – М.: Экономика, 2005. – 295 с.

9. Цапф В. Теория модернизации и различие путей общественного развития / В.Цапф . – Социс. 1998. – № 8.

10. Эйтингон В.Н.и др. Модернизация промышленных предприятий / В.Н.Эйтингон и др.//Организационные и экономические проблемы становления конкурентоспособного производства: сб.тр. – Воронеж: Междунар. акад. науки и практики организации производства. – 1999. – С. 48-51.

Gnoieva I.N.

### **THE EVOLUTION OF ECONOMIC CATEGORY «MODERNIZATION» INTERPRETATIONS**

Nowadays the theme of modernization has become an urgent and the most discussed in the political speeches, periodicals, research and it can be treated in different ways: as the development, updating, reproduction, reformation, engineering, positive improvements, etc. This article deals with the study and generalization of several approaches concerning the determination of the term "modernization", detailed elaboration of the modernization content as multi-aspect process. The comparative analysis of the conceptual apparatus of the current modernization makes it possible to understand the modernization mostly focused on the economic processes that are largely institutional by nature, associated with copying or imitation of the positive experience of foreign countries, or development of their own modernization taking into account the internal conditions of the modernization program.

In the paper the analysis of modernization has been carried out, the general historical stages of the modernization theory formation have been outlined. It has been determined that nowadays the development of modernization processes is taking place on the stage which is characterized by rapid change of the growth stages at the macro level (in the most developed countries the systemic crisis precedes the socio-economic sustainability, and the crisis overcoming is accompanied with a sharpening of the contradictions in the society, increasing social transformations, social matrix configuration change) corresponding to the post-modernization analysis in the post-crisis period. It has been analyzed the theoretical aspects of the problem under study that makes it possible to identify the modernization as an important economic category which reflects the new type of economic relations and according to them the reproductive processes in the material-technical basis of the production based on the new technologies are being accelerated; the prerequisites for production with innovative content that will be competitive in domestic and foreign markets, the production efficiency increase, the solution of the current problems at the national level and at the level of individual production objects.

## **ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЯК СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ**

*Стаття присвячена обґрунтуванню стратегії інтеграційного розвитку телекомунікаційних підприємств з позицій управління капіталом підприємства в інтересах його власників.*

*Ключові слова: інтеграційні процеси, концентрація капіталу, угоди злиття та поглинання, синергетичні ефекти, капіталізація.*

*Статья посвящена обоснованию стратегии интеграционного роста телекоммуникационных предприятий с позиций управления капиталом предприятия в интересах его собственников.*

*Ключевые слова: интеграционные процессы, концентрация капитала, сделки по слиянию и поглощению, синергетические эффекты, капитализация.*

**Постановка проблеми.** Тенденції останніх років демонструють повторення шляху розвитку українських підприємств стільникового зв'язку, а саме інтеграції і концентрації їх капіталів, в усіх сегментах телекомунікацій. Об'єднання дає можливість консолідації активів, поліпшення економічних показників та підвищення інвестиційної привабливості компаній.

Актуальність вивчення ролі інтеграційних процесів і консолідації капіталу також пов'язані з тим, що реструктуризація підприємств галузі відбувається з великими труднощами. Проте міжнародний досвід розвитку телекомунікацій на сучасному етапі свідчить про те, що консолідація капіталу на основі інтеграційних процесів - реально можливий шлях розвитку для цієї галузі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивченню різновидів інтеграції присвячено праці зарубіжних і вітчизняних вчених. Роботи західних дослідників висвітлюють переважно питання інтеграції економік прикордонних регіонів держав, що входять до Європейського Союзу. У працях вітчизняних вчених [1,3,4,5,6] найбільш повно висвітлені основні аспекти проблем посилення інтеграції економік регіонів нашої країни. Дослідження літературних джерел та аналіз реальних процесів інтеграції дозволяють зробити такі висновки: інтеграція капіталу і пов'язана з нею концентрація виробництва являють собою процес подальшої приватизації капіталу на основі перерозподілу власності після процесу первинного накопичення і освоєння ринків збуту. Приватизація капіталу за рахунок інтеграційних процесів супроводжується перерозподілом ринкових часток виробників на традиційних для них ринках, а також виходом на нові сегменти ринку за рахунок іншої продукції і послуг, що освоюються в результаті інтеграції [2]; інтеграція супроводжується процесами

вертикального і горизонтального об'єднання, а також диверсифікації капіталу і виробництва в руках нових або колишніх власників компаній, витісненням з ринку неефективних виробництв та компаній; концентрація капіталу є характерною рисою сучасної організації ринкового господарства. Інтеграція є подальшим розвитком процесу концентрації виробництва і капіталу. Рівень концентрації виробництва визначається показником питомої ваги великих підприємств у загальному випуску продукції всієї галузі. Рівень концентрації капіталу визначається вартістю основних фондів підприємства і капіталізацією їх на фондовому ринку. Ці показники є важливим засобом визначення ступеня інтеграції капіталу в межах підприємства, акціонерного товариства, холдингу, корпорації та інших об'єднань, а також для визначення ефективності використання капіталу в умовах конкурентної боротьби на галузевому ринку та ринку капіталів.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** Сьогодні, коли відбувається інтеграція різних форм капіталу, на перший план виступають не тільки виробничий капітал, але й інтелектуальний капітал та інформаційна інфраструктура, спосіб поєднання функціональних складових капіталу (банківського, виробничого, інтелектуального, інформаційного) в єдине ціле. За цих умов недостатньо розроблена теоретична і методична база системи управління інтеграційними процесами в галузі виступає стримуючими чинниками інтеграційного розвитку вітчизняних телекомунікаційних підприємств.

**Метою статті** є обґрунтування доцільності стратегії інтеграції для телекомунікаційних підприємств, за допомогою якої можна стимулювати їх економічне зростання через систему управління капіталом інтегрованої компанії.

**Виклад основного матеріалу.** Високий рівень концентрації виробництва - одна з основних особливостей телекомунікацій, яка зумовлює специфіку інтеграційних процесів у цій галузі. Інтеграція супроводжується переходом від публічних акціонерних товариств до холдингів, корпорацій, фінансово - промислових груп, асоціацій та інших видів і форм об'єднань, що складаються з акціонерних товариств, об'єднаних прагненням примноження капіталу, підвищення його ефективності за рахунок концентрації, посилення позицій на ринку, централізації управління капіталом в інтересах власників капіталу.

Інтегрований капітал як економічна категорія відображає економічні відносини між суб'єктами господарювання, що виникають в ході взаємодії виробничого і фінансового капіталів в цілях забезпечення процесу розширеного відтворення через забезпечення постійних грошових потоків. Він являє собою цілісну економічну систему форм

капіталу, кожна з яких може бути розглянута як підсистема взаємопов'язаних елементів, які виконують тільки їм властиві функції.

Стратегії інтеграційного росту підприємств в телекомунікаційному секторі мають технологічне підґрунтя, що базується на особливостях розвитку технологій надання та споживання послуг зв'язку. Сучасний етап розвитку засобів зв'язку пов'язаний з усе більшим посиленням інтеграційних процесів між видами електрозв'язку, його засобами, а також між системами телекомунікації окремих країн і регіонів світу. Метою цих інтеграційних процесів є доставка необхідної інформації споживачу в належний час, у необхідній кількості та необхідної якості. Найбільш сильно тенденції інтеграції електрозв'язку проявилися у технічних засобах та обладнанні телекомунікацій.

Інтеграційні та фінансові проблеми змушують телекомунікаційні компанії створювати міжнародні регіональні або навіть міжрегіональні групи. Формування таких потужних телекомунікаційних груп відображає зростаючу тенденцію виходу сучасного електрозв'язку на міжнародний рівень та його подальшої інтернаціоналізації. Таким чином, інтеграційні процеси галузі чітко проявилися як у створенні самої техніки зв'язку, і особливо ліній зв'язку, в технології передачі сигналів електрозв'язку, так і у формуванні організаційно взаємозалежних національних і міжнародних компаній. Основою інтеграції компаній є їх динамічна здатність, конкурентні переваги, пов'язані з унікальністю та неподільністю, неможливістю негайної імітації їх технологій, репутації, інформаційної та управлінської системи. При зростаючому розмаїтті форм взаємодії між підприємствами особливого значення набуває рідкість прийнятою даною компанією специфічної комбінації її ресурсів. Необхідність інтеграції компаній у сфері послуг пов'язується із необхідністю змін бізнес-моделі, яка в умовах глобальної конкуренції орієнтується на швидку зміну попиту, створення виробничого ланцюга, управління знаннями, створення вартості. На рівні окремих підприємств розрізняють вертикальну інтеграцію підприємств, при якій вони об'єднуються від постачальників до торговельної мережі, в ідеалі охоплюючи весь ланцюжок виробництва і надання послуг кінцевому споживачеві; горизонтальну інтеграцію підприємств, при якій об'єднуються підприємства однієї галузі; кругову інтеграцію підприємств, при якій об'єднуються підприємства різних галузей, що знижує несистемні ризики втрати прибутковості; інтеграцію підприємств, що виробляють взаємодоповнюючі товари і послуги (як то купівля телекомунікаційними компаніями компаній з розробки програмного забезпечення для розробки надання нового продукту).

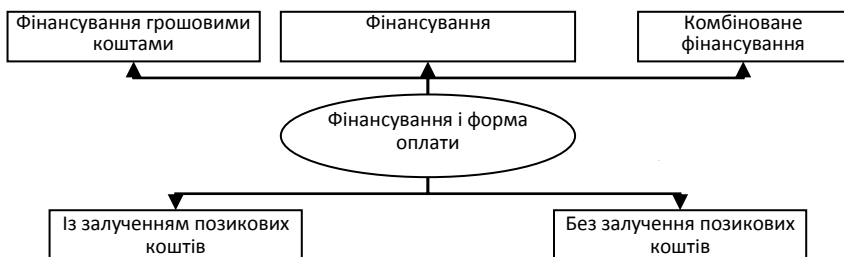
Аналіз теорії стратегічного менеджменту дозволяє класифікувати стратегії таким чином: стратегії зростання (внутрішнього і зовнішнього),

стратегії скорочення і глобальні стратегії. Одним з поширених шляхів інтеграції та розширення на цій основі бізнесу в економіках розвинених країн є злиття і поглинання компаній. У світовій практиці злиття та поглинання стають все більш важливим інструментом перерозподілу ресурсів та реалізації корпоративних стратегій. Так, для багатьох компаній з приватним капіталом і публічних акціонерних товариств, які відіграють роль галузевого центру консолідації, поглинання і відокремлення структурних підрозділів самі по собі складають корпоративну стратегію. Стратегія злиття і поглинання реалізується з метою створення нових можливостей (конкурентних переваг) компанії за рахунок виникнення синергетичних ефектів, які призводять до зростання її вартості. Реалізація конкретних стратегій створення синергетичних ефектів обумовлена спрямованістю угоди — горизонтальні, вертикальні, диверсифіковані конгломератні угоди злиття і поглинання.

Горизонтальній інтеграції властива виробнича стратегія створення синергетичних ефектів (економія за рахунок масштабів діяльності, комбінація взаємодоповнюючих ресурсів). Для вертикальної інтеграції притаманна організаційна стратегія (спрощення адміністративного управління, координація дій). Конгломератні злиття характеризуються низькими синергетичними ефектами, їх мотивом може слугувати придбання гудвіла компанії-цілі — якість людського капіталу, ступінь довіри акціонерів, клієнтів, працівників, оптимальне поєднання факторів виробництва, якість менеджменту, наявність мережних характеристик тощо. Управління капіталом в процесі інтеграції пов'язується передусім із фінансовою та інвестиційною стратегіями. Тому у контексті ціннісно-орієнтованого менеджменту під інтеграцією капіталу пропонуємо розуміти фінансово-інвестиційну стратегію, спрямовану на створення доданої економічної вартості компанії шляхом одержання операційної і фінансової синергії в результаті об'єднання капіталів підприємств. Чернова Е.Г. відмічає, що фінансової синергії компанія досягає за рахунок оптимізації фінансової структури, податкових платежів і встановлення контролю над фінансовими потоками компанії-цілі. Часто компанія-ініціатор угоди працює у високоприбутковому секторі та має надлишкові грошові потоки. При проведенні операцій конгломератного чи іншого типу відбувається перерозподіл надлишкової ліквідності на користь інших ефективних видів діяльності, що дозволяє досягти внутрішньої диверсифікації капіталу[7].

Зміни в структурі капіталу інтегрованої компанії відбувається у тому числі в результаті вибору тієї або іншої форми фінансування угоди злиття (рис.1). У світовій практиці найбільшого поширення набули два методи оплати злиттів — коштами і звичайними акціями. Особливості

фінансування угод зі злиття і поглинання в Україні обумовлені існуючими механізмами переходу корпоративного контролю. Так, більшість українських компаній були утворені в процесі приватизації та акціонування. Приватизація компаній відбувалася шляхом їх виділення з державних структур і передачі приватним власникам. Це дозволяє розглядати придбання компаній у процесі приватизації як перший механізм реалізації стратегії злиття і поглинань, який продовжує відігравати значну роль і в сучасних умовах. Другим механізмом переходу корпоративного контролю, характерним для вітчизняної практики, можна вважати акумулювання боргів компанії, що поглинається і їх конвертацію в її акції в процесі банкрутства. При проведенні процедури банкрутства можливе підписання мирової угоди, за якою кредитор отримує свій борг акціями підприємства.



**Рисунок 1. Фінансування угод зі злиття і поглинання**

У вітчизняному бізнесі капітальні вкладення спрямовуються переважно на модернізацію існуючих потужностей, а не на будівництво нових об'єктів. Звідси робимо припущення, що середня українська компанія, яка бажає в процесі свого розвитку отримати контроль над новими виробничими активами, буде реалізовувати власну мету ймовірніше за допомогою поглинання діючих компаній, ніж створення нових активів за рахунок капіталовкладень. Окрім наявності значної пропозиції існуючих телекомунікаційних активів на користь подібної політики свідчить і більш короткий строк здійснення злиттів (поглинань) у порівнянні зі створенням нових виробничих активів. Таким чином, управління капіталом інтегрованої компанії забезпечує ефекти синергії, що виникають завдяки можливості скоротити просторово-часовий рух капіталів, тобто швидко формувати необхідні суми з ресурсів різної тривалості одержаних з різних джерел. При взаємодії індивідуальних капіталів з різними тривалістю обороту та циклічністю здійснюється їх взаємне доповнення і зростання. На рівні об'єднання компаній формується



міні-ринок капіталу, який перерозподіляє внутрішні фонди від бізнес-одиниць і проектів з обмеженими можливостями зростання до перспективних видів діяльності. Окремим напрямом наукових досліджень інтеграційних процесів виступають роботи щодо вивчення ефективності угод, зокрема зі злиття та поглинань. Дослідники виділяють три головні проблеми ефективності M&A.

По-перше, необхідно забезпечити органічне злиття, а не механічне додавання підприємств, особливу увагу даному питанню необхідно приділити за умов інтеграції компаній із різними організаційними культурами. Ця думка підкреслюється дослідниками Гарварду і ілюструється на прикладах вдалих і невдалих угод.

По-друге, ефективне партнерство базується на розробці і спільному освоєнні нових технологій. Інновації стали сьогодні основним засобом конкурентної боротьби, особливо в таких високотехнологічних галузях як телекомунікації.

По-третє, ефект M&A визначається позицією споживачів, їх готовністю прийняти продукцію об'єднаної фірми, зокрема новий бренд. Ці проблеми досліджені в публікаціях Школи менеджменту Массачусетського технологічного інституту.

Автор вважає, що ефективність стратегії інтеграції визначається її цільовою спрямованістю як стратегії зовнішнього росту компанії – забезпеченням росту капіталізації. Прибуткове зростання є ключем до довгострокового створення вартості підприємства, та жоден з процесів управління не має більшого впливу на прибутковість зростання, ніж управління капіталом. Поглинання підприємства за змістом є вичурним проектом. У більшості компаній розподіл капіталу відбувається під час щорічного процесу бюджетування і фокусується на потребах у фінансуванні конкретних проектів, а не стратегії. В результаті реалізації такого підходу компанія отримує інвестиційну стратегію, яка не відповідає бізнес-стратегії і відповідно не здатна забезпечити досягнення бізнес-цілей компанії. В рамках ціннісно-орієнтованого менеджменту усі стратегії підприємства повинні забезпечувати зростання капіталізації підприємства у довгостроковому періоді. На думку Н. Кіссела, для досягнення постійного зростання вартості необхідно замінити традиційний підхід до управління на більш критичний та гнучкий процес управління капіталом, що здатний пов'язати стратегії підприємства із завданням довгострокового створення вартості[8]. Зростання вартості вимагає найвищої прибутковості діяльності в короткостроковій перспективі та найвищого зростання у довгостроковому періоді. Конфліктуючі вимоги зростання і прибутковості можна погодити, якщо при прийнятті рішень, що стосуються управління капіталом, приймається

до уваги потенціал грошового потоку всіх стратегічних альтернатив розвитку компанії.

Для забезпечення найвищої прибутковості на акціонерний капітал упродовж довгострокового періоду необхідно управляти капіталом в інтегрованих стратегічних і економічних рамках, а також розподіляти його відповідно до чітко сформульованих стандартів та правил прийняття рішень. Автором доповнено схему процесу стратегічного управління підприємством, запропоновану в роботі [8], на основі системи розподілу капіталу, яка орієнтована на зростання вартості компанії. Рис. 2 ілюструє управлінські взаємозв'язки, які забезпечують через систему управління капіталом, узгодження завдань тактичного і стратегічного управління в інтересах власників, тобто є зорієнтованими на зростання вартості власного капіталу компанії.

Кіссел Н. наголошує на відмінності між трьома етапами управління капіталом — розподілом, схваленням і моніторингом. Реалізація взаємозв'язку 1 досягається розробкою функціональних стратегій, сфокусованих на вартості. Нами в якості такої стратегії розглядається стратегія інтеграції капіталів. Зв'язок 2 гарантує, що компанія в процесі розподілу капіталу фінансує виключно бізнес-одиниці та активи, які не руйнують її вартість. Зв'язок 3 забезпечує реалізацію найкращої стратегії, тобто проектів, які створюють нову вартість або мають високий потенціал. Зв'язок 4 обґрунтовує можливості зовнішнього росту компанії в інтересах власників.

При правильному управлінні капіталом, розподіл забезпечує розміщення фінансових ресурсів враховуючи наступні аспекти стратегічного вибору: які ринки можуть забезпечити зростання компанії, яка стратегія фінансування буде сприяти росту, вибір між стратегіями органічного або інтегрованого росту.

Названі стратегічні рішення слугують обґрунтуванням попереднього розподілу капіталу, який потребує подальшого схвалення у разі відповідності відібраних конкретних проектів спрямування затвердженою корпоративною стратегією. Процес схвалення гарантує, що розвиваються тільки проекти, підкріплені необхідної фінансової і стратегічної інформацією. Моніторинг капіталу дозволяє відстежувати результати стратегій і проектів та порівнює їх з очікуваннями, сформульованими на етапах розподілу і схвалення. Готовність перерозподілити капітал виключно важлива, оскільки практика показує, що тільки 10 % нових стратегій і 60% стратегій, спрямованих на розширення, досягають запланованого зростання і цілей прибутковості. Тому компанії проводять перерозподіл, встановлюючи цілі за мінімальним річним оборотом капіталу у розмірі 10-15% від

інвестованого капіталу для фінансування проектів з високою вартістю і ризиками[8].



**Рисунок 2. Ціннісно-орієнтований підхід до стратегічного управління компанією на основі системи управління капіталом.**

Залучення капіталу з внутрішніх ресурсів вимагає визначення альтернативної вартості капіталу інвестованого у розвиток бізнес-одиниць і стратегій. В умовах обмеженості капіталу це може виявитися найдешевшим способом фінансування. Управління капіталом найбільш сильний інструмент для впливу на бізнес-стратегію та фінансові результати. На відміну від будь-якого іншого управлінського процесу він впроваджує дисципліну і підзвітність, необхідні для підвищення повернення та прискорення прибуткового зростання; допомагає компаніям досягати запланованих цілей, що сприятиме зростанню попиту на цінні папери компанії з боку інвесторів і полегшує їй доступ до

капіталу.

**Висновки.** Реалії вітчизняного корпоративного управління на сьогодні такі, що паралельно з формуванням повноцінних систем корпоративного управління компаній спостерігається тенденція переходу до концепції ціннісно-орієнтованого менеджменту, коли основним завданням власників, у тому числі сформульованим перед менеджментом, стає управління вартістю компанії, тобто насамперед капіталізацією згенерованих бізнесом грошових потоків, а не самими потоками. У той же час можна констатувати той факт, що перехід до вартісного підходу знаходиться лише в початковій фазі свого розвитку. Поки лише кілька найбільш прогресивних в означеному контексті великих вітчизняних компаній на практиці осмислено переходять до ціннісно-орієнтованого менеджменту (наприклад, Київстар, МТС- Україна), тоді як більшості національних телекомунікаційних компаній ще доведеться це зробити.

У сучасних умовах розвитку стратегія інтеграція для телекомунікаційних компаній є процесом адаптації підприємств до навколишнього економічної реальності, як спосіб стабілізувати власне становище за рахунок об'єктивних переваг, що виникають при інтеграції, та таких, як приплив інвестицій, зниження витрат на утримання інформаційних, юридичних, збутових і постачальницьких підрозділів, одержання доступу до обмежених ресурсів (зокрема номерного ресурсу), ліцензій на надання послуг, мінімізації витрат і термінів для розвитку власної мережі та ін. Процес управління капіталом об'єднаної компанії базується на інтегрованому підході, якому властива системна цілісність, що поєднує різномірні складові. А реалізація стратегії інтеграції капіталу підприємств зумовлює постановку перед системою управління капіталом специфічних завдань, зокрема визначення і моніторинг ринкової і фундаментальної вартості власного капіталу, активів, компанії, що потребує розробки механізмів, адекватних сучасним умовам вітчизняного фондового ринку.

### **Список використаних джерел**

1. Володько О.В. Эффективность управления капиталом предприятия - один из факторов повышения его конкурентоспособности/ Володько О.В.// Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – 2011. – С. 77-85.
2. Мардер Н.С. Принципы развития и совершенствования телекоммуникационно-информационной инфраструктуры / Мардер Н.С. // Вестник связи. — 2008. — №11. — С. 3—6.
3. Стрельчук Є.М. Стратегія розвитку оператора зв'язку./ Стрельчук Є.М., Петрашевська А.Д. – О. : Фенікс, 2007. – 112 с.

4. Стрій Л.О. Глобалізація ринків зв'язку / Стрій Л.О., Голубев А.К. // Вісник технологічного університету поділля. — Хмельницький, ХНУ. — 2004. — №6. — С. 152—157.
5. Хефекойзер Х.В. Интеграция государств Западной Европы в рамках ЕС в области телекоммуникаций / Хефекойзер Х.В. // ДК-Зв'язок України. — 2008. — № 15 —17
6. Черная О. Е. Управление капиталом предприятия в условиях рыночной трансформации экономики Украины: дис. ...к.е.н.: 08.04.01 / Черная Оксана Евгеньевна. — О., 2004. — 207с.
7. Чернова Е.Г. Методологические принципы и механизм интеграции хозяйственных образований. : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Чернова Е.Г. – Спб., 2011. – 41с.
8. Kissel N. Capital Management: A Key to Linking Strategy and Value Growth / Neal Kissel, John Reynolds. — [http://www.iteam.ru/publications/strategy/section\\_20/article\\_3034/](http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_20/article_3034/)

O.V. Kostyunik

### **INTEGRATION PROCESS AS MONEY MANAGEMENT**

*The article explains feasibility of integration strategy at domestic enterprises communications industry. The strategy of integration for telecommunications companies is seen as a process of adaptation to changing business conditions surrounding the economic environment, as a way to stabilize their situation by obtaining business benefits arising from the integration investment, reduce the cost of service unit, access to narrow resources (in including the Number Resource), licenses for the provision of services to minimize the costs and timing of development of its telecommunications network, and so on. According analysis of the theory and practice of the integration process, as well as trends in the telecommunications market are summarized characteristics of the integration business at telecommunications sector. It is noted that the integration processes in the industry as manifested itself in the creation of communication equipment, signal technology in telecommunications and in the formation of organizational interconnected national and international companies. Integration forms at telecommunication enterprises. A comparative analysis of the most popular in domestic and foreign practice methods of financing mergers and acquisitions. Effectiveness problems in the integration process and the author's vision set out to address this issue from the standpoint of value-based management, and proposed on the basis of its money management system integrated company.*

*Keywords: integration, the concentration of capital, mergers and acquisitions, synergetic effects, the capitalization.*

### **References**

1. Volod'ko O.V Businesses successful money management - one of the factors to increase its competitiveness / Volod'ko OV // Problems of Foreign Economic Relations and the attraction of foreign investment: a regional perspective. - 2011. - p. 77-85.
2. Marder N.S Principles of development and improvement of telecommunications and information infrastructure / Marder NS // Bulletin of communication. - 2008. - № 11. - p. 3-6.

3. Strelchuk E.M. Strategiya rozvitku operator zv'yazku. / Strelchuk E.M., Petrashevska AD - A: Feniks, 2007. - 112 p.
4. Striy L.O Globalizatsiya rinkiv zv'yazku / Striy LO, AK Golubev // News tehnologichnogo universitetu Podillya. - Khmelnytsky, KNU. - 2004. - № 6. - p. 152-157.
5. Hefekoyzer H.W The integration of Western Europe in the framework of the EU in the field of telecommunications / Hefekoyzer HW // PS-Zviazok Ukraine. - 2008. - № 15 -17
6. Black O. E. Money management companies in a market economy transformation of Ukraine: Dis. PhD in Economics ... : 08.04.01 / Oksana E. Black. - O., 2004. – 207p.
7. Elena Chernova Methodological principles and mechanism of integration of economic entities. : Author. dis. ... Dr. EKON. : 08.00.05 / Chernoff E.G - St. Petersburg., 2011. – 41p.
8. Kissel N. Capital Management: A Key to Linking Strategy and Value Growth / Neal Kissel, John Reynolds. – [http://www.iteam.ru/publications/strategy/section\\_20/article\\_3034/](http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_20/article_3034/)

УДК 656.2(477):658.26.003.13(045)

Городецька Л.О., Зарановська Г.С.

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ЗАЛІЗНИЦЯХ УКРАЇНИ**

*В статті визначені проблеми та тенденції ефективності використання енергетичних ресурсів на залізницях України. Запропоновані шляхи вирішення проблем енергозабезпечення залізниць.*

*Ключові слова: енергозбереження, ефективність, енергетична стратегія, енергетичний комплекс, енергоефективність, паливно-енергетичні ресурси, енергетичний ринок, енергозабезпечення.*

*В статье определены проблемы и тенденции эффективности использования энергетических ресурсов на железных дорогах Украины. Предложены пути решения проблем энергообеспечения железных дорог.*

*Ключевые слова: энергосбережение, эффективность, энергетическая стратегия, энергетический комплекс, энергоэффективность, топливно-энергетические ресурсы, энергетический рынок, энергообеспечение.*

**Постановка проблеми.** Енергетична стратегія Укрзалізниці не може розроблятися і реалізовуватися без урахування впливу зовнішніх і внутрішніх факторів, як на залізничному транспорті, так і в паливно-енергетичному комплексі держави. На даний момент споживання електроенергії на залізницях України дуже значне і для покращення ефективності енергозбереження потрібно скоротити витрати енергії на залізницях.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженням проблем економічної складової енергетичного забезпечення присвячено

роботи провідних науковців: О.І. Амоші, А.О. Афанас'єва, Г.А. Доманської, С.І. Дорогунцова, Б.Є. Кваснюка, М.В. Кондратюка, А.Л. Мизіна, Д.К. Прейгера, В.І. Сухорукова, А.І. Шевцова та інших авторів.

**Невирішені раніше частини загальної проблеми.** Аналіз наукових робіт і публікацій показав, що проблеми енергозбереження потребують додаткових досліджень цих проблем, пошуку нових рішень, впровадження нових технологій.

**Постановка завдання (цілі статті).** Ціллю статті є пошук варіантів вирішення проблем існуючих у сфері енергозбереження залізниць України.

**Метою дослідження** є аналіз та дослідження тенденцій ефективності використання енергетичних ресурсів на залізницях України, визначення загальних проблем енергозбереження та пошук шляхів їх вирішення.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасний залізничний транспорт – це високотехнологічний механізм із значним споживанням енергоресурсів для забезпечення своєї господарської діяльності.

Щорічно залізницями України споживається значна кількість дизпалива, електроенергії, газу, вугілля, мазуту паливного та інших видів паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР). В наш час існує стрімке зростання споживання електроенергії на залізницях за рахунок збільшення населення і збільшення потреби в перевозках. Щорічна переробка електроенергії залізничними електро-мережами з урахуванням її транспортування для потреб обласних енергопостачальних компаній та постачання стороннім споживачам складає більше 10 млрд кВт·год, або 7,4 % від спожитої по Україні. Звичайно, споживання електроенергії в основному обумовлюється щорічними обсягами перевезень. Наявне нормативно-правове забезпечення енергоефективності на транспорті не задовольняє сучасних вимог до вирішення проблеми підвищення ефективності використання енергоресурсів. Керівникам та відповідальним особам структурних підрозділів стає все складніше своєчасно реагувати на зміни в законодавстві стосовно енергоефективності та іншої нормативної бази. Це неприпустимо, оскільки кожне порушення чинного законодавства з цих питань не тільки погіршує ефективність використання енергоресурсів, а й тягне за собою адміністративну відповідальність. Енергетичний сектор економіки України потребує особливої уваги як з боку держави, так й індивідів. Важливим є використання альтернативних джерел енергії, пошук нових шляхів, способів постачання її державі. Енергосистема України навіть за наявності палива не може достатньо забезпечити споживачів тими обсягами енергії, який вони потребують. Енергоемність в Україні, тобто виробництво ВВП

на одиницю умовного палива складає 0,44 грн/кг.у.п. Вона більш ніж у 2 рази перевищує аналогічний показник країн Європейського Союзу, у 2,5 рази – Німеччини, у 2,7 рази – США та в 6,5 рази – Японії.

Для забезпечення максимально ефективного розвитку економіки та підвищення ефективності енергозбереження слід вирішити такі проблеми як: недостатній рівень забезпечення власними паливно-енергетичними ресурсами і значна кількість імпортованих ресурсів; необхідність створення стратегічних запасів для забезпечення енергетичної незалежності України; високий рівень зношеності енергетичної інфраструктури та необхідність модернізації та реконструкції основних фондів; недостатній рівень використання альтернативних видів палива та нетрадиційних джерел енергії; високий рівень витрат енергоресурсів при їх виробництві, транспортуванні та споживанні, впровадження новітніх технологій, раціоналізація структури суспільного виробництва.

Для вирішення вищеназваних проблем слід сформувавши якісну стратегію щодо їх подолання, реформувати ПЕК відповідно до ринкових умов господарювання. Із найбільш важливих пріоритетних завдань енергетичної стратегії Укрзалізниці необхідно виділити наступні: повне і надійне забезпечення процесу перевезень, зниження ризиків і недопущення розвитку кризових явищ в енергозабезпеченні залізничного транспорту; значне зниження питомих витрат ПЕР у всіх сферах діяльності Укрзалізниці (тяга поїздів, інфраструктура, ремонт, виробництво); оптимізація енергетичних витрат в стаціонарній енергетиці; докорінне покращення структури управління енергетичним комплексом Укрзалізниці на основі сучасних інформаційних технологій; гармонійне і ефективне входження Укрзалізниці в енергетичний ринок держави при недискримінаційних економічних взаємовідносинах між його суб'єктами;

Поряд зі структурною перебудовою економіки для успішного вирішення проблеми енергозабезпечення необхідно реалізувати низку організаційно-правових і технічних заходів з енергозбереження. За одночасної реалізації організаційно-правових заходів і суттєвих змін структури економіки обсяги споживання енергоресурсів можна скоротити у 2—3 рази. Організаційно-правові заходи задля енергозбереження — це розробка і запровадження законів, стандартів, нормативів, податків на викиди шкідливих речовин, на використання імпортованих енергоносіїв, налагодження обліку шляхом використання лічильників ресурсів, державна підтримка впровадження нових ефективних видів техніки, технологій, матеріалів тощо. Однак виключно організаційними заходами проблеми енергозбереження не вирішуються, адже основний потенціал розв'язання їх мають технічні заходи, які можна розглядати як другий етап



програми енергозбереження. Цей етап передбачає значні капіталовкладення як в енергозбереження, так і в удосконалення енергетичної техніки та енергоефективного обладнання. Питомі капіталовкладення на створення 1 кВт встановленої потужності у 3—4 рази більші, ніж на 1 кВт зекономленої. Тому енергозбереження має більш високий пріоритет в порівнянні з модернізацією енергетики. Але неможливо буде обійтися без приросту енергетичних потужностей, тобто необхідне інвестування і енергозбереження, і розвитку енергетики. Основний потенціал енергозбереження зосереджений у найбільш енергомістких галузях економіки. Змістом заходів в цих галузях є модернізація обладнання, оновлення технологічних процесів та застосування нових ресурсощадних матеріалів. Це дозволить, окрім економії ресурсів, підвищити також якість виробів, що важливо для виходу на західні ринки. Аналіз витрат показав, що залізниці можуть працювати рентабельно, якщо скоротити витрати на енергоносії.

Завдяки комплексній стратегії впровадження енергозбереження в 2013 році «Укрзалізниця» заощадила 20,1 млн. кВт-год електроенергії; 1,9 тис. тонн дизельного палива; 690 тис. куб. м природного газу; 782 тонни вугілля і 308 Гкал теплової енергії. Експерти зазначають, що в структурі експлуатаційних витрат «Укрзалізниці» енергоресурси становлять до 21%, тому зменшення їх споживання для залізничників є одним із важливих напрямів роботи. Так, у 2013 році витрати котельно-пічного палива на виробництво теплової енергії зменшилися на 10,6% порівняно з відповідним періодом минулого року. При цьому витрата природного газу зменшився на 5,9 млн. куб. м (або 8,3%), вугілля — на 1,7 тис. тонн (або 12,6%), мазуту — на 0,9 тис. тонн (або 38,7%).

За період з 2005 по 2013 роки виведено з експлуатації 1303 застарілі вугільні котельні. Зростає кількість газових котельнь: з 2005-го по 2013 рік їх стало більше на 235 одиниць, або на 43,5%. Зменшення витрати палива можна досягти переважно завдяки реконструкції застарілих котельнь (зокрема, установка сучасних вискоелективних котлів), а також переведення вугільних і мазутних котельнь для роботи на природному газі та електроенергії. Крім того, останнім часом збільшується кількість підрозділів, де залізничники застосовують геліосистеми для забезпечення гарячого водопостачання галузевих підприємств. Сонячну енергію активно використовують на Придніпровській та Одеській залізницях (у регіонах з максимальною сонячною активністю). У 2014 році планується встановити три геліосистеми в кримських підрозділах Придніпровської залізниці: на станціях Джанкой, Керч і Айвазовська. Геліосистеми вже довели свою ефективність на підприємствах Одеської залізниці. Зокрема, з 2003 року

сонячні батареї використовуються для підігріву води в локомотивному депо «Одеса-Застава 1» (на дахах цехів встановлено 24 сонячних колектори загальною площею 60 кв. метрів). У 2005 році геліосистема була встановлена в депо «Арциз» — 30 сонячних колекторів замінили вугільну котельню. А в 2007 році геліоустановку почали експлуатувати на Херсонській механізованій дистанції вантажно-розвантажувальних робіт. Також фахівці «Укрзалізниці» оптимізували і підвищили ефективність тяги електропоїздів за рахунок модернізації енергоємних та застарілих деталей двигунів поїздів, завдяки чому рухомий склад споживає на 8,4% менше електроенергії, ніж у 2012 році.

**Висновки та пропозиції.** Сучасний стан енергозабезпечення залізниць України спонукає країну до активного пошуку нових енергетичних ресурсів, а також зменшення споживання енергоресурсів за рахунок заміни застарілого обладнання на нове. Нажаль для цього потрібні значні кошти яких в Україні не достатньо. Таким чином потрібно шукати фінансової підтримки від держави та від іноземних інвесторів. Також для покращення ефективності енергозбереження потрібно встановити геліосистеми, які значно зменшать енергоємність на залізницях.

#### **Список використаних джерел**

1. Закон України про енергозбереження. Введений в дію постановою Верховної Ради України 01.07.94 №75/94 - ВР [Текст] / Верховна Рада України.:1994
2. Донець Василь. Енергетична стратегія Українських залізниць// Всеукраїнська транспортна газета «Магістраль» URL [/http://www.magistral-uz.com.ua/articles/energetichnastrategija-ukrainskih-zaliznic.html](http://www.magistral-uz.com.ua/articles/energetichnastrategija-ukrainskih-zaliznic.html)
3. Доманская Г.А. Энергосберегающие технологии управления режимами работы тягового электроснабжения // Вісник Національного технічного університету „Харківський політехнічний інститут". – Харків: НТУ „ХПИ". – 2007. – №36. – С. 114-120.
3. Аналіз роботи господарства електрифікації та елект-ропостачання в 2012 році [Текст] / – К. : Державна адміністрація залізничного транспорту, 2013. – 162 с.
4. Методичні вказівки щодо визначення норм витрат електроенергії для стаціонарних споживачів залізниць. ЦЕ-0015 : Затв.: Наказ Укрзалізниці № 545-Ц від 28.12 2006 р [Текст] / Розроб. В. Т. Доманський, В. Г. Кузнецов. – К.: Мін-во трансп. України. Держ. адмін. заліз. трансп. України. Укрзалізниця, 2007. – 108 с.
5. Энергетическая безопасность Украины: газовый аспект [Текст] «Неизвестная разведка» № 3-4, 2006, С.14-25.
6. Амоша О.И. Экономический механизм стратегии развития топливно-энергетического комплекса Украины / Монография – 11 с.

Gorodetska L.O., Zaranovska A.S.

### **ENERGY EFFICIENCY ON UKRAINIAN RAILWAYS**

In this article the problems and trends efficient use of energy resources on the railways of Ukraine. Proposed solutions to problems power of railways. The objective of research is searching solutions to solve the problems existing in the field of energy saving on railways of Ukraine. Problems that need resolution include: insufficient level providing their own fuel and energy resources and a large number of imported resources; insufficient level of alternative fuels and alternative energy sources; high cost of energy in their production, transportation and consumption; the need to establish strategic reserves to ensure energy independence of Ukraine.

To solve the above problems must be form a qualitative strategy to overcome them and reform FEC according to market conditions. The most important priorities railways energy strategy must include the following: the complete and reliable software process, transport, risk reduction and prevention of crisis in energy supply rail transport; the significant reduction in unit costs of PER in all areas of railways (train traction, infrastructure, maintenance, production); optimization of energy costs in the stationary energy sector; radical improvement of the management structure of energy sector railways based on modern information technology

Keywords: energy saving, efficiency, energy strategy, energy complex, energy efficiency, fuel and energy resources, energy market, energy supply.

УДК 330.341(100):004(045)

Горбачова О. М., Родіонов П. Ю.

### **ТЕОРЕТИЧНО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ АВІАКОМПАНІЇ**

*У статті розглядаються інструменти формування оцінки впровадження інформаційної системи авіакомпанії. Дано визначення інформаційної системи, розглянуті шляхи підвищення ефективності роботи авіакомпанії за рахунок впровадження інформаційної системи. Як основні інструменти оцінки ефективності впровадження інформаційної системи пропонуються розглядати такі характеристики, як показник чистої теперішньої вартості, індекс рентабельності та внутрішня норма прибутку.*

*Інформаційна економіка, інформаційна система, чиста теперішня вартість, індекс рентабельності, внутрішня норма прибутку.*

*В статтє рассматриваются инструменты формирования оценки разработки и внедрения информационной системы авиакомпании. Дано определение информационной системы, рассмотрены пути повышения эффективности работы авиакомпании за счет внедрения информационной системы. Как основные инструменты оценки эффективности внедрения информационной системы предлагается рассматривать такие характеристики, как показатель чистой приведенной стоимости, индекс рентабельности и внутренняя норма прибыли.*

*Информационная экономика, информационная система, чистая текущая стоимость, индекс рентабельности, внутренняя норма прибыли.*

**Постановка проблеми.** В умовах глобалізації та розвитку інформаційних технологій необхідною умовою сталого розвитку авіакомпанії є наявність методів та інструментів для управління інформаційною діяльністю. Діяльність інформаційного забезпечення, особливості та оцінка ефективності запровадження інформаційної системи є складовими діяльності авіакомпанії, що потребують додаткового аналізу та посиленої уваги до себе.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питаннями інформаційної економіки займалися такі вчені, як Д. Белл, А. А. Чухно, В. Л. Іноземцев, Л. Г. Мельник. У своїх роботах вони розглядали особливості формування інформаційного суспільства, проблеми управління підприємствами в умовах інформаційної економіки. Проте необхідно зазначити, що на даний момент мало уваги приділено діяльності компаній, що працюють на ринку пасажирських авіаперевезень в умовах інформаційної економіки.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** Зважаючи на даний етап розвитку інформаційних технологій та результати їх застосування компаніями, що працюють на ринку пасажирських авіаперевезень, недостатньо висвітленими є проблеми оцінки запровадження інформаційних інформаційної технологій. На даний момент можна констатувати фактичну відсутність комплексних підходів до оцінки процесу інформаційної діяльності, складовою якого має стати визначення ефективності роботи інформаційної системи.

**Мета статті.** Метою даної статті є дослідження питання оцінки ефективності запровадження інформаційної системи авіакомпанії в умовах інформаційної економіки.

**Викладення основного матеріалу.** В умовах інформаційної економіки особливого значення набуває інформаційна структура підприємства, зокрема його інформаційне забезпечення. У свою чергу інформаційне забезпечення являє собою сукупність засобів розміщення та організації інформації, що охоплюють системи класифікації та кодування, уніфіковані системи документації, реалізації документообігу і форм документів, методи створення внутрішньо-машинної інформаційної бази інформаційної системи. [6]. У контексті вивчення інформаційного забезпечення авіакомпанії необхідно розглядати дане поняття у широкому контексті, включаючи до його складу не тільки інструменти управління інформаційними потоками, але і інформаційні ресурси та інтелектуальний потенціал компанії. Важливим інструментом для ефективної роботи з інформацією є інформаційна система. Потреба у постійному

відстеженні ситуації як у внутрішньому середовищі компанії, так і на рівні її зовнішнього оточення вимагає відповідної організації інформаційної системи авіакомпанії.

У загальному вигляді інформаційна система являє собою взаємопов'язану сукупність засобів, методів і персоналу, для зберігання, обробки та передачі інформації з метою вирішення поставлених завдань. [2; 3]. Роботу інформаційної системи як складової діяльності компанії утворюють наступні процеси: введення інформації із зовнішніх або внутрішніх джерел; обробка вхідної інформації і представлення її в зручному вигляді; виведення інформації для представлення споживачам або передачі в іншу систему; зворотний зв'язок, тобто інформація, що оброблена всередині організації для корекції вхідної інформації.

Для ефективної роботи інформаційної системи важливим є визначення її властивостей. До них можна віднести: будь-яка інформаційна система може бути піддана аналізу, який побудований і керований на основі загальних принципів побудови систем; інформаційна система є динамічною і такою, що постійно розвивається; при побудові інформаційної системи необхідно використовувати системний підхід; вихідною продукцією інформаційної системи є інформація, на основі якої ухвалюються рішення; інформаційну систему слід сприймати як людино-комп'ютерну систему обробки інформації. До складу інформаційної системи входять як електронні обчислювальні машини, так і інші пристрої, що дозволяють організувати процес зберігання та обробки даних. Проте особливе важливе значення у діяльності інформаційної системи займає людина, яка генерує нову інформацію та отримує і аналізує результати інформаційної діяльності. Інформаційна система як складова діяльності авіакомпанії є доповненням до її організаційної структури і виступає одним з основних чинників, що впливають на результати її роботи поряд з організацією роботи та рівнем кваліфікації персоналу.

Розробка та запровадження інформаційної системи є чинником, що може сприяти ефективній роботі авіакомпанії та як наслідок сприяти підвищенню її конкурентоспроможності. Джерелами економічного ефекту від запровадження інформаційної системи в авіакомпанії можуть бути: зниження трудомісткості робіт; економія виробничих ресурсів; зниження кількості помилок у роботі; підвищення ефективності роботи персоналу. [4] Для оцінки економічної ефективності запровадження інформаційних систем на нашу думку доцільним є застосування таких показників, як чиста теперішня вартість (NPV), індекс рентабельності (PI) та внутрішня норма прибутку (IRR).

Основним критерієм запровадження інформаційної системи є:

$$NPV = \sum_{i=0}^n \frac{P_i - Z_i}{(1+p)^i} > 0, \quad (1)$$

де  $P_i$  - результати, що отримані в періоді;  $Z_i$  - затрати, отримані в  $i$ -му періоді;  $p$  - норма дисконту;  $n$  кількість років життєвого циклу інформаційної системи.

Нульовий період (при  $i=0$ ) дозволяє врахувати витрати, здійсненні до початку запуску роботи інформаційної системи в експлуатацію.

Результати від запровадження інформаційної системи в  $i$ -му періоді у зростанні прибутку компанії за період її життєвого циклу внаслідок зниження собівартості продукції, збільшення об'ємів її реалізації або непотрібного майна:

$$P_i = O_i * C_i + Vp_i, \quad (2)$$

де  $O_i$   $C_i$   $Vp_i$  - відповідно обсяг збуту, ціна одиниці продукції, прибуток від ліквідації майна в  $i$ -му періоді.

Використання інформаційної системи дозволяє оперативніше та з високою точністю аналізувати ситуації, що складаються на ринку, прогнозувати зміну ринкової кон'юнктури, оцінювати ринкові можливості та вибирати оптимальний варіант діяльності з наявних. Це у свою чергу дозволяє розробляти ефективні проекти в рамках можливих напрямків розвитку ринкових можливостей. При проведенні оцінки інформаційної системи важливим є визначення витрат, що були здійсненні при її запровадженні. До таких витрат можна віднести: витрати на придбання комп'ютерної техніки та програмного забезпечення; витрати на налаштування обладнання та навчання персоналу; витрати на первинне наповнення інформаційної системи; заробітна плата персоналу; витрати на технічне обслуговування; витрати на утримання будівель та споруд.

Витрати в  $i$ -му періоді можуть бути розраховані за формулою:

$$Z_i = K_i + C_i, \quad (3)$$

де  $K_i$   $C_i$  - відповідно капітальні і поточні витрати в  $i$ -му періоді.

Необхідно врахувати, що запровадження інформаційної системи є ефективним за наступних умов:

– індекс прибутковості  $PI$ , що розраховується як відношення результатів діяльності до здійснених витрат, має бути більше або дорівнювати одиниці:

$$PI = \frac{\sum_{i=0}^n P_i * (1+p)^{-i}}{\sum_{i=0}^n Z_i * (1+p)^{-i}} \geq 1 \quad (4)$$

– внутрішня норма прибутковості *IRR*, що розраховується як відсоткова ставка, при якій проект є беззбитковим, має бути вище норми дисконту:

$$\sum_{i=0}^n = \frac{P_i - 3i}{(1 + IRR)^i} = 0 \quad (5)$$

– період окупності має бути не більше періоду життєвого циклу інформаційної системи, він розраховується за формулою:

$$T = \frac{\sum_{i=0}^n 3i * (1 + p)^{-i} - \sum_{i=0}^n P_i * (1 + p)^{-i}}{P_{m+1} * (1 + p)^{-(m+1)}} + m \leq T_{жц}, \quad (6)$$

де *m* - номер розрахункового року.

У якості розрахункового приймається рік, що передує тому, в якому результати зрівняються з затратами або будуть їх перевищувати. [5]

Таким чином ми можемо говорити, що в умовах, за яких прогрес суспільства залежить від успіхів у сфері знань, тобто від прискореного розвитку науки та освіти, їхньої якісної модернізації особливого значення набуває наявність та ефективність використання компаніями інформаційних систем. [1] У свою чергу ефективно їх застосування є не можливим без регулярної та якісної оцінки результатів, що досягнуті завдяки застосуванню інформаційних систем у практичній діяльності.

**Висновки.** У роботі проаналізоване інформаційне забезпечення авіакомпанії та його складові. Як складові елементи інформаційного забезпечення виокремлені інформація, інформаційні ресурси, інтелектуальний потенціал та засоби обробки інформації. Визначена структура та призначення інформаційної системи авіакомпанії, запропоновані науково-методичні підходи до оцінки інформації в процесі здійснення господарської діяльності авіакомпанії. Обґрунтовано необхідність застосування інформаційних систем у діяльності компаній в якості інструмента для підвищення конкурентоспроможності. Розглянуті практичні інструменти для аналізу ефективності інформаційних систем.

#### **Список використаних джерел**

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл; перевод с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. – М. : АКАДЕМИА, 1999. – 956 с.
2. Корнев Ю.Г. Інформаційно-аналітична діяльність як сфера бізнесу // Підприємництво, господарство, право. — 2003. — №12. — С. 123—126.
3. Корнев Ю.Г. Проблеми формування загальнонаціональної системи інформаційного забезпечення розвитку підприємництва // Економіка: проблеми теорії та практики. — Дніпропетровськ, 2004. — Вип. 187. — Т. IV.— С. 857—865.

4. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1 / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.

Gorbacheva O. M., Rodionov P. U.

## **THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF THE AIRLINE INFORMATION SYSTEM INTRODUCTION**

*In the article there were considered basic airline information system assessment instrument. There was determined an essence of airline informational support, in particular as a set of information accommodation and organization facilities. As the components that form an information support were offered to consider management tools by the flows of information, information resources and intellectual potential of the company. For the effective airline information management activity there was proposed to use an information system that is defined as a set of connected methods, techniques and personnel for storage, processing and transmission of information in order to solve assigned tasks. Following properties of the information system are defined: possibility of its comprehensive analysis, work dynamics and information as a basic source product. There was proposed to consider such characteristics as an indicator of present value profitability index and internal rate of return as basic instruments to assess the effectiveness of information system implementation.*

*Information economy, information system, net present value, profitability index, internal rate of return.*

УДК 658.114.5 (045)

Малахівська Г.В.

## **ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬЯНСІВ**

*У статті проведено дослідження передумов формування стратегічних альянсів українських підприємств, визначено певні відмінності у причинах формування альянсів вітчизняними підприємствами та західними компаніями, а також визначено перелік цілей формування альянсів та проблеми при їх функціонуванні.*

*Ключові слова: стратегічні альянси, бізнес-структури, принципи формування.*

*В статье проведено исследование предпосылок формирования стратегических альянсов украинских предприятий, определены отличия в причинах формирования альянсов отечественными предприятиями и западными компаниями, а также определены цели формирования альянсов и проблемы при их функционировании.*

*Ключевые слова: стратегические альянсы, бизнес-структуры, принципы формирования.*

**Постановка проблеми.** Нові завдання, що постають перед



сучасними підприємствами, пов'язані із необхідністю швидкого та адекватного реагування на зміни зовнішнього середовища. Для забезпечення довготривалого успішного функціонування підприємства все частіше формують різноманітні партнерства, зокрема, стратегічні альянси. Світовий досвід свідчить про значні можливості та переваги такої моделі поведінки підприємств. Стратегічні альянси підприємств явище достатньо нове в українській економіці, але незважаючи на це, з моменту їх появи до сьогодні змінилося не тільки відношення до них з боку керівників компаній, а й основні мотиви та причини їх створення.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** В західній економічній літературі розглядаються основні цілі та причини формування стратегічних альянсів компаній, але, відповідно, в економічному та правовому контексті розвинутих країн. Так, основні мотиви створення альянсів описані у роботах Б.Гаррета та П.Дюссожа, А.Лажу, Дж.Стоунхауса. Вітчизняні науковці залишають поза увагою визначення цілей, причин, мотивів формування альянсів українськими підприємствами.

**Метою** даного дослідження буде ідентифікація основних цілей вступу вітчизняних компаній до стратегічних альянсів, визначення рушійних та стримуючих сил поширення альянсів в українській економіці, а також галузей, в яких вони формуються.

**Виклад основного матеріалу.** Перші альянси підприємств в Україні з'явилися на початку 2000-х років і їх формування було пов'язано із пошуком політичного заступництва в органах влади. Сьогодні ставлення керівництва вітчизняних компаній до альянсів змінилось, в силу всезростаючої конкурентної боротьби як між українськими, так і між національними та іноземними компаніями на перше місце виходять економічні мотиви створення альянсів. Через вступ до альянсів підприємства прагнуть реалізувати певні стратегічні цілі, досягнення яких самостійно неможливе або значно ускладнене. В силу специфічних економічних умов здійснення господарської діяльності в Україні, є певні відмінності у причинах формування альянсів вітчизняними підприємствами та західними компаніями. Українські компанії формують альянси як національного характеру, так і міжнародного, заключаючи угоди із іноземними підприємствами. Однією із поширених причин створення альянсів вітчизняними підприємствами є забезпечення економії витрат. Співробітництво у такому разі може здійснюватися на будь-якому етапі діяльності – від спільного використання виробничих потужностей до продажу продукції [2]. Такі альянси формуються між компаніями-конкурентами або підприємствами однієї галузі, які працюють у різних продуктових сегментах ринку або на різних географічних ринках, і в силу

цього не є прямими конкурентами.

Компанії, що працюють на різних продуктових або географічних сегментах одного ринку, формуючи стратегічні альянси можуть розширити асортимент своєї продукції через об'єднання продуктових ліній, вийти на нові регіональні ринки використовуючи збутові мережі партнерів. Крім того, компанії забезпечують економію витрат створюючи стратегічні альянси з підприємствами суміжних галузей, налагоджуючи системи постачання та збуту продукції. Слід відмітити, що українські підприємства не формують альянси з метою зниження витрат на проведення НДДКР, здійснення технологічних розробок. Це може бути пояснено недостатньо високим рівнем розвитку технологій, а також острахом підприємств щодо розголошення стратегічно важливої інформації, наданням великого значення комерційній таємниці. Українські підприємства залучаються крупними світовими компаніями або їх альянсами до співробітництва в ролі регіональних дистриб'юторів продукції. Відносини, які встановлюються між партнерами в такому разі, відповідають формату стратегічних альянсів, але не спрямовані на розробки та дослідження. Можливість зниження ризиків, зокрема, фінансових, виступає мотивом формування вітчизняними компаніями стратегічних альянсів. Створення альянсу при купівлі промислового об'єкту дозволяє розподілити між підприємствами-учасниками інвестиційні зобов'язання. На фоні боротьби за власність такі альянси оптимальні для задоволення потреб підприємств у значних коштах для викупу акцій компаній у держави та її подальшого розвитку [2].

Таким чином, формування альянсів національного характеру обумовлено пошуком шляхів економії витрат, збільшенням інвестиційних можливостей. Через спільну виробничу, маркетингову, збутову діяльність компанії-партнери, зокрема, можуть збільшити частку ринку, підсилити свої ринкові позиції.

Стратегічні альянси вважаються найбільш привабливою та зручною формою міжфірмового співробітництва українських та іноземних компаній. Для закордонних партнерів формування альянсів – спосіб увійти на нові ринки, для місцевих – розширити свої можливості. У науковій літературі вступ підприємств з ринків, що розвиваються, до альянсів з міжнародними компаніями або компаніями з розвинутих країн пояснюється прагненням місцевих компаній інтегруватися до світової економіки. Українським підприємствам формування альянсів з іноземними компаніями або вступ до міжнародних альянсів забезпечує підвищення статусу та збільшення кількості міжнародних угод в своєму «портфелі». Закордонним фірмам співробітництво дозволяє швидко та відносно легко увійти на нові ринки та більше дізнатися про їх специфіку. Крім того, для українських компаній

альянс може бути способом виходу на світові ринки, де вони можуть конкурувати з крупними міжнародними компаніями. Українські компанії в стратегічних альянсах із іноземними компаніями прагнуть набути певні знання, перейняти досвід своїх партнерів, отримати певні технології. Розподіл виробничих, збутових функцій між учасниками альянсу дозволяє їм зосередитись на певному виді діяльності і тим саме підвищити її ефективність. Цілі, для яких українські підприємства формують альянси із іноземними партнерами, достатньо різноманітні, але серед них можна виділити: прагнення вийти на нові ринки та освоєння нових сегментів; можливість конкурувати з крупними міжнародними компаніями; модифікація виробництва та отримання нових технологій; покращення іміджу; диверсифікація діяльності та розширення асортименту; зниження ризику; перейняття досвіду партнера; навчання персоналу тощо.

Ефективному функціонуванню альянсів українських та іноземних компаній сприяє раціональне поєднання сильних сторін партнерів. Зокрема, для українських підприємств інтерес представляють такі переваги західних компаній: наявність вільних фінансових коштів; виробництво продукції за міжнародним стандартам якості; налагоджені зв'язки із закордонними підприємствами; ефективне використання сучасних управлінських інструментів, зокрема маркетингових технологій; досвід реалізації функції соціальної відповідальності бізнесу та інше. Серед переваг вітчизняних підприємств, які можуть бути корисними для функціонування альянсів можна виділити: знання особливостей функціонування українського ринку; зв'язки з українськими підприємствами-постачальниками та покупцями продукції; бажання набути досвід виробництва продукції (надання послуг) світової якості; забезпеченість ресурсами; наявність кваліфікованого персоналу; амбітність українських менеджерів.

Проте, незважаючи на перспективність стратегічних альянсів для українських підприємств та наявність певних переваг партнерів, які можуть бути підвищити ефективність співробітництва, існують певні проблеми при формуванні та функціонуванні альянсів. До них відносяться проблеми економічного характеру, правового, а також пов'язані із відмінностями національних та корпоративних культур. Серед проблем економічного характеру можна виділити, по-перше, відсутність ефективно працюючого фінансового ринку, через що багато компаній віддають перевагу банківським кредитам перед випуском акцій та залученням фінансових та стратегічних партнерів. Цим обумовлено те, що в українській економіці більше кредитного капіталу, ніж акціонерного. Цьому сприяє і те, що для уряду країни залучення іноземного капіталу не є пріоритетним напрямком [4].

По-друге, серйозним негативним чинником розвитку підприємництва в цілому є непрозорість бізнесу, нерівність конкуренції, а також регулювання підприємницької діяльності, втручання центральної та місцевої влади в діяльність підприємств [3].

По-третє, невідповідність практики ведення бізнесу світовим стандартам, зокрема, існує проблема рейдерства та незахищеності інвесторів, що стримує іноземні інвестиції в Україну.

З цими проблемами тісно пов'язані труднощі правового характеру, а саме, нестабільність та непрозорість українського законодавства, корупція та політична нестабільність. Неefективність ринків, низький рівень технологічного розвитку знаходять своє відображення в падінні рейтингу конкурентоспроможності країни. За думкою іноземних аналітиків, в Україні не відбуваються системні реформи, що негативно може зазначатися на обсягах іноземних інвестицій в країну. Водночас дані такого рейтингу більш важливі для урядів різних країн, а не для приватного бізнесу. Щодо проблем міжфірмової взаємодії, до них можна віднести наступні. З одного боку, українські компанії не хочуть пускати «чужих» в свій уставний капітал. З іншого боку, іноземним фінансовим та індустріальним інвесторам не вигідно вкладати або купувати частку менше 50%, через можливі ускладнення, пов'язані із корпоративними правами та правами власності. Великі компанії та міжнародний капітал намагаються приходити на ринок України не втрачаючи власної торгової марки, тому часто вітчизняні компанії залучаються в якості молодшого партнера. Також інвестор може придбати українську марку, але у такому випадку він не зацікавлений в тому, щоб залишити національній компанії частку в спільному підприємстві. Українським компаніям рідко вдається досягти «рівних позицій» із закордонними партнерами по альянсу, особливо, якщо мова йде про транснаціональні корпорації [2].

Досить часто залучення місцевої компанії через її знання ринку не представляється оптимальним рішенням для іноземного підприємства, оскільки транснаціональній компанії дешевше та надійніше замовити дослідження ринку незалежним консультантам та самостійно побудувати мережу. Разом з тим, незважаючи на труднощі та ризики, Україна, за думкою експертів, залишається однією з інвестиційно найпривабливіших країн Східної Європи. За прогнозами експертів, в найближчі роки більшість іноземних інвестицій будуть здійснюватися саме завдяки укладанню партнерств між українськими та західними компаніями, а не через злиття та поглинання. Найбільш привабливими з точки зору формування стратегічних альянсів вважаються банківський та страховий сектори [5]. Поширенню стратегічних альянсів підприємств в Україні сприяє інтенсифікація конкурентної боротьби. Результати кон'юнктурних опитувань,

які здійснювали НТК статистичних досліджень та Держкомстат, показують, що починаючи з 2001 року спостерігалось зростання впливу конкуренції з боку іноземних компаній, однак з 2003 року її інтенсивність поступово почала знижуватись. Наприкінці 2005 року конкурентний тиск з боку іноземних товарів значно посилюється, що пояснюється, ймовірно за все, зниженням митних зборів. При цьому значно зросла конкуренція між українськими підприємствами [3]. Дані опитувань, що здійснили фахівці Інституту економіки та прогнозування, свідчать, що у 2005 році лише 16% відсотків підприємств відчували значну конкуренцію з фірмами близького зарубіжжя та 15 відсотків – далекого зарубіжжя. Набагато більше підприємств зовсім не відчували конкуренції з підприємствами близького та далекого зарубіжжя (відповідно 29 та 50 відсотків) [4].

Сьогодні, на тлі підписання угоди з ЄС щодо відкриття українського ринку для європейських товарів, конкурентний тиск іноземних товарів виростає в рази. Функціонування стратегічних альянсів це, перш за все, взаємодія персоналу підприємств, тому необхідно враховувати відмінності у національних та корпоративних культурах. Світовий досвід підтверджує, що їх особливості значною мірою визначають успішність альянсів. Крім того, в практиці функціонування альянсів в Україні вже є приклади співробітництва підприємств, невдачі яких обумовлені тим, що не враховувалась специфіка корпоративних культур партнерів, а успіх – ефективним поєднанням елементів культури підприємств – учасників альянсу. Статистичне визначення кількості стратегічних альянсів підприємств на теперішній час ускладнено відсутністю в українському законодавстві визначення такої форми об'єднання підприємств. Це є свідченням того, що стратегічні альянси, перш за все, представляють собою специфічні економічні відносини між підприємствами. Такі відносини в організаційному плані набувають різних форм, але не всі вони можуть бути формалізовані. Співробітництво між компаніями може здійснюватись на основі певної угоди без створення нового підприємства, державної реєстрації об'єднання, а отже, не піддається статистичному вимірюванню, особливо це стосується альянсів між підприємствами різних галузей. Формами стратегічних альянсів підприємств, згідно до класифікації організаційно-правових форм підприємств, є спільні підприємства, консорціуми та інші об'єднання, до яких не відносяться асоціації, корпорації, холдинги, концерни. В Україні сьогодні близько 5,5 тис. спільних підприємств, біля 100 консорціумів та близько 2 тис. об'єднань іншої форми. Слід відмітити, що такі дані стосуються альянсів, які формуються підприємствами в межах однієї галузі. Кількість різних організаційних форм спільної діяльності підприємств значно розрізняється за галузям української економіки. Майже 23% від загальної кількості

спільних підприємств припадає на сферу торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку. Значна кількість спільних підприємств функціонує також у переробній промисловості, будівництві – відповідно 17% та 7%. Слід відзначити, що згідно Господарського кодексу України спільними вважаються тільки ті підприємства, одним з засновників якого є іноземна особа [1]. В галузі операцій із нерухомістю представлено 35,3% від загальної кількості консорціумів, що створені за участю українських підприємств та майже 50% інших об'єднань. Згідно статистичним даним щодо кількості спільних підприємств, консорціумів та інших об'єднань у галузях, найчастіше вони зустрічаються у переробній промисловості, сфері операцій з нерухомим майном, будівництві, торгівлі, сфері ремонту автомобілів, побутових виробів, предметів особистого вжитку. Згідно результатам досліджень, що проводились Інститутом економіки та прогнозування НАН України разом з Антимонопольним комітетом, саме ці галузі характеризуються вищим за середній рівнем конкурентної боротьби та рентабельності операційної діяльності в цілому по економіці країни [3]. Щодо стратегічних альянсів, сформованих підприємствами різних галузей, в цілому відзначається збільшення їх кількості між страховими компаніями та банками, банками та торговими підприємствами, а також між підприємствами споріднених галузей, відносини між якими носять характер «постачальник – клієнт».

**Висновки.** Незважаючи на те, що стратегічні альянси з'явилися в Україні відносно недавно, певний досвід їх функціонування існує, вже мали місце як успіхи, так і невдачі у співпраці підприємств. Аналіз практики формування альянсів українськими компаніями та ідентифікація ключових факторів їх ефективного функціонування визначає проблемне поле подальших досліджень.

#### **Список використаних джерел**

1. Єдиний державний реєстр підприємств та організацій України // Офіційний веб – сайт Державного комітету статистики України [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
2. Когда и зачем создавать альянсы // Инвестгазета. – 2003. – 2-8 декабря. – № 48.
3. Конкуренція в Україні // Аналітична доповідь щодо стану, тенденцій і проблем розвитку економічної конкуренції в Україні у 2000 – 2005 роках. – Офіційний веб-сайт Антимонопольного комітету України [www.amc.gov.ua](http://www.amc.gov.ua)
4. Шкляр С., Абрамов Я. Процессы М&А в Украине, проблемы и перспективы: на пути к цивилизации // Слияния и поглощения в Украине. Специальное приложение. – 2007. – № 1-2 (47-48). – с.150 -154.
5. <http://economica.org.ua/2011/strategichni-alyasni-ua/>

## **STRATEGIC ALLIANCES FORMATION AND FUNCTION BACKGROUND**

*This article studies strategic alliances formation and function background of Ukrainian enterprises identified some differences in the reasons for the formation of alliances by domestic enterprises and foreign companies as well as defined for the purposes of forming alliances and problems in their functioning. The main trends in the formation of alliances Ukrainian enterprises are identified. Alliances are formed mostly of national character in order to save costs in different areas - production, marketing, and sales. Through alliances with foreign companies Ukrainian enterprises seek to provide access to new markets, gain technology and improve their own image. Ukrainian enterprises uses local market knowledge to provide foreign companies with lightweight schemes for products, cheap labor, expanding geographic markets, and for itself - the possibility of sales of products under the brand name of the company - a partner and therefore, often, targeting of domestic enterprises as part of a foreign company. Prospects for development and operation of strategic alliances of enterprises in Ukraine are economic, legal, political and social conditions of doing business in the country. The negative impact on the spread of alliances in Ukraine has political instability, lack of transparency legislation, low involvement of financial and strategic investors, the inequality of conditions of competition in the markets and other problems that are characteristic of Ukrainian economy. A significant number of alliances formed companies in Ukraine one industry, many of which are highly profitable, with significant internal level of competition. Less distribution received alliances between companies operating in different sectors of the economy, but the predicted distribution alliances in the insurance and banking sectors.*

*Keywords: strategic alliances, business structure, principles of formation.*

УДК 658:656.71

О.М. Петровський

## **АЕРОПОРТ ЯК ЦЕНТР ЕКСПОРТНИХ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЕКОНОМІЧНОГО КЛАСТЕРУ**

*У статті висвітлено умови створення сучасних економічних кластерів та підвищення ролі регіональних муніципальних утворень. Обґрунтовано створення авіаційного ядра кластеру на базі регіонального аеропорту для забезпечення експорту продукції підприємств кластеру.*

*Ключові слова: експортні авіаперевезення, аеропорт, економічний кластер, авіаційне ядро кластеру.*

*В статье освещены условия создания современных экономических кластеров и роли региональных муниципальных образований. Обосновано создание авиационного ядра кластера на базе регионального аэропорта для обеспечения экспорта продукции предприятий кластера.*

*Ключевые слова: экспортные авиaperевозки, аэропорт, экономический кластер, авиационное ядро кластера.*

**Постановка проблеми.** Авіаційний транспорт – це важлива складова транспортної системи України. В системі авіаперевезень

аеропорти займають ключове місце, адже сучасний аеропорт – це велика інфраструктура, що контролює не тільки технічний бік польотів, а й включає у себе підрозділи забезпечення комфорту і безпеки перевезень. Від стану розвитку аеропортів напряду залежить ставлення пасажирів та авіакомпаній і, як наслідок, економічна стабільність аеропорту і регіону, у якому він знаходиться. У 2013 році комерційні рейси вітчизняних та іноземних авіакомпаній обслуговували 26 українських аеропортів. Слід відмітити, що при цьому 98% загальних пасажиропотоків та 92% поштовантажопотоків припадає на 8 основних аеропортів: Бориспіль, Дніпропетровськ, Донецьк, Київ (Жуляни), Львів, Одеса, Сімферополь та Харків [5]. Аеропорти спроможні відправляти 60 млн. пасажирів на рік, але нині вони використовуються лише на 2-4 відсотки. Сучасний стан вітчизняних аеропортів не повною мірою відповідає міжнародним технологічним вимогам та сервісу, а деякі з регіональних аеропортів знаходяться на межі закриття.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій та невирішена раніше частина загальної проблеми.** Аналіз літературних джерел показав, що велика увага приділяється безпеці в аеропорту, проектуванню, організації та управлінню авіаційною діяльністю. Питання функціонування аеропортів висвітлені в працях різних вчених, зокрема, Бугайко Д.О. [8], Косарева О.Й. [2], Костроміна О.В. [3], Кулаєва Ю.Ф. [4], Кулика В.А., Троценко А.М. Сьогодні багато регіональних аеропортів потребують уваги у зв'язку зі своїм складним становищем через недостатнє фінансування, відсутність дозволу на виконання міжнародних авіарейсів.

**Мета статті.** Визначити шляхи розвитку аеропорту в умовах нової кластеризованої економіки з метою підвищення його конкурентоспроможності.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасний стан розвитку суспільства часто називають постіндустріальним, інформаційним, посткапіталістичним, основною рисою якого є глобалізація, яка порушила економічну автономію держав, внесла зміни до інформаційно-технологічного середовища, до процесу виробництва, сприяла соціальним змінам і, як наслідок, організаційним трансформаціям. В сучасній економічній системі успіху досягають організації які здатні адаптуватися до мінливої глобальної економіки: бути достатньо гнучкими, щоб змінюватися також достатньо швидко, як під дією культурних, технологічних і інституціональних змін змінюються їх цілі: вводити інновації, які є ключовим засобом конкурентної боротьби. В таких умовах спостерігається відродження і перегляд основ промислової політики, яка стала суттєво відрізнятися від домінувавших раніше моделей централізованого управління. Новий підхід характеризується посиленням



ролі місцевих організацій у формуванні стратегії територіального розвитку, суттєвою орієнтацією на якість локальних конкурентних переваг і увагою до регіональних виробничих систем. Основною метою цього нового виду промислової політики є забезпечення конкурентоздатності регіональної економіки. Однією з можливих форм комплексоутворювання, а також механізмом реалізації нової промислової і науково-технічної політики є створення економічних кластерів. Функціонування кластерів як форми інтеграції регіонального виробництва створює умови для економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності промисловості.

Кластери виступають у якості засобу підвищення конкурентоспроможності економіки регіону, переходу до виробничих процесів з більшою додатковою вартістю, сприяють встановленню конструктивних взаємовідносин між підприємствами, дослідницькими, освітніми, фінансовими установами і органами влади. Економічна кластеризація допомагає вирішити комплексну проблему забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної економіки на світовому ринку шляхом розширення експорту товарів і послуг, й відповідним притоком капіталу зовні. Для цього на кластерному рівні створюються необхідні умови ведення ефективного бізнесу, відбувається формування професійно-орієнтованих і географічно інтегрованих економічних кластерів, здатних на рівні міжнародних вимог виконувати експортно-імпортні операції з мінімально доцільними витратами. Переваги і новизна кластерного підходу полягають в тому, що він надає високу значимість мікроекономічній складовій, а також територіальному і соціальному аспектам економічного розвитку. Крім того, він пропонує ефективні інструменти для стимулювання регіонального розвитку, який проявляється у збільшенні зайнятості, підвищенні конкурентоспроможності регіональних виробничих систем, зростанні бюджетних доходів та інше.

Поняття кластеру було введено М. Портером [6] і означало географічно сконцентровані компанії, постачальників послуг, фірми в подібних галузях промисловості, дочірні установи (наприклад, інститути, творчі асоціації) у певній сфері, які і конкурують, і співпрацюють між собою, створюючи єдиний процес взаємодії. До поняття економічного кластеру М. Портер прийшов з аналізу конкурентоспроможності окремих галузей економіки тієї чи іншої країни на світовому ринку. Поступово кластерний підхід до аналізу економічних явищ розвивається і розширює свої межі. З'являються нові, більш точні визначення економічного кластеру. Поняття економічного кластеру тепер використовується не лише на рівні економіки держави в цілому, воно знайшло себе і на

регіональному рівні окремих муніципальних утворень [7]. Приділяється значна увага регіональним освітнім кластерам, інноваційним кластерам [1]. Однією із основних ознак, притаманних економічному кластеру, є географічна близькість окремих компонентів кластеру, що пов'язано з відстанню на якій відбуваються виробничі, торгові, інформаційні і інші операції. В силу цього економічний кластер розглядають в межах деякого регіону, тобто географічного або адміністративного району держави. Для багатьох підприємств питання становлення на ринку нерозривно пов'язано з питанням конкурентоспроможності продукції цих підприємств. Продукція підприємств прогресивна з позицій наукоємності, якості, екологічної чистоти буде затребувана споживачами і конкурентоздатна на міжнародних ринках. Зважаючи на необхідність швидкісної доставки продукції на експортні ринки, виникає необхідність у авіаційних перевезень. Підприємства економічного кластеру зацікавлені у створенні і перспективах розвитку аеропорту як центру експортних авіаперевезень, важливим складовим елементом економічного кластеру.

В свою чергу, перед аеропортами теж стоїть задача вибору унікальної позиції для гарантування стійких переваг у перспективі. В умовах глобалізації та міжнародного співробітництва доцільним є перетворення аеропортів у центри, які б виступали у якості бази концентрації продукції, що випускається у межах окремого регіону. У такому співробітництві будуть зацікавлені підприємства окремого регіону які будуть звозити свої промислові та продовольчі товари у аеропорт з метою подальшої її відправки. Аеропорти виступають не лише ланцюгом поєднання між окремими країнами у напрямку переміщення продукції, але можуть брати на себе функції вантажорозподільних, промислових, комерційних центрів, центрів інформаційного забезпечення у системі виробництва та розподілу товарів. Такі функції аеропорту можуть бути реалізовані у межах економічного кластеру, створення якого є результатом об'єднання зусиль підприємств, продукція яких потребує доставки для реалізації в різних частинах світового ринку. Центром експортних перевезень такого економічного кластеру стає аеропорт. Географічне розміщення цих підприємств визначає зону тяжіння до такого центру експортних авіаперевезень продукції, яким є аеропорт, що буде мати всі можливості виконання авіаційних експортно-імпортних послуг на сучасному міжнародному рівні і з мінімальними витратами.

**Висновки.** Цільова переорієнтація аеропортів у центри експортних авіаперевезень продукції підприємств економічного кластеру є засобом для відродження локальних аеропортів і української авіаційної галузі загалом, реалізації транзитного потенціалу і інтеграції країни до Європейського Союзу. Кардинальна перебудова бізнес-діяльності

аеропорту зробить його більш придатним для розвитку бізнесу, цікавим для міжнародного середовища і пов'язаним з необхідністю і можливістю використання авіаційних перевезень.

#### **Список використаних джерел**

1. Zaxarchenko V.I. Klasternyj pidxid do pidvyshhennya konkurentospromozhnosti rehioniv Ukrainy / V.I. Zaxarchenko, S.V. Zaxarchenko // Ukrainy"kyj heohrafichnyj zhurnal, 2011. – № 2. – S. 28–33.
2. Kosarev A.Y. Adaptacyya avyakompanyj k processam hlobalyzacyu, lyberalizacyu y kommercyalizacyu vozдушного transporta. Rynok posluh kompleksnyx transportnyx system ta prykladni problemy lohistyky / A.Y. Kosarev // Zbirnyk lopovidej 4 Mizhnarodnoyi naukoivo-praktychnoyi konferenciyi. – K., 2002. – S. 24–40.
3. Kostromyna E.V. Avyatranspornyj marketynh / E. V. Kostromyna // NOU Vysshaya kommercheskaya shkola «Avyabyznes». – M.: NOU VKSh «Avyabyznes», 2003. – 384 s.
4. Kulaev Yu. F. Экономыка hrazhdanskoj avyacyu Украыны: monohrafiyya / Yu. F. Kulaev. – K: Yzdatel"stvo «Fenyks», 2004. – 667 s.
5. Pidsumky diyal"nosti aviacijnoyi haluzi Ukrainy za 2012 rik [Elektronnyj resurs] / – Rezhym dostupu: [www.avia.gov.ua/uploads/documents/8704.pdf](http://www.avia.gov.ua/uploads/documents/8704.pdf).
6. Porter Majkl. Mezhdunarodnaya konkurenciya. Konkurentnye preymushhestva stran: per. s anhl. / pod red. V.D. Shhetynana – M.: MO, 1993. – 896 s.
7. Syrazetdynov R.T. Unyversal"naya strukturnaya model" tyпового ekonomycheskoho klastera / R. T. Syrazetdynov, A. A. Brazhkyna // Upravlenye bol"shmy systemamy: sbornyk trudov, 2010. – № 29. – S. 152–166.
8. Buhajko D. O. Tendenciyi rozvytku rynku aviacijnyx perevezen" Ukrainy / D.O. Buhajko, O. L. Rybalko // Ekonomika, pidpryyemnyctvo ta menedzhment – Zhurnal naukovyx prac": Vypusk 9. – K.: NAU, 2007. – S.80–85.

O.Petrovskiy

#### **THE AIRPORT AS A CENTER FOR AIR TRANSPORTATION OF EXPORT GOODS OF ENTERPRISES ECONOMIC CLUSTER**

*Air transport - is an important component of the transportation system of Ukraine. In the system of air traffic airports occupy a key position, because modern airport - a great infrastructure that controls not only the technical side of operations, but also includes units providing comfort and safety of transportation. The state of development of airports depends attitude passengers and airlines and, as a consequence, the economic stability of the airport and the region in which it is located. The article highlights the current economic conditions create clusters and the role of regional municipalities. Grounded create air core cluster based on the regional airport for export enterprises cluster. You must define paths in the new airport klasteryzovanoyi economy in order to increase the competitiveness of domestic airports. Target reorientation airports in centers of export products of the airline economic cluster is a means to revive the local Ukrainian airports and the aviation industry in general, the realization of transit potential. Radically restructuring business activities airport will make it more suitable for business, entertaining for international protection and due to the necessity and possibility of using air transport .*

*Keywords: export air freight, airport, economic cluster jet core cluster.*

УДК 657.63

О.Ю. Жам, А.В. Залєвська

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В УКРАЇНІ**

*В статті розглянуто проблеми розвитку ринку цінних паперів в Україні. А також запропоновано удосконалення організації обліку й аудиту цінних паперів шляхом створення заходів для здійснення операцій з цінними паперами та розроблення чіткої методології аудиту цих операцій.*

*Ключові слова: діяльність з цінними паперами, ведення аудиту цінних паперів.*

*В статье рассмотрены проблемы развития рынка ценных бумаг в Украине. А также предложено совершенствования организации учета и аудита ценных бумаг путем создания мер для осуществления операций с ценными бумагами и разработка четкой методологии аудита этих операций.*

*Ключевые слова: деятельность с ценными бумагами, ведения аудита ценных бумаг.*

**Постановка проблеми.** Дослідження даної теми обумовлене новизною існування широкого кола питань, які потребують вирішення та вдосконалення, і здійснюється з метою розробки пропозицій щодо вирішення проблем організації ефективного функціонування ринку цінних паперів, порядку їх обліку й аудиту. Розвиток ринкових відносин в Україні вимагає вдосконалення методологічних засад функціонування системи бухгалтерського обліку. Це стосується формування та запровадження введення в бухгалтерський облік новітніх інструментів щодо управління підприємством. Результативність облікового процесу залежить від чіткості постановки оперативних, тактичних і стратегічних управлінських завдань, а отримана інформація позитивно впливає на обґрунтування напрямів і варіантів їх розв'язання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Великого значення у розкритті проблематики ринку цінних паперів, організації їх обліку й аудиту мають фундаментальні дослідження, узагальнені в працях Ф. Ф. Бутинеця, Л. М. Кіндрацької, М. С. Пушкаря, О. М. Сохацької, Н. М. Ткаченко та ін.

**Невирішена раніше частина проблеми.** Перехід до ринкових відносин в Україні тісно пов'язаний із процесом реформування власності, супроводженням структурною перебудовою економіки, механізму сучасного підприємства, формуванням інфраструктури фінансового ринку. Ці зрушення мали вплинути на становлення такого ринку цінних паперів у державі, який би сприяв оптимальному розподілу інвестицій у різних галузях економіки та покращував добробут громадян. На жаль, наша країна зіткнулася з багатьма перешкодами на шляху ефективного

розвитку цього ринку. До них відносяться: недосконала законодавча база; відсутність цілісної державної політики щодо стимулювання обігу цінних паперів; відсутність системи податкового стимулювання для здійснення операцій із цими паперами; недосконалість конкурентних ринків цінних паперів і відсутність ефективного механізму визначення їх ринкової вартості, низький рівень знань населення і суб'єктів господарювання про можливість здійснення операцій із цінними паперами та їхня психологічна невідповідність до цього. Крім цього, недостатньо розвинений процес обліку цінних паперів, оскільки національні стандарти бухгалтерського обліку, розроблені на основі міжнародних, містять певні недоліки та потребують удосконалення, так само як і інструкції щодо порядку обліку цінних паперів, розроблені для комерційних банків Національним банком України (НБУ). Проблематичним є проведення аудиту таких паперів, оскільки відсутня чітка методика їх перевірки. Слід також відзначити недостатню ліквідність ринку цінних паперів в Україні, порушення прав їх власників (закритість доступу до інформації про діяльність емітентів, несвоєчасна виплата і невиплата дивідендів за акціями: процентів за облігаціями тощо) та інформаційну непрозорість.

**Мета статті і виклад основного матеріалу.** Отже, метою статті є удосконалення організації обліку й аудиту цінних паперів шляхом створення заходів щодо здійснення операцій з цінними паперами та розроблення чіткої методології аудиту цих операцій. Використання сукупності ефективних способів ведення обліку, нових облікових інструментів забезпечує активність контролю за рівнем ризикованості діяльності, її прибутковістю та рентабельністю[4]. Слід підкреслити, що термін "цінний папір" - це грошовий документ, що засвідчує право володіння або відносини позики і визначає стосунки між особою, що випустила цей документ, і його власником. Розглядаючи сучасну інституціональну структуру ринків цінних паперів, виділяють 4 категорії учасників операцій: емітенти, інвестори, саморегульовані організації та професійні учасники фондового ринку[6]. Наведемо визначення цих учасників: емітент - юридична особа, міські ради, а також держава в особі уповноважених нею органів державної влади, яка від свого імені розміщує емісійні цінні папери та бере на себе зобов'язання щодо них перед їх власниками. Інвестори в цінні папери - фізичні та юридичні особи, резиденти і нерезиденти, які набули права власності на цінні папери з метою отримання доходу від вкладених коштів та/або набуття відповідних прав, що надаються власнику цінних паперів відповідно до законодавства. Саморегульована організація професійних учасників фондового ринку неприбуткове об'єднання учасників фондового ринку, що провадять професійну діяльність на фондовому ринку з торгівлі

цінними паперами, управління активами інституційних інвесторів, депозитарну діяльність, утворене відповідно до критеріїв та вимог, установлених Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку. Професійні учасники фондового ринку - юридичні особи, які на підставі ліцензії, виданої Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку, провадять на фондовому ринку професійну діяльність, види якої визначені законами України [6]. Інформаційною підставою для аудиту акцій, облігацій, позик (внутрішніх і місцевих), казначейських зобов'язань і сертифікатів є бухгалтерський фінансовий облік, фінансова звітність про обіг цінних паперів. На нашу думку, ведення аудиту цінних паперів на сьогоднішній день проходить у простій і довільній формі, тобто: аудитор повинен визначити, чи правильно складено звіт за дивідендами, акціями і придбаними партіями цінних паперів у декілька прийомів за різними цінами, дивідендами, що підлягають сплаті за тимчасовими сертифікатами на володіння акціями; аудитор повинен з'ясувати, чи декларації за дивідендами не перевищують суми нерозподіленого прибутку для виплати дивідендів і чи сума нерозподіленого прибутку правильно вирахована відповідно до прийнятих обмежень.

Таким чином, аудит має бути направлений на перевірку дотримання порядку випуску та розповсюдження акцій, правильності нарахування дивідендів, процентів їхнім власникам. Щоб уникнути фальсифікації акцій, аудитор стежить за наявністю у них обов'язкових реквізитів (найменування акціонерного товариства та його місцезнаходження, найменування цінного папера, його порядковий номер, дата випуску, вид акцій, номінальна вартість, ім'я власника (для іменної власності), розмір статутного капіталу акціонерного товариства на день випуску акцій, кількість акцій, строк виплати дивідендів та підпис голови правління товариства, печатка). Аудитор застосовує різні документально-розрахункові прийоми перевірки порядку випуску акцій, облігацій, затрат на їх випуск і доходів, розподілу останніх відповідно до умов випуску цінних паперів. Під час аудиту ощадних сертифікатів слід також перевірити наявність таких реквізитів: найменування - "ощадний сертифікат", назва банку, що їх випускає; порядковий номер; дата випуску; сума депозиту; строк вилучення вкладу; найменування або ім'я власника сертифіката; підпис керівника банку; печатка банку [5]. На думку авторів, слід також приділити увагу проекту CIPA (Certified International Professional Accountant: Сертифікований Міжнародний Професійний Бухгалтер) - єдина російськомовна програма міжнародної сертифікації професійних бухгалтерів, яка послугувала становленню бухгалтерського обліку в Україні. Перехід на МСФЗ (міжнародні стандарти фінансової

звітності) - це складний процес, що включає декілька етапів (наприклад, повний перегляд облікової політики підприємства/банку, аналіз всіх господарських операцій, широке застосування професійної думки для віддзеркалення подій в звітності, складання трансформаційних таблиць, переоцінка фінансових інструментів, розробка коректувань, нова система обробки первинних документів, і т.д.) Програма СІРА відповідає Міжнародним рекомендаціям за освітою (IEG) Міжнародної федерації бухгалтерів (IFAC). Програма СІРА використовує Типовий учбовий план, розроблений Міжурядовою експертною робочою групою за стандартами бухгалтерського обліку і звітності при Конференції ООН з торгівлі і розвитку (UNCTAD/ISAR). Згідно цим рекомендаціям програма СІРА включає вісім дисциплін, знання яких потребується сьогодні в світі від професійного бухгалтера. На сьогодні в Україні налічується близько 3 тисяч фахівців сертифікованих за програмою СІРА. Також, для ефективного розвитку цінних паперів в Україні потрібно створити ліквідний, надійний, прозорий та ефективно діючий ринок цінних паперів, який зможе забезпечити реалізацію національних інтересів держави і сприятиме зміцненню її економічного суверенітету [3]. Також не погано було сформулювати в нашій державі ефективну систему захисту прав і законних інтересів інвесторів, котрі бажають придбати цінні папери українських емітентів і тим самим сприяти поступленню інвестицій у реальний сектор економіки; створити систему фінансових інститутів та інструментів для залучення вітчизняних та іноземних інвестиційних ресурсів; побудувати надійну і сучасну систему виконання угод із цінними паперами й обліку прав власності на цінні папери; сприяти концентрації і централізації торгівлі корпоративними цінними паперами українських емітентів на організованому ринку за умов конкуренції та інновацій; запровадити ефективну систему організованої торгівлі, яка повинна визначати ринкову вартість цінних паперів українських емітентів: перешкоджати переміщенню торгівлі й обліку прав власності на цінні папери українських емітентів на фондові ринки інших країн; узгоджувати політику держави на фондовому ринку з грошово-кредитною, валютною і бюджетно-податковою політикою з метою його розвитку: надавати ширші можливості комерційним банкам здійснювати торгівлю цінними паперами на первинному та вторинному ринках. Основною проблемою діяльності з цінними паперами як акціонерних товариств, так і акціонерних комерційних банків в Україні є відсутність розробленої системи податкового стимулювання для здійснення операцій з такими паперами [1].

Для вирішення цієї проблеми доцільно застосувати певні заходи: розробити чітку систему об'єкту оподаткування для окремих операцій з

цінним паперами з врахуванням особливостей їх виконання на різних стадіях: наприклад, емісія акцій, їх розміщення, викуп тощо; створити систему стимулювання акціонерів-інвесторів банківських установ на реінвестування доходів, отриманих або нарахованих за цінними паперами, тобто збільшувати статутний капітал банку не за рахунок нової емісії, а за рахунок виплати акціонерам дивідендів акціями. Це призведе до зменшення витрат банків на емісію та зміцнить їх фінансову стійкість, сприятиме розширенню діяльності. (Однак банкам із нестійким фінансовим становищем зловживати цією системою не варто): скасувати оподаткування дивідендів, що виплачуються за акціями; відмовитися від стягнення податку приросту номінальної вартості акцій, яка відбулася в результаті збільшення статутного капіталу банку на суму капіталізації прибутку, що зміцнить фінансову стійкість банку.

Крім вищезазначених, можна назвати ще кілька проблем, пов'язаних із порушеннями прав акціонерів щодо порядку проведення загальних зборів акціонерів, строків виплати дивідендів і несвоєчасного та неповного розкриття інформації про діяльність емітентів, а також із недостатнім інформуванням громадськості та поданням застарілої інформації про роботу банків.

**Висновок.** З метою покращення діяльності банківських установ на ринку цінних паперів, ліквідації порушень прав акціонерів і відновлення інформаційної прозорості пропонуємо застосувати рекламу, щоб залучати суб'єктів господарювання для здійснення операцій з цінними паперами, проводити семінари для них, періодично випускати довідкові видання (з інформацією про проведену роботу, показники, фінансові результати, основні проблеми здійснення банківської діяльності і шляхи їх вирішення, перспективи розвитку банку) й активно поширювати їх серед населення, розмішувати необхідні матеріали на офіційних сайтах банків і в пресі, переглядати дивідендну політику та вносити відповідні корективи. Слід також зазначити, що вітчизняні закони та розроблені НБУ інструкції, правила та положення, які стосуються порядку обігу й обліку цінних паперів, недосконалі. Про це свідчить, наприклад, те, що до Закону України "Про цінні папери та фондову біржу" вже багато разів вносилися зміни, але так і не було розкрито питання визначення та характеристики похідних фінансових інструментів (ф'ючерсів, опціонів, свопів тощо), що вплинуло на створення нового Закону України „Про цінні папери та фондовий ринок”. Водночас, нормативно-інструктивні документи НБУ змінюються та втрачають чинність дуже швидко, внаслідок чого банківським установам важко прослідкувати ці зміни та пристосуватися до їх виконання. Внаслідок таких нововведень і змін, інколи необумовлених, значно збільшуються витрати банків (на зміну первинної



документації, навчання персоналу, виготовлення нових бланків документів та ін.), що, відповідно, тягне за собою зменшення їх прибутків.

Вивчаючи законодавчу базу функціонування банківських установ, ми виявили, що нині немає законодавчо закріпленої методики аудиту їх цінних паперів. У зв'язку з цим, на нашу думку, необхідно розробити спеціальну інструкцію стосовно методології організації аудиту цінних паперів банку, в якій мають бути чітко визначені об'єкт, завдання, джерела інформації аудиту цінних паперів та описані етапи здійснення перевірки кожного їх виду. Ці питання будуть висвітлені в наших майбутніх дослідженнях.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кисельова О. Проблемні питання оподаткування операцій з цінними паперами // Бухгалтерський облік і аудит. - 2010. - №7. - С. 45-49.
2. Кіндрацька Л. М. Бухгалтерський облік у банках України. - К.: КНЕУ. 2011. - 636 с.
3. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах України. - К.: А.С.К., 2012. - 784 с.
4. Кіндрацька Л. М. Система бухгалтерського обліку в комерційних банках методологія та практика. Автореферат. Київ 2009.
5. Закон України „ Про цінні папери та фондовий ринок” від 23 лютого 2012 р. №3480-IV

O. I. Zham, A.V. Zalievska

### **IMPROVEMENT OF ACCOUNTING AND AUDIT OF SECURITIES IN UKRAINE**

The problems of market of securities development are considered in Ukraine. And also the improvement of organization of account and audit of securities is offered by creation of measures for realization of operations with securities and development of clear methodology of audit of this operations. The study of this topic is due to the novelty of the existence of a wide range of issues to be addressed and improved, and implemented with a view to developing proposals and solutions to the problems of efficient functioning of the securities market, the order of their accounting and auditing.

The development of market relations in Ukraine requires improving the methodological rules for the accounting system. This includes development and implementation of advanced accounting tools , adequate management needs .In order to improve the activities of banks in the securities market , the elimination of violations of the rights of shareholders and recovery information transparency propose to use advertising to attract businesses to transactions in securities , to conduct workshops for them periodically to produce computer science ( information about ongoing work performance , financial results, the main problems of banking activities and their solutions , the outlook for the bank) and actively distribute them to people , post the necessary materials on the official websites of banks and in print , view dividend policy and make appropriate adjustments.

Keywords: activities in securities, conducting audits of securities.

УДК 338.53:658.8(100):656.71(045)

Кіонський О.М.

## **АНАЛІЗ ЦІНОВИХ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМ МАРКЕТИНГОМ АЕРОПОРТІВ**

*У статті удосконалено понятійного апарату системи маркетингового ціноутворення аеропортів шляхом введення поняття маркетингове управління ціноутворенням в аеропортах та маркетингове управління ціноутворенням в сфері транспортних послуг. Запропоновано напрями удосконалення методології моделювання механізму управління маркетинговим ціноутворенням міжнародних аеропортів з урахуванням особливостей сфери діяльності на міжнародному рівні.*

*Ключові слова: аеропорт, міжнародний маркетинг, міжнародний маркетинг аеропортів.*

*В статье усовершенствован понятийный аппарат системы маркетингового ценообразования аэропортов путем введения понятия маркетинговое управление ценообразованием в аэропортах и маркетинговое управление ценообразованием в сфере транспортных услуг. Предложены направления совершенствования методологии моделирования механизма управления маркетинговым ценообразованием международных аэропортов с учетом особенностей сферы деятельности на международном уровне.*

*Ключевые слова: аэропорт, международный маркетинг, международный маркетинг аэропортов.*

**Постановка проблеми.** Сучасна концепція міжнародного маркетингу (яка реалізується через глобальний маркетинг) розглядається, як цілеспрямована комплексна діяльність суб'єкта міжнародної діяльності, яка направлено на максимізацію прибутковості підприємства (суб'єкта міжнародного підприємництва) та складається з взаємопов'язаних систем, до яких відносяться кон'юнктурно-економічні дослідження, науково-технічні досягнення по розробці та удосконаленню товару, удосконалення системи менеджменту, управління конкурентоспроможністю підприємства (однієї з головних складових чого є управління конкурентоспроможністю товару та рівнем обслуговування), управління ціновою політикою, організація оптимальної системи збуту та його стимулювання в конкурентних умовах. При цьому необхідно зазначити, що різноманіття прояву конкуренції вимагає з боку суб'єкта бізнес-діяльності використовувати різні методи конкурентної політики.

Таким чином, виходячи з особливостей конкурентної ситуації на ринку в маркетинговій діяльності використовуються, як цінові (які являють собою систему маркетингових прийомів та підходів цінового управління на ринку), так і нецінові методи (які являють собою ширший спектр різних прийомів активної діяльності на ринку у вигляді розширення асортименту і поліпшення якості товару, організації реклами, визначення місця і умов продажу, забезпечення сервісу та ін.). Вибір методу залежить

від стану ринку, особливостей сфери діяльності, специфіки товару, поведінки споживачів, політики конкурентів, конкурентоспроможності виробу і т.д. Складність проблеми прогнозування стратегії формування цін в сучасних умовах розвитку світогосподарської системи в цілому і особливо країн з трансформаційною економікою зокрема (у тому числі і України) полягає в тому, що нині процес становлення ринкових стосунків в цій групі країн ускладнився кризовими умовами економічного розвитку (що посилило нестабільність і невизначеність ведення бізнес-діяльності). Але не дивлячись ні на що кожен підприємець, кожен суб'єкт бізнес-процесів (особливо міжнародного рівня) повинні знати і враховувати закони ринку у своїй політиці, найважливішим складником якої є політика ціноутворення.

В сучасних умовах розвитку світогосподарської економіки взагалі та окремих країн зокрема під впливом кризових явищ багато підприємств незалежно від сфери діяльності при участі в міжнародному бізнесі та в національному підприємстві орієнтуються не на довгострокову перспективу, а на моментальний результат, для чого прагнуть максимізувати поточний прибуток. Але навіть в кризових умовах розвитку існують підприємці, яких цікавить ефективне функціонування та надійні ринкові позиції у майбутньому, тому вони прагнуть бути лідерами за часткою ринка (це у перспективі надає можливість при найнижчих витратах забезпечити довготривалий прибуток). У першому випадку виробники забезпечують встановлення максимально високого рівня ціни при забезпеченні низького ступеня задоволення споживачів та ринку, а в другому – вони йдуть на максимально можливе зниження ціни. При виборі цінової стратегії будь-який виробник повинен пам'ятати, що будь-який рівень ціни у тому або іншому ступені безпосередньо впливає на рівень попиту на його продукцію на цільовому ринку (структура та характер якого знаходиться під дією економічних, психологічних та соціальних чинників). Таким чином, при призначенні будь-якого рівня ціни на свою продукцію кожний постачальник незалежно від сфери діяльності та галузі повинен враховувати позицію споживача в процесі прийняття рішення (яке приймається в результаті перетворення потреби у реальний попит). Отже, маркетингова цінова політика повинна враховувати не тільки інтереси виробника, а і позицію споживача, яка будується на його відношенні до товару, чікаемого результату та рівня доходу, виділеного ним на споживання.

**Аналіз останніх наукових досліджень.** В розвитку політики ціноутворення приймали участь багато вітчизняних та закордонних вчених, до числа яких входять Панков В.А., Норіцина Н., Є. Уткін,

Алкличев А., А. Афонін, Бороздін Ю. В., Городецький А., Дерябін А., Салімжанов І., Дьяченко В., Каліта Н., Коган А., Козлова К. Б., Єнгов Р.М., Макконнелл К. Р., Брю С., Маркс К., А. Маршалл, Попов В., Пунін Є., Робинсон Д., Самуельсон П., Н. Т. Глушкова, Р. М. Гумерова, А. Н. Комина М., Хикс Дж., Чубаков Г., Иванова Р., Липсиц І., Лунин Е., Норіцина Н. та ін.

**Метою статті** є удосконалення понятійного апарату системи маркетингового ціноутворення аеропортів (шляхом введення поняття маркетингове управління ціноутворенням в аеропортах та маркетингове управління ціноутворенням в сфері транспортних послуг) та моделювання механізму управління маркетинговим ціноутворенням міжнародних аеропортів.

**Результати дослідження.** На особливості формування цінової стратегії підприємства впливає специфіка його діяльності. У сфері надання авіапослуг процес ціноутворення ще більш ускладнюється, тому що повне задоволення такого роду потреб споживача уявляє собою специфічний комплекс, який складається з здійснення авіаційної та неавіаційної діяльності (як це було встановлено у попередніх розділах), виходячи з чого кінцева ціна споживання послуги повинна складатися з двох головних складових: авіаційний тариф (ціна авіакомпанії, яка враховує аеропортовий збір); вартість послуг неавіаційної діяльності.

Таким чином, при формуванні маркетингової стратегії аеропорту цінова політика направлено на управління рівнем авіаційного тарифу та вартістю послуг неавіаційної діяльності. Сьогодні відсутній міцна теоретична база, що формує основу сучасної науки управління цінами в сфері послуг (особливо в сфері транспортних послуг), у тому числі і чітке визначення поняття "маркетингове управління ціноутворенням в аеропортах". В зв'язку з цим, необхідно перш за все сформулювати уточнене власне визначення. удосконалено визначення маркетингове управління ціноутворенням в сфері транспортних послуг, під яким необхідно розуміти систему впливу на процес підвищення рівня конкурентоспроможності транспортних послуг шляхом управління ціновими інструментами, а також входи і виходи цих процесів за допомогою динамічної маркетингової інформаційної системи діагностики, що забезпечує превентивне і оперативне виявлення потенційних областей оптимізації і зниження виробничих витрат і ухвалення ефективних управлінських рішень.

Однак в рамках проведеного дослідження уточнення цього визначення недостатньо, тому що кінцева ціна на авіаперевезення (як це було проаналізовано вище) формується з двох частин: ціни авіакомпанії та аеропортового збору. Тому на поточному етапі дослідження існує

потреба у формуванні поняття «маркетингове управління ціноутворенням в аеропортах». Таким чином, маркетингове управління ціноутворенням в аеропортах - це система дії на складові елементи виробничих процесів і процесів обслуговування пасажирів повітряних судів, яка формується на основі динамічної інформаційної системи діагностики витрат, що забезпечує стратегічне і оперативне виявлення потенційних областей їх оптимізації і ухвалення ефективних управлінських рішень в цілях підвищення конкурентоспроможності послуг окремо та аеропорту в цілому. Це визначення дозволяє виділити ряд необхідних умов формування механізму управління ціноутворенням в аеропортах на основі використання маркетингових принципів : забезпечення принципу системності; забезпечення інформаційної бази, яка відрізняється релевантністю та оптимальною структурованістю для зниження ризику рішення конкретних управлінських завдань; облік взаємозв'язків процесів надання транспортних послуг і обслуговування; спрямованість на підвищення конкурентоспроможності аеропорту на цільовому ринку.

Виходячи з цього визначення процес управління ціноутворенням в аеропортах, яке базується на принципах міжнародного маркетингу повинен бути заснований на обґрунтуванні розвитку взаємозв'язку управління ціновою політикою із стратегічним та оперативним менеджментом, інвестиційно-інноваційною діяльністю і, переважно, міжнародним маркетингом. При цьому маркетингове управління цінами повинно розглядатися в якості політики пошуку оптимального балансу між управлінням поточним станом і майбутнім розвитком аеропорту шляхом забезпечення збалансування авіаційної та неавіаційної діяльності

Запропонована модель встановлення місця управління ціновою політикою аеропортів на міжнародному рівні в системі взаємозв'язку міжнародного маркетингу із стратегічним менеджментом оснований на принципі необхідності балансування стабільності функціонування будь-якого підприємства (орієнтованого на довгострокову перспективу) і інноваційним та стратегічним менеджментом, орієнтованим на управління змінами. Виходячи з цього, успіх діяльності будь-якого сучасного підприємства в сфері послуг (в тому числі аеропортів) напряду пов'язаний з тим, наскільки підприємство може забезпечити наявність цього балансу, і можливість управляти ним.

При подальшому моделюванні процесу управління політикою цінового управління в межах міжнародного маркетингу аеропортів необхідно використовувати системний та ситуативний підходи стратегічного менеджменту з метою забезпечення комплексності прийняття управлінського рішення та максимального врахування впливу внутрішніх та зовнішніх чинників середовища міжнародного маркетингу

на поточні та стратегічні цілі аеропорту. При такої позиції в дослідженні, яке проводиться в дисертаційній роботі, з'являється можливість розширити погляд на процес маркетингового управління ціноутворенням в аеропортах на міжнародному рівні шляхом зміни орієнтації з співвідношення "план-факт" на "оперативність - тактика - стратегія", що відкриває нові перспективи в цій області дослідження. Управління процесом ціноутворенням аеропортів в межах програми міжнародного маркетингу необхідно розглядати системно, ситуативно та комплексно, що вимагає забезпечення органічності та взаємозалежності його функціонування в загальному організаційно-економічному середовищі аеропорту, як суб'єкту міжнародної діяльності, а в деякій мірі і бути результируючим синтезом взаємодії об'єктів цього середовища. На цьому етапі дослідження з'явилася можливість побудувати удосконалену модель функціонування системи маркетингового управління ціновою політикою аеропортів на міжнародному рівні шляхом використання базової економічної моделі "вхід-вихід" (але звичайна модель відображає сутність виробничого процесу у сфері виробництва товарів і не адаптована до сфери послуг). З позиції маркетингового цінового управління в сфері послуг, модель "вхід-вихід" управління ціновою політикою аеропортів на принципах міжнародного маркетингу може бути представлений в розширеному виді, відбиваючи суть економіки обслуговування пасажирів, основні об'єкти дії в даній системі, а також чинники зовнішнього і внутрішнього середовища аеропорту, заснованих на реалізації особливостей характеру діяльності, забезпеченні спрямованості і результативності маркетинговій діяльності на міжнародному рівні .

На наступному етапі моделювання необхідно сформулювати структурно-логічну модель системи маркетингового управління ціновою політикою аеропортів, що відбиває основні управлінські дії і процеси Функціонування останньої моделі засновано на використанні динамічної інформаційної системи (яка формується на основі результатів діагностики об'єктів управління, зовнішнього середовища мега-, макро- та мезорівнів, як за минулі періоди, так і поточного і перспективного рівня). Гнучкість цієї системи забезпечується за рахунок налаштування максимальної динамічності та масштабності інформаційної бази (при цьому склад інформаційних блоків повинен змінюватися залежно від того, дані якого рівня та характеру потрібно для вирішення поставлених завдань) та вистежування будь-яких змін, що відбуваються у внутрішньому і зовнішньому маркетинговому міжнародному середовищі аеропорту.

Таким чином, процес ціноутворення в аеропортах з маркетингової точки зору складається в результаті взаємовідношень та формування угод між виробниками (аеропортом) та покупцями

(пасажирами). У свою чергу процес маркетингового управління ціною політикою формується під впливом дії ринкових законів, у результаті яких координуються бажання та потреби учасників бізнес-процесів та формуються їх стратегічні, тактичні та оперативні цілі з максимальним досягненням їх прибутковості (для найкращого забезпечення досягнення стратегічних цілей сучасного підприємства, орієнтованих на довгострокову перспективу і функціонуючого на принципах маркетингу, необхідно пам'ятати, що кожен учасник бізнес-процесу піклується лише про свою особисту вигоду). Виходячи з цього, механізм маркетингового управління ціною політикою повинен забезпечувати максимальну узгодженість між собою оперативних, тактичних та стратегічних цілей аеропорту. При цьому механізм маркетингового цінового управління в загальній системі управління конкурентоспроможністю аеропорту займає ключове місце і його ефективність залежить від чіткості та узгодженості його компонентів, тому що споживача починає турбувати та цікавити його наявність тільки у випадках будь-яких розладів у функціонуванні усього маркетингового механізму аеропорту (але і при цьому в сучасних умовах визначити причини розладу у функціонуванні цього механізму дуже складно, а тем паче знайти та ліквідувати «вузьке місце» швидко практично неможливо, сучасний маркетинг).

Таким чином, структурно-логічна модель системи маркетингового управління ціною політикою на міжнародному рівні повинна бути основана на принципі забезпечення максимальної динамічності інформаційних потоків (які повинні відрізнятися своєчасністю, достовірністю, повноцінністю та цілеспрямованістю, тобто цінова система повинна бути влаштована таким чином, щоб вона забезпечувала передачу тільки істотної інформації, і тільки тим, кому вона потрібна), а також максимально швидкого відображення будь-яких змін, які відбуваються на цільовому ринку кожної окремої національної економіки. Крім того, ця модель побудована таким чином, що ціна, як один з маркетингових механізмів, повинна не тільки передавати витікаючи інформацію від потенційних та існуючих покупців (пасажирів), а забезпечувати зворотній зв'язок з ними та відслідковувати усі події, які відбуваються на цільовому ринку, зовнішньому середовищі на макро-, мега- та мезорівні. При цьому необхідно враховувати вплив монопольних цін, інфляційних явищ, кризових процесів і т.д. на якість передавання точної інформації, що у свою чергу значно перешкоджає ефективності функціонування механізму цінового управління.

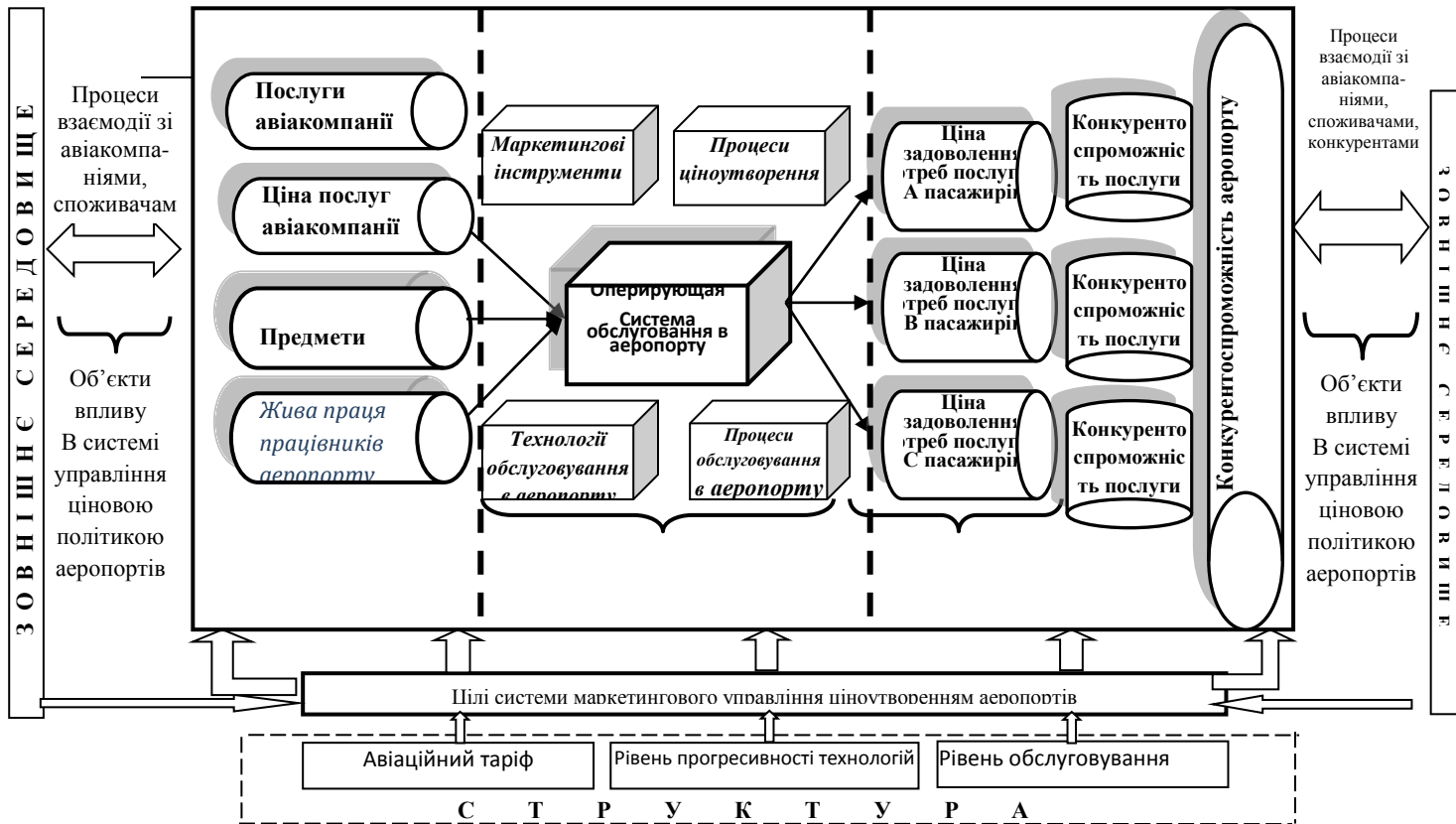
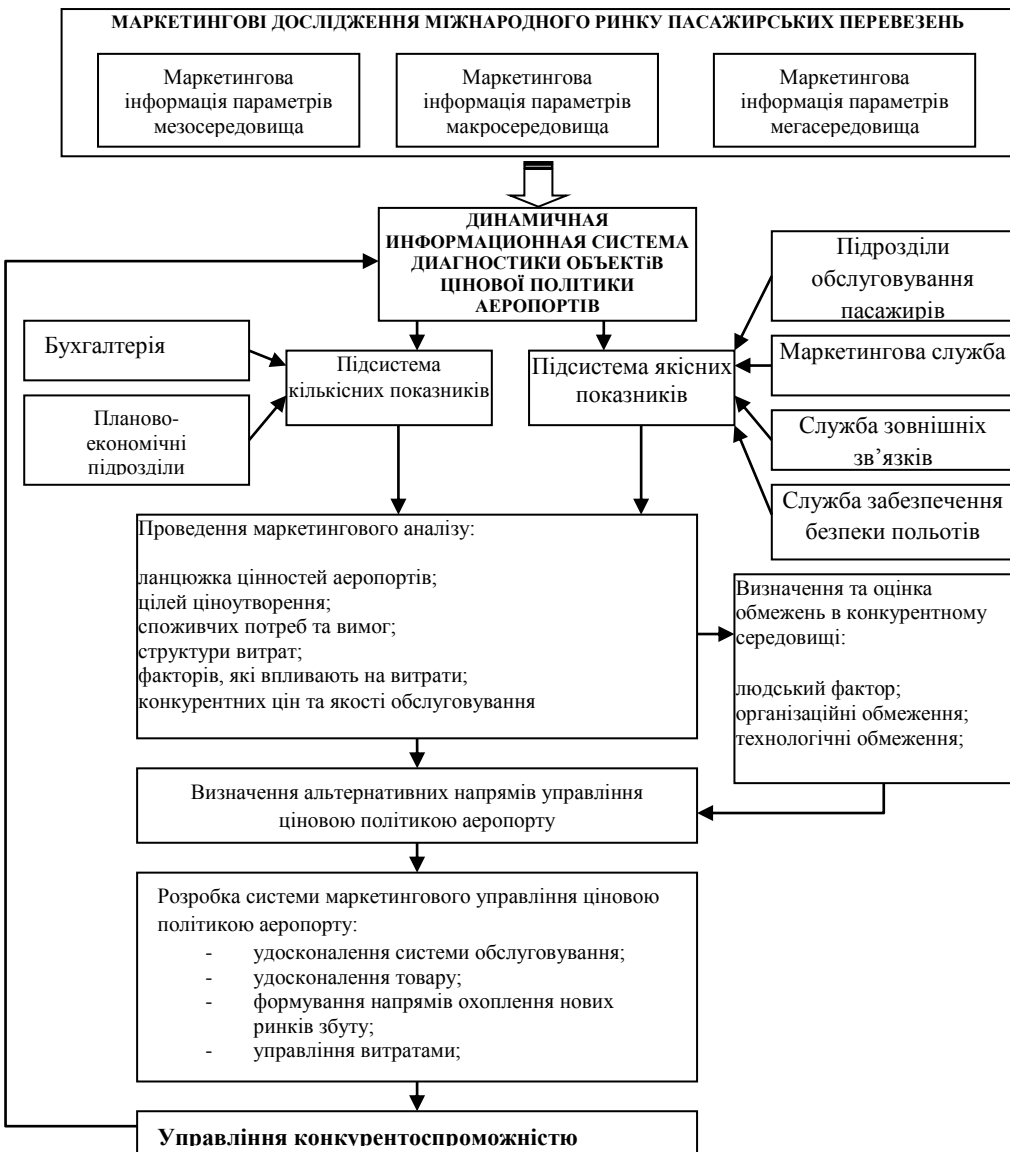


Рисунок 1. Базова модель функціонування системи маркетингового управління ціною політикою аеропорту





**Рисунок 2. Структурно-логічна модель системи маркетингового управління ціновою політикою на міжнародному рівні**

При формуванні моделі механізму управління ціновою політикою аеропорту необхідно перш за все забезпечити ефективну систему маркетингових досліджень, тому що система ціноутворення є дуже чутливою до будь-яких змін у зовнішньому середовищі, отже вільні ціни є одним з основних індикаторів стану ринку, який одночасно забезпечує не тільки передавання маркетингової інформації різного рівня. Ця функція ціни в сучасних умовах формується виходячи з того, що стимулювання з боку цінової політики забезпечує не тільки вимагає відповідного реагування виробника на інформаційні потоки в залежності від ситуації, але і забезпечує активізацію пошуку найбільш економічних виробничих технологій, як в авіаційній, так і в неавіаційній діяльності.

Виходячи з цього, формуються цінова стратегія міжнародного маркетингу аеропорту, на основі якої здійснюється вибір підходів та методів, котрі орієнтовані на максимальні врахування максимально можливої кількості зовнішніх та внутрішніх чинників (тому що процес ціноутворення з точки зору міжнародного маркетингу являє собою складний економічний механізм, ефективність функціонування якого залежить від якості проведення маркетингового дослідження на усіх рівнях маркетингового середовища міжнародного підприємницького простору).

**Висновки.** Запропонована модель характеризує природу формування системи управління маркетинговою політикою ціноутворення аеропортів на міжнародному рівні та дає структуру основних управлінських дій та процесів. Від ефективності функціонування механізму управління ціновою стратегією міжнародного маркетингу аеропортів залежить результативність розподілу доходів аеропорту, тому що будь-який виробник незалежно від сфери діяльності (аеропорти не є виключенням) завжди складає свій баланс доходів і витрат, від якого залежить рівень гранично можливої додаткової кількості продукції, щоб витрати були порівнянні з витягуваним з додаткової продукції доходом (тобто розвиток виробництва повинен здійснюватися без зниження його рентабельності, а підвищення ціни на товар дозволяє зрушити цю межу у бік збільшення виробництва). При цьому від характеру та особливостей сформованої цінової стратегії міжнародного маркетингу формується баланс співвідношення доходів від авіаційної та неавіаційної діяльності аеропорту. В залежності від стану міжнародного маркетингового середовища проймається рішення відносно збільшення ціни на авіаційну або неавіаційну діяльність, що дозволяє аеропорту (який виступає виробником) відшкодувати збільшені витрати і таким чином забезпечує як розширення виробництва, так і засоби для цього розширення.

**Список використаних джерел:**

1. Панков В.А. Управление стоимостью наукоемкого машиностроительного предприятия: теория и практика. – К.: Наукова думка, 2003. – 424 с.
2. Норіцина Н. Маркетингове ціноутворення як чинник прибуткової діяльності підприємства// Маркетинг в Україні, 2007. - №5. – С.41-43.
3. Уткин Э.А. Tseny. Tsenoobrazovanie. Tsenovaya politika Цены. Ценообразование. Ценовая политика. – М.: ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Изд-во ЭКМОС, 1998. – 224с.
4. Алклычев А. Политика цен и воздействие на экономические процессы / А. Алклычев // Экономист. – 1998. – № 5. – С. 31–40.
5. Афонин А. С. Ценообразование в бизнесе / А. С. Афонин. – К. : МАУП, 1994. – 340 с.
6. Бороздин Ю. В. Ценообразование и потребительная стоимость продукции М. : Экономика. 1975 - 143 с.
7. Городецкий А. Е. Чистый доход и цена в системе хозрасчетных отношений. М. 1989 - 180 с.

UDK 338.53:658.8(100):656.71(045)

O.Kionskiy

**ANALYSIS OF PRICE FACTORS OF FORMATION OF THE MECHANISM OF MANAGEMENT OF INTERNATIONAL MARKETING AIRPORTS**

Abstract. The paper improved the conceptual apparatus of marketing pricing airports by introducing the concept of marketing management pricing at airports and marketing management pricing in transport services. Directions improvement methodologies Modeling pricing mechanism for managing marketing international airports allowing for the scope of activities at the international level.

The proposed model describes in the article nature of its management marketing pricing policies airports internationally and provides basic structuring of administrative actions and processes airports. During the investigation it was found that the decision to increase the price of aviation or non-aviation airport activities taken depending on the state of the international marketing environment. Using the proposed model in the paper allows the airport ( which acts as the manufacturer) to compensate the increased costs and thus provides both increased production and facilities for this extension.

Keywords: airport, international marketing, international marketing airports.

УДК: 631.1:519.2:339.1(045)

В.С.Коновалюк, О.О.Соловійова, І.М.Герасименко

## **ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА АГРОАВІАЦІЙНІ РОБОТИ**

*В статті розглянуто дослідження ринку агроавіаційних робіт та побудовано модель прогнозування з урахуванням факторів, які впливають на обсяги агроавіаційних робіт.*

*Ключові слова: агроавіаційні роботи, ринок агроавіаційних робіт, авіакомпанія спецпризначення, прогнозування попиту.*

*В статье рассмотрено исследование рынка агроавиационных работ и построена модель прогнозирования с учетом факторов, которые влияют на объемы агроавиационных работ.*

*Ключевые слова: агроавиационные работы, рынок агроавиационных работ, авиакомпания спецназначения, прогнозирование спроса.*

**Постановка проблеми.** Сьогодні дедалі більше авіакомпаній визначає необхідність орієнтації своїх стратегій на ринок. Вивчення та прогнозування попиту дає можливість більш повноцінного розвитку авіакомпанії спецпризначення у ринкових умовах. Отримані дані можуть стати основою ефективного здійснення маркетингової діяльності авіакомпанії спецпризначення.

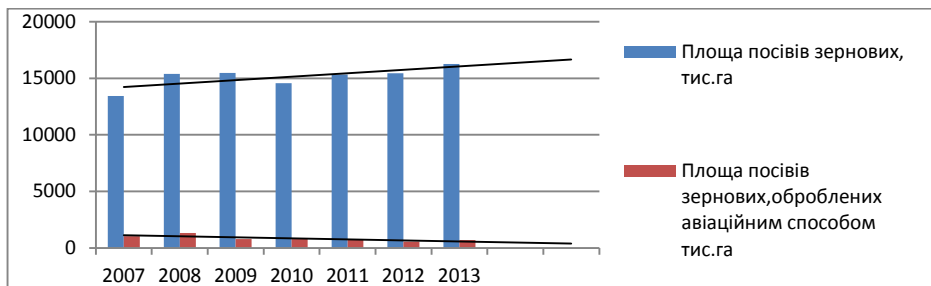
**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у дослідження питань розвитку ринку авіаційних робіт і послуг зробили такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Костроміна О.В., Загорулько В.М., Юн Г.М., Матійчик М.П., Михайлов Г.М., Марінцева К.В. Але в цих роботах не достатньо розглядалися питання прогнозу розвитку агроавіаційних робіт.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** Прогнозування попиту на агроавіаційні роботи. Визначення факторів, які впливають на обсяги агроавіаційних робіт.

**Мета статті.** Теоретичне дослідження ринку агроавіаційних робіт з метою виявлення закономірностей та тенденцій. Побудова моделі прогнозування з урахуванням факторів, які впливають на обсяги агроавіаційних робіт.

**Вклад основного матеріалу.** Задача прогнозування обсягів агроавіаційних робіт є основою комплексу маркетингу для рішення багатьох завдань щодо ефективної діяльності авіакомпанії спецпризначення, оскільки оптимальність планів залежить, насамперед, від точності прогнозу. За статистичними даними з 2007 року до 2013 року площі посівів в Україні, оброблених авіаційним способом, значно знизилися по відношенню до загальних площ посівів зернових культур (рисунок 1).

Виникає необхідність аналізу причин і факторів, які впливають на тенденцію зниження оброблених авіаційним способом площ посівів та прогнозування попиту на цей вид послуг.



**Рисуюнок1. Динаміка площі посівів зернових культур**

Прогнозування попиту на агроавіаційні роботи являє собою комплексний процес, який проводиться поетапно і включає визначення тенденцій в мобільності авіакомпанії і потреб клієнтури (сільськогосподарських підприємств). Процедура прогнозу містить у собі опис вихідної інформації, методів і моделей її обробки, аналіз тенденцій і закономірностей розвитку об'єкта прогнозування в минулому, оцінку досягнутого рівня, обґрунтування гіпотез, прийнятих для прогнозованого періоду, оцінку шляхів і можливих рівнів розвитку в досліджуваній області, результати визначення вірогідності отриманих прогнозів, висновки й пропозиції щодо найбільш ефективних шляхів розвитку прогнозованого об'єкта. Прогнозування розвитку (стану) об'єкта – це наукове обґрунтування можливих кількісних та якісних змін його (її) стану (рівня розвитку об'єкта в цілому, а також окремих напрямків його діяльності) у майбутньому, а також альтернативних способів і строків досягнення очікуваного стану.

Головними принципами, на яких базується процес прогнозування, є такі: цілеспрямованість – змістовний опис дослідницьких завдань; системність – побудова прогнозу на підставі системи методів і моделей, щонають певну ієрархію та послідовність; наукове обґрунтування – всебічне врахування вимог об'єктивних законів розвитку суспільства, використання світового досвіду; багаторівневий опис – опис об'єкта як цілісного явища й водночас як елемента більш складної системи; інформаційна єдність – використання інформації на однаковому рівні узагальнення й цілісності ознак; адекватність об'єктивним закономірностям розвитку – виявлення та оцінка стійких взаємозв'язків і тенденцій розвитку об'єкта; послідовне вирішення невизначеності – ітеративна процедура просування від виявлених цілей та умов, що склалися до визначення можливих напрямків розвитку;

альтернативність – виявлення можливості розвитку об'єкта за умови різних траєкторій, різноманітних взаємозв'язків і структурних співвідношень.

Для економічного прогнозування застосовують методи моделювання, що характеризують кількісні і якісні сторони економічних процесів, напрямків розвитку засобами математичного, зокрема, статистичного аналізу й імітаційного моделювання. Це дає змогу, ґрунтуючись на наявній інформації щодо параметрів розвитку в попередні періоди, визначити фактори й напрямки майбутнього розвитку. При побудові економічних моделей намагаються навести основні співвідношення, що визначають розвиток об'єкта дослідження у структурному вигляді. Ці співвідношення повинні враховувати обмеження, які накладають тотожні співвідношення, та пов'язують різні чинники чи їхні групи. При цьому коефіцієнти моделей оцінюються за попередніми даними, розв'язання рівнянь виконується за даними останніх періодів. Далі за деякими припущеннями щодо загальної економічної політики, регіональної політики, поведінки об'єкта, що моделюється, та деяких його змінних розробляється ряд прогнозів на майбутнє. Зрозуміло, що остаточний прогноз розвитку – це розумний компроміс між вихідними даними моделі й досвідом та рівнем інтуїції керівника-дослідника. На першому етапі прогнозування необхідно визначити основні фактори, які якісно впливають на попит. Попит на агроавіаційні роботи на території України обумовлюється ступенем конкуренції між авіакомпаніями, які виконують дані роботи, показниками якості агроавіаційних робіт між конкурентами та ступенем «гнучкості» тарифної політики, рівнем платоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Оптимальне планування попиту на агроавіаційні роботи засновано на побудові економічних моделей, які відображають зв'язки між техніко-економічними факторами, що характеризують об'єктивні особливості цього процесу. В якості вихідних даних для побудови економічної моделі служать статистичні дані про оброблені площі по Україні при виконанні агроавіаційних робіт в залежності від факторів, що їх визначають, які зведені в так звані системи спостережень:

$U_1, X_{11}, X_{21}, X_{31}, X_{41}$  - 1-ша система спостережень;

$U_2, X_{12}, X_{22}, X_{32}, X_{42}$  - 2-га система спостережень;

-----  
 $U_7, X_{17}, X_{27}, X_{37}, X_{47}$  - 7-ма система спостережень.

Розглянемо більш детально кожний з факторів.

- Конкуренція між авіакомпаніями, які виконують агроавіаційні роботи ( $X_7$ ). Розвиток ринку агроавіаційних робіт в Україні визначив проблему розподілу виконання цих робіт за авіакомпаніями. Дослідження ринку авіаційних робіт за останні п'ять років показало значне зменшення кількості

авіакомпаній на цьому ринку. Так, у 2007 році на ринку агроавіаційних робіт працювало 30 авіакомпаній спецпризначення, а у 2013 році лишилось усього 19 авіакомпаній, що на 36,7% менше, ніж у 2007 році. Але, починаючи з 2009 року ми бачимо деяку стабільність ринку авіаційних робіт щодо кількості її учасників. При прогнозуванні попиту пропонується визначити піковий рік і присвоїти йому коефіцієнт  $X_1$ . Рівні конкуренції інших років співвідносяться зі значенням фактора пікового року.

- Рівень якості агроавіаційних робіт у порівнянні з конкурентами ( $X_2$ ). Якість проведення агроавіаційних робіт також є одним з основних факторів, які впливають на конкурентоспроможність авіакомпанії. Основним показником якості виконання агроавіаційних робіт є продуктивність. Коефіцієнт  $X_2$  визначається співставленням з показником авіакомпанії-конкурента, який приймається за одиницю. Підвищення цього коефіцієнта можливе за рахунок модернізації парку повітряних суден.

- Рівень «гнучкості» тарифної політики у порівнянні з конкурентами ( $X_3$ ). Поняття «гнучкості» тарифної політики включає в себе комплекс заходів по розробці найбільш привабливих пропозицій щодо продажу агроавіаційних робіт на основі виявленого попиту на дані роботи. Значення цього коефіцієнту залежить від спектру запропонованих нормальних (normal fares) та спеціальних (special fares) тарифів. Також враховуються можливості надання знижок постійним клієнтам та інші заходи по додатковому залученню клієнтури на виконання агроавіаційних робіт. Цей фактор також порівнюється з показником усередненої авіакомпанії-конкурента, якому присвоюється значення  $X_3=1$ .

- Рівень платоспроможності сільськогосподарських підприємств ( $X_4$ ). Як відмічається в роботах, рівень платоспроможності сільськогосподарських підприємств є одним з основних факторів, які обумовлюють їх фінансову можливість щодо здійснення замовлень на агроавіаційні роботи. На жаль, перехідний етап в українській економіці негативно сказався на цьому факторі.

Таким чином, в модель прогнозування повинні бути включені всі запропоновані фактори. Аналіз показав також необхідність обліку взаємодії факторів ( $X_i$ ) між собою, а також нелінійних взаємовідносин факторів ( $X_i$ ) між собою, а також нелінійних впливів факторів ( $X_i$ ) на показник, який шукається ( $Y$ ).

В результаті нелінійне регресійне рівняння буде мати такий вигляд:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_1X_2 + b_6X_1X_3 + b_7X_1X_4 + b_8X_2X_3 + b_9X_2X_4 + b_{10}X_3X_4 + b_{11}X_1^2 + b_{12}X_2^2 + b_{13}X_3^2 + b_{14}X_4^2.$$

Це рівняння може бути приведене до лінійного виду за допомогою підстановки

$$(X_5=X_1X_2, X_6=X_1X_3, X_7=X_1X_4, X_8=X_2X_3, X_9=X_2X_4, X_{10}=X_3X_4, X_{11}=X_1^2, X_{12}=X_2^2, X_{13}=X_3^2, X_{14}=X_4^2).$$

Відповідне лінійне рівняння регресії прийме вид:

$$Y=b_0+b_1X_1+ b_2X_2+ b_3X_3+ b_4X_4+ b_5X_5+ b_6X_6+b_7X_7+b_8X_8+b_9X_9+ b_{10}X_{10}+b_{11}X_{11}+b_{12}X_{12}+b_{13}X_{13}+b_{14}X_{14}.$$

Коефіцієнти рівняння регресії  $b_k$  ( $k=0,1,\dots, 14$ ) знаходяться методом найменших квадратів з умови мінімізації суми квадратів відхилень фактичних значень  $Y$  від обчислених по рівнянню регресії.

$$\sum (Y_{\text{розрах}} - Y_{\text{факт}})^2 = \min$$

де  $Y_{\text{факт}}$  – фактичні значення залежної змінної,

$Y_{\text{розрах}}$  – значення змінної, розраховані по рівнянню.

Умови мінімізації приводять до нормальної системи лінійних алгебраїчних рівнянь, розв'язки якої й представляють коефіцієнти рівняння регресії, що шукається. Отримуємо:

$$\begin{aligned} 14b_0 + b_1 \sum_{k=1}^7 X_{1k} + b_2 \sum_{k=1}^7 X_{2k} + \dots + b_{14} \sum_{k=1}^7 X_{14k} &= \sum_{k=1}^7 Y_k \\ b_0 \sum_{k=1}^7 X_{1k} + b_1 \sum_{k=1}^7 X_{1k}X_{1k}^2 + b_2 \sum_{k=1}^7 X_{1k}X_{2k} + \dots + b_{14} \sum_{k=1}^7 X_{1k}X_{14k} &= \sum_{k=1}^7 X_{1k}Y_k \\ b_0 \sum_{k=1}^7 X_{2k} + b_1 \sum_{k=1}^7 X_{1k}X_{2k} + b_2 \sum_{k=1}^7 X_{2k}^2 + \dots + b_{14} \sum_{k=1}^7 X_{2k}X_{14k} &= \sum_{k=1}^7 X_{2k}Y_k \\ \dots & \\ b_0 \sum_{k=1}^7 X_{14k} + b_1 \sum_{k=1}^7 X_{1k}X_{14k} + b_2 \sum_{k=1}^7 X_{2k}X_{14k} + \dots + b_{14} \sum_{k=1}^7 X_{14k}^2 &= \sum_{k=1}^7 X_{14k}Y_k \end{aligned}$$

Система рівнянь може бути розрахована методом Гаусса, за допомогою програми Excel 5.0.

**Висновки.** Прогнозування обсягів агроавіаційних робіт є складною задачею, що потребує виявлення основних факторів, які визначають його зміну. Одним з перспективних методів є метод множинного регресійного аналізу. Проте використання формального методу у даному випадку потребує багатогранної статистики досліджуваних факторів. При прогнозуванні попиту на агроавіаційні роботи при становленні української



економіки цей підхід не є можливим через нестачу відповідних даних. Виходячи з цього, в роботі пропонується модель, що базується на методі регресійного аналізу з урахуванням суб'єктивного визначення значень факторів.

### **Список використаних джерел**

1. Леонтьев Р. Г. Прогнозирование авиапотоков и оптимизация управления воздушной транспортной системой / Р. Г. Леонтьев. – М. : Наука, 1984. – 184 с.
2. Бідняк М. Н. Прогнозування діяльності підприємства в умовах конкурентного середовища / М. Н. Бідняк, Л. О. Литвинко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: зб. наук. праць. – К. : НАУ, 2005. – Вип. 11. – С. 18–21.
3. І.Висоцька, І.Герасименко, І. Качало Розвиток авіації спецпризначення як складової авіатранспортної галузі. Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць Вип. 3 (130) / Наук. ред. І.Г. Манцуров. – К., 2012. – С. 107-111.
4. Бочко О.Ю. Маркетингове забезпечення функціонування сільськогосподарських підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.06.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О.Ю. Бочко. – Львів, 2009. – 20 с.
5. Сигел Эндрю Практическая бизнес-статистика.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 1056с.:ил.

V. Konovalyuk, O.Soloviova, I. Gerasymenko

### **FORECASTING OF DEMAND FOR AGRICULTURAL AVIATION WORKS**

Research of the market of agricultural aviation works is considered in this article. The model for forecasting of the agricultural aviation works is devised with the account of the factors affecting the volume of works.

It is defined that the problem of forecasting the agricultural aviation works serves the basis of the marketing complex for solving a variety of tasks for efficient operation of the special purpose aviation company. The plan optimum obtained in the process of problem solving relies greatly on the forecast accuracy

Major factors which influence the demand for agricultural aviation works in Ukraine are defined: competition degree between special purpose aviation companies at these works, level of quality of agricultural aviation works between the competitors, degree of "flexibility" of the tariff policy, level of solvency of the agricultural enterprises. The approach for forecasting of volumes of agricultural aviation works taking into account the factors offered.

Key words: agricultural aviation works, market of agricultural aviation works, special purpose aviation companies, forecasting of demand.

## **ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ З РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ АВІАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*У статті обґрунтовано методологічне положення про об'єктивний характер утворення прибутку за результатами ресурсозберігаючих заходів. Сформовано структуру економічного механізму управління діяльністю з ресурсозбереження авіапромислових підприємств шляхом визначення та характеристики елементів інституційного та операційного впливу на підвищення рівня екологічної безпеки виробництва.*

*Ключові слова: діяльність з ресурсозбереження, економічний механізм управління, екологічна безпека.*

*В матеріалі статті обґрунтовано методологічне положення про об'єктивний характер утворення прибутку за результатами ресурсозберігаючих заходів. Сформовано структуру економічного механізму управління діяльністю з ресурсозбереження авіапромислових підприємств шляхом визначення та характеристики елементів інституційного та операційного впливу на підвищення рівня екологічної безпеки виробництва.*

*Ключевые слова: деятельность по ресурсосбережению, экономический механизм управления, экологическая безопасность.*

**Постановка проблеми.** Специфікою діяльності авіапромислових підприємств, що характеризується екологічно небезпечним виробництвом є можливість отримання додаткових операційних доходів від реалізації ресурсозберігаючих заходів. Мова йде про ресурсозбереження на основі використання відходів виробництва у якості джерел сировини для основного виробництва та іншої операційної діяльності, про енергозбереження на основі впровадження технологій використання нанотитану в процесі виробництва та впровадження альтернативних видів палива. Здійснення вказаних заходів можливо за умови визначення механізму ресурсозбереження в управлінні виробничою діяльністю авіапромислових підприємств за допомогою діагностично-інноваційних підходів щодо забезпечення її результативності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Існуючі підходи щодо управління діяльністю з ресурсозбереження підприємств (ДРЗ) розглядають її як вид соціально-корисної діяльності, яка активізується за ініціативою держави і має у більшості випадків нерегулярний характер, оскільки є не пов'язаною із пріоритетами процесу виробництва.

Проблемам організації ДРЗ в умовах авіапромислових підприємств присвячено наукові праці Г. Астапової [1], В. Загорюлька [3], В. Костенка [8], О. Степанка, Л. Черняк [7] та інших дослідників.

Разом з цим, в економічній теорії взагалі не розглядається ДРЗ підприємств як прибуткова виробнича діяльність, не доведений її вплив на загальну результативність діяльності авіапромислового підприємства, не визначено її роль у забезпеченні екологічної безпеки авіапромислового виробництва.

**Метою дослідження** є формування економічного механізму управління ДРЗ авіапромислових підприємств на основі встановлення взаємозв'язку між прибутком та екологічною безпекою виробництва.

**Виклад основного матеріалу.** ДРЗ підприємства це прибуткова природоохоронна діяльність, що є різновидом фінансово-господарської діяльності і здійснюється з ціллю підвищення екологічної безпеки виробництва. Особливістю організації ДРЗ в авіапромисловому секторі виступають два напрями здійснення екологічних заходів – ресурсозбереження у формі використання відходів, впровадження технологій використання нанотинату тощо. Визначені напрями зумовлюють об'єктивну зацікавленість авіапромислових підприємств як комерційних структур в організації діяльності з ресурсозбереження, оскільки внаслідок визначених ресурсозберігаючого та операційного її напрямів формується резерв економії матеріальних витрат та утворюються приріст прибутку. Особливості розвитку авіапромислового сектору в Україні пов'язані із низькою конкурентоспроможністю продукції у порівнянні із закордонними аналогами, повільною інноваційною активністю, значним ступенем зносу основних фондів та малими темпами оновлення технопарку, високим рівнем витрат на організацію виробництва та низьким рівнем прибутковості фінансово-господарської діяльності.

Принцип об'єктивної зацікавленості авіапромислових підприємств в організації ДРЗ не реалізується внаслідок негативного впливу суб'єктивних факторів, до яких віднесено, по-перше, упереджене ставлення до результативності екологічних заходів, по-друге, відсутність методичного забезпечення управління ДРЗ. Як слідство, результати ДРЗ авіапромислових підприємств є негативними, оскільки характеризуються тільки величинами екологічних платежів та екологічних витрат. Процес управління ДРЗ в умовах авіапромислових підприємств – це взаємоінтегрована послідовність дій з забезпечення екологічної безпеки виробництва, котрі здійснюються за умови наявності організаційного, інформаційного та інституціонального підґрунтя. Елементами процесу управління ДРЗ виступають екологічний облік і еколого-економічний аналіз, засоби розробки комплексів екологічних заходів, методи планування екологічних показників, котрі відбивають прибутковість екологічних заходів та посилення екологічної безпеки виробництва.

Методико-інструментарне забезпечення аналізу результатів

діяльності з ресурсозбереження не враховує визначені напрями реалізації екологічних заходів, ґрунтується на принципах системності та комплексності, і містить методи порівняльного та структурно-динамічного аналізу. Інструментами такого аналізу виступають показники статистичного приросту, структурної частки, структурної та загальної динаміки. За результатами здійснення еколого-економічного аналізу за даними вітчизняних авіапромислових підприємств за вказаними напрямками встановлено негативну тенденцію зниження показників результативності ДРЗ, незадовільний рівень екологічної безпеки, абсолютну неефективність процесу управління ДРЗ, оскільки не визначені функціональні особливості його складових, організаційне підґрунтя та інформаційні бази щодо розробки та впровадження природоохоронних заходів в умовах авіапромислових підприємств. На основі розробленої структурної моделі взаємозв'язку складових процесу управління ДРЗ авіапромислового підприємства охарактеризовано закономірності формування економічного механізму ДРЗ, до яких віднесено: прибутковий характер і багатофункціональність ДРЗ, можливість відокремлення аналізу та планування результатів ДРЗ від загальної аналітико-розрахункової процедури, наявність взаємозв'язку ДРЗ із комплексом господарських операцій та технологією виробництва, встановлення залежності ефективності функціонування авіапромислових підприємств від рівня їх екологічної безпеки.

Економічний механізм управління ДРЗ авіапромислових підприємств – це інтегрована сукупність методико-інструментарних та організаційно-інституційних елементів, котрі взаємозв'язані виконанням прибуткоутворюючої, ресурсозберігаючої, раціоналізуючої та стимулюючої функцій управління ДРЗ для забезпечення екологічної безпеки виробництва поряд з ефективним функціонуванням та розвитком. Організаційно-інституційна складова механізму містить організаційно-управлінське забезпечення, котрим є сукупність інституціональних установ та організаційних утворень, інформаційне забезпечення, тобто екологічний облік, організаційно-технічне, яким виступає регламентація ДРЗ. Ця складова забезпечує вплив керуючої системи на результативність ДРЗ за допомогою методів еколого-економічного аналізу, планування та контролю. Реалізація комплексу методів управління ДРЗ здійснюється через важелі та інструменти впливу, котрими виступають аналітичні, розрахункові, контрольні процедури і показники, на основі узгодженості із нормативно-правовим забезпеченням. Сукупність методів, інструментів та важелів є методико-інструментарною складовою, яка забезпечує дію інших елементів механізму. Результати виконання механізмом його функцій – індикатори вказують на досягнення цілей створення даного механізму.

Ефективність економічного механізму управління ДРЗ вимірюється за

такими критеріями: екологічна безпека діяльності авіапромислового підприємства; підвищення результативності ДРЗ – утворення прибутку внаслідок ресурсозбереження; попередження та відвернення еколого-економічного збитку; економічний ефект від зниження сум екологічного податку; результативність дії системи управління ДРЗ. Досягнення відповідності механізму зазначеним критеріям є можливим за умови розробки методичного забезпечення планування напрямів та діагностики результатів ДРЗ авіапромислових підприємств та вдосконалення інноваційних підходів щодо управління стимулюванням та контролюванням ДРЗ. Процес розробки виробничої програми з врахуванням ДРЗ запропоновано здійснювати за такими напрямками: визначення додаткового обсягу виробництва основної продукції у разі раціонального використання ресурсів, за рахунок ресурсозбереження та внаслідок використання відходів. В основу розрахунків покладено визначення техніко-економічним методом величини прибутку від ресурсозбереження, суми доходів від ресурсозбереження та витрат, визначення суми виручки від реалізації продукції авіапромислового підприємства. Техніко-економічний метод визначення цільового прибутку доповнений обґрунтуванням частки фонду з ресурсозбереження підприємства (ФРЗ) у складі його чистого прибутку на основі врахування розміру коштів на реалізацію конкретного ресурсозберігаючого заходу або проекту.

Таким чином, частина капіталізованого чистого прибутку, а саме коштів фонду розвитку виробництва (ФРВ), якщо мова йде про придбання основних та оборотних фондів ресурсозберігаючого призначення, концентрується у складі ФРЗ. Крім того, частина прибутку на споживання – коштів фонду матеріального заохочення (ФМЗ) у разі передбачених виплат працівникам за результатами їх ДРЗ, теж спрямовується у ФРЗ. Утворений порядок розподілу чистого прибутку авіапромислового підприємства, що передбачає утворення ФРЗ робить процес цільового використання власних коштів більш прозорим і виключає застосування коштів, що спрямовуються на реалізацію ресурсозберігаючих заходів, не за призначенням. Отже, цільове віддзеркалення коштів від ресурсозбереження у складі чистого прибутку спрощує процедуру внутрішнього контролю за їх використанням у визначених напрямках.

Частка прибутку від ресурсозбереження – тобто ФРЗ у загальній величині чистого прибутку визначається на основі інноваційної моделі ДРЗ підприємства (формула 1), що заснована на використанні цільового походу і теорії графів.

$$P_0 = f(P_1(P_{11}(P_{111}, P_{112}, \dots, P_{11n}), P_{12}(P_{121}, P_{122}, \dots, P_{12n2})), \quad (1)$$

де  $f$  – функція розрахунку показника дерева графа;

$P_0$  – аргумент, що характеризує головну ціль – утворення частки прибутку від ресурсозбереження у вигляді ФРЗ авіапромислового підприємства;

$P_i$  (1) – аргумент, що характеризує утворення частини чистого прибутку на споживання у вигляді коштів на матеріальне заохочення працівників, що займаються ДРЗ;

$P_j$  (11, 12) – аргумент, що характеризує утворення частини капіталізованого чистого прибутку у вигляді коштів на придбання основних (11) та оборотних (12) фондів ресурсозберігаючого призначення;

$P_y$  (111-11n, 121-12n) – аргумент, що характеризує рівень модернізації авіапромислового підприємства (111-11n) та ступінь раціонального та комплексного використання матеріальних ресурсів (121-12n).

Зазначена інноваційна модель дозволяє визначити, що в основу розрахунку відсоткової частки прибутку від ресурсозбереження покладено показники індексу інноваційної активності працівників ( $P_i$  (1)), фондівіддачі та оборотності запасів (відповідно,  $P_y$  (111-11n, 121-12n)).

Для досягнення і підвищення прибутковості ДРЗ авіапромислових підприємств необхідно прикласти зусилля для збільшення виручки від реалізації продукції та результатів від іншої реалізації, зростання котрих забезпечується активізацією заходів з матеріального стимулювання ДРЗ працівників. Діагностику результативності ДРЗ підприємства з позицій забезпечення стимулювання трудової активності працівників запропоновано здійснювати шляхом врахування індивідуальних сум премій за ресурсозбереження, що визначені на основі використання ресурсозберігаючих коефіцієнтів праці. Визначений діагностичний підхід щодо обґрунтування величин премій за ресурсозбереження працівникам підприємств авіапромислового сектору на основі встановлення індивідуальних ресурсозберігаючих коефіцієнтів ґрунтується на встановленій залежності суми ресурсозберігаючих виплат, що здійснюються на користь працівників від результативності їх діяльності з підвищення екологічної безпеки.

Використання вказаного методичного підходу передбачає удосконалення процедури внутрішнього еколого-економічного контролю авіапромислового підприємства шляхом визначення його різновиду – попереджувального тактичного контролю ресурсозберігаючих виплат, ключовим завданням котрого є встановлення можливості фактів змінності результатів ДРЗ, визначення причин та своєчасне здійснення тактичних заходів, а саме внесення змін у виробничу програму. Ефективність економічного механізму управління діяльністю з ресурсозбереження підприємств авіапромисловості розглядається як результат від реалізації організаційних й економічних заходів, що зіставляється з витратами на їх

здійснення. Оцінку ефективності зазначеного механізму можна здійснити за допомогою двох методів – метода порівняльної ефективності і методу розрахунку економічної ефективності ДРЗ. Економічна ефективність вимірюється шляхом розрахунку приросту прибутку (або іншого операційного доходу) авіапромислового підприємства в результаті здійснення ДРЗ. Організаційна ефективність виявляється шляхом встановлення фактичної наявності організаційної структури управління діяльністю з ресурсозбереження, котра здатна забезпечити високі результати діяльності.

**Висновки.** Результати виконаного дослідження у своїй сукупності вирішують важливе науково-прикладне завдання – розвиток та поглиблення теоретико-методологічних основ формування внутрішнього корпоративного середовища ефективної діяльності з ресурсозбереження в умовах авіапромислових підприємств.

Практичне значення результатів роботи полягає в тому, що рекомендації щодо розрахунку розмірів прибутку від ресурсозбереження на основі визначення та врахування операційних доходів від реалізації ресурсозберігаючих заходів, аналізу діяльності з ресурсозбереження підприємств, а також методи аналізу та прогнозування рівня екологічної безпеки авіапромислового підприємства. До результатів досліджень, що мають найбільше практичне значення відносяться рекомендації щодо розрахунку розмірів прибутку від ресурсозбереження на основі визначення та врахування операційних доходів від реалізації ресурсозберігаючих заходів, аналізу діяльності з ресурсозбереження підприємств, а також методи аналізу та прогнозування рівня екологічної безпеки авіапромислового підприємства.

#### **Список використаних джерел**

1. Астапова Г.В. Вдосконалені механізми економічного і матеріального стимулювання працівників корпоративних підприємств авіаційного транспорту: [монографія] / Г.В. Астапова, Н.І. Новікова, О.К. Костенко, Р.С. Щербань, О.В. Устінова – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток», 2012. – 193с.
2. Буров А. Ресурсозбереження при обеспилюванні вибросов в атмосферу. / Александр. Буров, Алексей Буров, Олег Цабиев. // Економіст. - № 8. – 2013. – С. 54-59.
3. Загорулько В.М. Маркетингове забезпечення інноваційних процесів на підприємствах України / В.М. Загорулько. // Проблеми системного підходу в економіці: Збірник наукових праць: Випуск 36. – К.: НАУ, 2011. – С. 3-7.
4. Лір В.Е. Економічний механізм реалізації політики енергоефективності в Україні. / Лір В.Е., Письменна У.Є. [монографія] НАН України; Ін-т екон. та прогнозув. – К., 2010. – 208 с.
5. Ратушняк О.Г. Еколого-економічні аспекти запровадження ресурсозберігаючих технологій у будівництві / О.Г. Ратушняк. // Матеріали науково-

практичної конференції «Перший всеукраїнський з'їзд екологів»: збірник тез доповідей – Інтернет-спільнота «Промислова екологія <http://есо.com.ua/>.

6. Сотник І.М. Підвищення еколого-економічної ефективності впровадження інформаційно-комунікаційних технологій як інноваційного напрямку ресурсозбереження / І.М. Сотник, О.М. Волк, Ю.В. Чорток. // Актуальні проблеми економіки. - № 9. – 2013. – С. 229-235.

7. Степенко О.О. Основні напрямки вирішення проблем енергозбереження в Україні / О.О. Степенко, Л.М. Черняк. // Матеріали науково-практичної конференції «АВІА-2009», Т. III. – Київ, НАУ, 2009. – С. 19-21.

8. Шляхи удосконалення еколого-економічної діяльності підприємств: [монографія]. / С.С. Гребьонкін, В.К. Костенко, В.М. Павлиш, Г.В. Астапова, Г.С. Беляева та ін.; за заг. ред. С.С. Гребьонкіна і В.К. Костенко. – Донецьк: “ВІК”, 2009. – 223 с.

9. Шкарлет С. Модернізація продуктивних сил як визначальний чинник сталого розвитку проблемних регіонів / С. Шкарлет., В. Ільчук., І. Лисенко. // Економіст. - № 6. – 2013. – С. 4-6.

O.K. Kostenko

#### **FORMATION OF THE ECONOMIC MECHANISM OF RESOURCE- SAVING MANAGEMENT OF AVIATION ENTERPRISES**

The methodological point of the objective nature of profit formation as a result of resource-saving activity is demonstrated in the article. Created the structure of the economic mechanism of resource-saving activity management of aviation enterprises by identifying the elements and characteristics of the institutional and operational impact on increase the level environmental safety of production. This will create the conditions for economic growth of aviation industry enterprises.

The functions of the economic mechanism of management of resource aviapromyslovyyh companies. Courtesy of organizational and institutional structure of part of the economic mechanism that provides control of the impact on productivity of the resource by means of methods of economic analysis, planning and control. Reveals the methodological component of the economic mechanism as a set of methods, tools and instruments are providing the effect of other elements of the mechanism .

Supplemented techno- economical method for determining the target profit share of funding justification of enterprise resource as part of its net profits with due regard to the amount of funds for the implementation of specific energy-saving measures or project. Proposed to determine the share of profits from the resource in the total amount of net income based on an innovative model of business aviation enterprise resource , which is based on a targeted campaign and graph theory.

Keywords: resource-saving activity, organizational and functional management mechanism, environmental safety.



УДК 656.2.022.816

Кучерук Г.Ю.

## **РОЗВИТОК ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ**

*В статті визначені напрямки розвитку транспортно-логістичного комплексу України.*

*Ключові слова: інтегрований транспортно-логістичний комплекс, стратегічні альянси, транспортна інфраструктура.*

*В статье определены направления развития транспортно-логистического комплекса Украины.*

*Ключевые слова: интегрированный транспортно-логистический комплекс, стратегические альянсы, транспортная инфраструктура.*

**Постановка проблеми.** Стан надання вітчизняних транспортних послуг вимагає розвитку нових підходів до організації господарської діяльності, розробки концепцій, принципів та методологій інтегрованого управління транспортним підприємством. Системне управління діяльністю транспортних підприємств здійснює інтеграцію в єдину систему процесів управління перевезеннями, транспортно-складським господарством, запасами, фінансовими ресурсами, персоналом та інформаційними потоками та ін.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Загальні проблеми формування транспортно-логістичних систем глибоко проаналізовані багатьма зарубіжними вченими, серед яких Д.Бауерсокс, Д.Клосс, Д.Ламберт, С.Ленглі, К.Мельцер, І.Шнайдер та ін. Концептуальні засади функціонування і розвитку транспортних та логістичних систем, транспортних, інтермодальних коридорів та інфраструктури країни досліджують М.Данько, В.Зубенко, Т.Маселко, А.Новікова, С.Панченко, К.Савченко, Т.Сирийчик, С.Співаковський, О.Суворова, І.Токмакова, С.Шевченко та інші.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** На сучасному етапі роботи транспорту значну роль в рішенні задач оптимізації руху пасажирів і вантажів в міжрегіональних і міжнародних перевезеннях і в розвитку окремих територій, повинні відігравати інтегровані транспортно-логістичні комплекси ППК (або системи), діяльність яких здійснюється на системно-логістичній основі. Аналіз світового досвіду доводить їх ефективність.

**Виклад основного матеріалу.** Світовий досвід доводить, що створення ІТК у сфері вантажоперевезень, як правило, здійснюється на базі діяльності крупних міжнародних транспортно-експедиторських фірм (наприклад, «Shenker», «TNT EW», «BTL», «Federal Express» і ін.), а також ряду крупних, переважно транснаціональних компаній, що мають мережу своїх постачальників, посередників і споживачів в різних регіонах миру. Особливістю таких компаній є

активне використання інтермодального принципу перевезень (використання різних видів транспорту, в сукупності тих, що забезпечують кількісні і якісні характеристики доставки вантажів і зниження витрат, які були б неминучі при звичайних мономодальних перевезеннях).

Ініціатором в розвитку інтегрованих транспортних комплексів (або цілих квазісистем, об'єднуючих декілька таких комплексів) є провідні авіакомпанії миру, забезпечення конкурентних переваг, що намагаються знайти нові стратегії.

У основі створення ІТК, що використовують інтермодальний принцип перевезення вантажів і тотальну сервісну диверсифікацію своєї діяльності, лежить створення стратегічних альянсів (союзів).

Подібні структури, що діють в режимі повної або часткової кооперації зазвичай відносяться до класу мережевих організацій [1]. Такі організації засновані не на командно-ієрархічній структурі відносин, як в традиційних об'єднаннях фірм (за типом злиття, поглинання і т.п.), а на вільних взаєминах декількох фірм, об'єднаних на договірних, а іноді і на неформальних відносинах. До складу подібних стратегічних альянсів включаються розробники продукції і послуг, постачальники, виробники, посередники, продавці продукції.

Основні цілі утворення стратегічних альянсів – зниження ризиків, вихід на нові ринки збуту за допомогою нових партнерів, розробка і реалізація нових видів продукції (послуг). Перевага подібного виду кооперації в порівнянні з різними формами злиття і поглинання фірмами один одного, утворення дочірніх і залежних підприємств і інших форм реструктуризації, полягає в тому, що компанії в цьому варіанті інтеграції зберігають свою самостійність і свої інтереси. Одночасно, з'являється можливість істотної економії на витратах, тому участь в альянсах може бути вигідна як крупним корпораціям, так і невеликим фірмам.

До подібних стратегічних альянсів можна віднести союз відомих на українському ринку компаній «Beyond Petroleum» і «Mobil» (В Україні представлена компанія «ТНК-ВР»), що дозволив знизити партнерам витрати по закупівлі устаткування в Європі на 700 млн. доларів [2].

Консультантами фірми «Andersen Consulting» розроблений алгоритм з шести управлінських завдань, що забезпечують створення стратегічних альянсів [3]: рішення задачі ефективного використання передаваних до альянсу активів (продажу партнерові, здачі в оренду, обміну на акції партнера); продумана стратегія інтеграції на основі серії операцій між партнерами (від етапу входження до альянсу до його неминучого розпаду); створення ефективної системи управління і регулювання ресурсних потоків; створення обґрунтованої системи оцінки фінансових результатів і реальної вартості альянсу; створення нової системи управління персоналом, що відповідає завданням функціонування альянсу; придбання навиків управління мережею альянсів.

Створення нових стратегічних альянсів у сфері транспорту в країнах Західної

Європи, що ініціюються провідними авіакомпаніями, було вимушеною, нестандартною реакцією провідних авіакомпаній на дію таких чинників: погіршення пропускнуєї спроможності аеропортів в умовах конкуренції між авіакомпаніями за пасажирів і конкуренції, що посилюється, з боку активних високошвидкісних магістралей, що вводяться з початку 90-х рр., зв'язують столиці і крупні міста країн Євросоюзу [4].

За ініціативою авіакомпанії «Lufthansa» в 1997 р. був створений міжнародний стратегічний альянс – «Star Alliance», що об'єднав такі компанії і їх транспортні і сервісні мережі, як «Lufthansa», «SAS», «United Airlines», «Air Canada» і інших. Мета утворення цього союзу полягала в оптимізації і впорядкуванні маршрутів, сумісній і взаємовигідній протидії зовнішнім конкурентам і збільшенні корисного завантаження рейсів (до утворення альянсу вона складала близько 60 %). В результаті всі учасники альянсу істотно підвищили свою рентабельність [5]. До теперішнього часу, крім «Star Alliance», в світі діє ще декілька крупних стратегічних альянсів в даній сфері: «One World» (об'єднуючий «American Airlines», «British Airways», «Canadian Airlines», «Qantas», «Cathay Pacific», «Finnair», «Iberia» і «Lan Chily»); альянс між компаніями «Delta», «Air France», «Aero Mexico» і «Korean Air», а також альянс «Wings» (об'єднуючий компанії «KLM» і «Alitalia»).

У інтегрованих комплексах кожний з видів транспорту, що беруть участь у перевезенні, повинен спеціалізуватися: авіакомпанії – на дальніх міжнародних і міжконтинентальних перевезеннях, а залізниці – на перевезеннях на порівняно невеликій відстані. Переваги користувачів послуг, пропонованих такими комплексами, полягають в тому, що клієнти легко можуть планувати свої поїздки з будь-якої точки земної кулі (зокрема через використання Internet або мобільного телефону). Існують приклади утворення подібних суперальянсів: договір між компанією «Lufthansa» і мережею залізниць «Deutsche Bahn Ag», що передбачає впорядкування сумісних маршрутів, будівництво нових залізничних станцій, об'єднаних з терміналами в аеропорту, а також договори з вантажними залізничними компаніями, логістичними центрами і автобусними міжнародними перевезеннями.

Таким чином, входження до стратегічних альянсів, дозволяє сторонам, що беруть участь в них, отримати наступні конкурентні переваги: укріпити свої ринкові позиції шляхом об'єднання ресурсів компаній; забезпечити вихід на нові ринки збуту продукції і послуг; скоротити ризик шляхом ділення відповідальності за сумісні результати діяльності; понизити власні витрати і, відповідно, втрати, зменшити витрати конкуренції, використовуючи принципи кооперації зусиль по окремим стратегічно важливим напрямкам діяльності.

У сфері перевезення вантажів інтегровані транспортні комплекси можуть бути утворені у вигляді регіональних або міжрегіональних транспортно-логістичних об'єднань:

1. На базі транспортних компаній, що діють (авіаційних, залізничних, морських, автомобільних і т.ін.);
2. На базі стратегічних альянсів, об'єднуючих декілька транспортних компаній і ряд інших підприємств;
3. У вигляді самостійних логістичних або транспортно-логістичних центрів;
4. У вигляді об'єднань компаній, що створюються за ініціативою територіальних органів влади і управління, а також окремих відомств.

Як приклад (для варіанту 1), однією з найперших вітчизняних інтеграційних підприємницьких структур на транспорті стала група компаній «Орлан Транс», що була створена у 1999 році. Об'єднання фінансових ресурсів учасників дозволило їй зробити потужні інвестиції в сучасний рухомий склад і впровадити сучасні системи супутникового зв'язку. Завдяки цьому, значно підвищилась ефективність та надійність перевезень, клієнти отримали можливість контролю за процесом перевезення вантажів у режимі реального часу. У 2002 році група компаній створює у Франції експедиційне підприємство "Orlan Trans France" (Strasbourg) та власний термінал, що дає змогу збирати дрібні вантажі для перевезень в Україну. Потужний та диверсифікований парк рухомого складу європейського класу забезпечує перевезення вантажів клієнтів до будь-якого міста Європи, СНД або України [6].

Ця компанія, використовуючи можливості свого логістичного інформаційно-аналітичного центру, виконує роботи по: вдосконаленню інформаційних і логістичних технологій транспортуванню і переробки вантажів; впровадженню електронного документообігу в системах обліку і обробки вантажної, транспортної і митної документації; вдосконаленню інформаційно-комп'ютерної підтримки транспортно-логістичного сервісу, що дозволяє мінімізувати витрати часу і фінансових ресурсів транспортній-експедиторських фірм, митних служб при інтермодальних і мультимодальних перевезеннях; отриманню і агрегації статистичних даних, що дозволяють проводити контроль і аналіз транспортної активності в конкретному регіоні. Для вітчизняних умов в даний час особливу актуальність представляє створення ІТК на базі суб'єктів України, які використовують функції крупних культурних і народногосподарських центрів. Наприклад, можливі проекти створення таких комплексів на базі Києва – як центру і столиці України, а також Харьківа, Одеси, Львова, Донецька (як суб'єктів України). Для розробки подібних проектів формування ІТК доцільно скористатися методами програмно-цільового і проблемно-орієнтованого управління. Застосування цих методів передбачає попередню розробку концепції соціально-економічного розвитку території, її місії, а також бази чинника даних, передуючих розробці програми розвитку території. Особливу увагу слід приділити формуванню механізму управління програмою, зокрема тій її частині, яка стосуватиметься формування і функціонування ІТК.

Враховуючи особливості сучасної вітчизняної транспортної системи для

розробки проектів територіальних інтегрованих транспортних комплексів доцільно використовувати не традиційні лінійно-функціональні, а матричні і цільові управлінські структури, що створюються для вирішення завдань, що вимагають міжгалузевої взаємодії, оскільки такі завдання якраз переважають у сфері транспортного сервісу і транспортної логістики. Матрична структура повинна також бути створена і для реалізації загальної цільової програми розвитку транспортної системи конкретної території як частини загальної програми соціально-економічного розвитку. У всьому обсязі вантажоперевезень (як внутрішніх в межах регіону, так і в транзитних) доцільно виділяти об'єм контейнерних перевезень, частка яких істотно виросла в міжнародних перевезеннях унаслідок економії на використанні інтермодального принципу перевезень. Крім обліку стратегічних баз даних транспортно-логістичний комплекс повинен будуватися з урахуванням основних системообразуючих чинників, що характеризують специфіку конкретної території, потенціал (сильні і потенційно сильні чинники) і обмеження в її розвитку (наприклад, конкуруючий вплив суміжних регіонів). Ця система чинників конкретизується у вигляді місії або концептуальної моделі перспектив розвитку. Так, наприклад, розглядаючи можливість транспортного комплексу, що забезпечує розвиток Києва як «міста-музею і туристичного центру», доцільно оцінити значення цього мегаполісу як столиці України. В кожному регіоні існують свої потенційно сильні сторони розвитку транспортного сервісу, а також свої обмеження, які необхідно враховувати при формуванні транспортного комплексу. Наприклад, початкова ситуація для перетворень у сфері вантажоперевезень у Одесі, Миколаїві, Запоріжжі полягає в тому, що наявність морського порту регулює структуру і обсяги вантажоперевезень, способи транспортування вантажів, більшу частку яких складають транзитні.

Тому одна з реальних стратегій вдосконалення транспортно-логістичної інфраструктури міста може бути здійснена у вигляді створення інтегрованих транспортно-логістичних комплексів, до яких, зокрема, можна віднести в'їзні комплекси. Так, виходячи з особливостей в'їзних шляхів Донецька, актуальне створення таких комплексів у ряді вузлових точок, вибір яких також обумовлений наявністю промислових зон в районі в'їзних шляхів або поблизу від них. До таких перспективних вузлових точок і, відповідно, в'їзних комплексів, можна віднести, наприклад, аеропорт Донецька, перебудований для проведення Євро-2012. Іншу групу інтегрованих транспортних комплексів повинні скласти транспортний-логістичні центри, що створюються на базі транспортних підприємств (регіональних відділень залізниць, автотранспортних підприємств і т.д.), що діють, а також спеціалізовані транспортний-логістичні організації, типа Українського Державного Центру транспортного сервісу «Ліскі», компаній «Транспортний-логістичні системи», «Транском-інтер» та інші.

**Висновки.** Ці завдання, з урахуванням необхідного впливу державних

органів управління (Міністерство інфраструктури, Міністерство економіки України), регіональних і місцевих структур, доцільно вирішувати на базі розробки концепції, стратегії і відповідної Програми реконструкції і розвитку транспортного комплексу.

#### **Список використаних джерел**

1. Минаев Э. С. Управление производством и операциями / Э. С.Минаев, Н. Г. Агеева, Дага А. Аббата. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 328 с.
2. Balcerowicz Ewa and Oleg Ustenko. 2006. „Regulatory Policy in Ukraine: Current State and What Should be Done to Improve the Business Environment”. Center for Social and Economic Research (CASE), Report 324, April.
3. Hung R. Y. Y. Impact of TQM and organizational learning on innovation performance in the high-tech industry / R.Y.Y. Hung, B. Y. H. Lien, B. Yang, C. M. Wu, and Kuo, Y.M., International Business Review. – 2011. – Vol. 20, No. 2. – P. 213-225.
4. Dethier Jean-Jacques; Hirm Maximilian; Straub Stéphane. 2011. “Explaining Enterprise Performance in Developing Countries with Business Climate Survey Data” World Bank Research Observer, Volume 26, Issue 2, August.
5. Witkowski J. Metodologiczne podstawy strategii logistycznej w przedsiębiorstwie / J. Witkowski // GmiL. – 1993. – Nr 12. – S. 214–217.
6. Бондар Н. М. Дослідження мотивів інтеграційних процесів на транспорті [Електронний ресурс] / Н. М. Бондар // Управління проектами, системний аналіз і логістика : науковий журнал. – К. : НТУ, 2009. – Вип. 6. – 472 с. – Режим доступу : <http://www.business.dp.ua/trans/teconom/20080717.htm>

G.Kucheruk

#### **THE DEVELOPMENT OF TRANSPORT AND LOGISTICS COMPLEX OF UKRAINE**

The article defines the direction of the transport and logistics industry in Ukraine, the main goal of creating strategic alliances. Analyzed the world experience creating integrated transport and logistics systems and competitive advantage from their creation.

In economic literature much attention is spared sufficiently the problem of management the productivity. The study of this question allowed to expose the great number of methods of management the productivity on enterprises, having failings in the new terms of conduct of business. However much dynamic quality of competition environment compels enterprises to perfect technologies of production and management.

The purpose of the conducted research is an analysis of modern methods of management the productivity and of leading to of necessity of development of new method on the basis of diagnostics of backlogs of increase of the productivity taking into account the specific of market conditions.

Keywords: integrated transport and logistics complex, strategic alliances, and transport infrastructure.

УДК 336.717

Парій В.М., Гонтар К.В.

## **ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ**

*У статті розглядається поняття фінансової стійкості як якісної, динамічної інтегральної характеристики спроможності банку, як економічної системи трансформації ресурсів та ризиків, ефективно виконувати свої функції та забезпечувати цілеспрямований розвиток, витримуючи вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.*

*Ключові слова: фінансова стійкість, стійкість, оцінка, банк, надійність банку, комерційний банк, ліквідність, платоспроможність.*

*В статье рассматривается понятие финансовой устойчивости как качественной, динамической интегральной характеристики способности банка, как экономической системы трансформации ресурсов и рисков, эффективно выполнять свои функции и обеспечивать целенаправленное развитие, выдерживая воздействие факторов внешней и внутренней среды.*

*Ключевые слова: финансовая устойчивость, устойчивость, оценка, банк, надежность банка, коммерческий банк, ликвидность, платежеспособность.*

**Постановка проблеми.** Проблема забезпечення та зміцнення фінансової стійкості банків не породжена сьогоднішнім, вона має корені й у минулому, складна та до кінця не розв'язана. Вона є актуальною для розвинутих країн ринкового типу, а для України набула загальнонаціонального значення, що значною мірою зумовлено специфікою розвитку вітчизняних банків. Зокрема, відносно коротким періодом їх діяльності, необхідністю працювати в умовах підвищеного ризику, що пов'язано з економічною та політичною нестабільністю в Україні, а також у порівнянні з банками економічно розвинутих країн, незначними обсягами власного капіталу. Основна проблема функціонування банку – забезпечення стійкості функціонування, тобто здатності виконувати свої функції з максимальною ефективністю та мінімальним ризиком, урахувавши зовнішній вплив. Саме тому ефективне управління і забезпечення власної фінансової стійкості мають бути обов'язком та основним стратегічним завданням кожного комерційного банку.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання фінансової стійкості комерційних банків досліджували такі вчені як Л.П. Белих [1], В.В. Іванов [4], С.І. Кумок [5], Ю.С. Масленченкова [2], Г.С. Панова [7], Бондаренко Л.А. [8], О.Б. Ширінська [9], Г.Г. Фетисова [10], на думку авторів [1,2,5,8] - стійкість будь-якого банку визначається збалансованістю його портфелів активів і пасивів, якістю кредитно-інвестиційного портфеля і кількістю клієнтів, що обслуговуються. Схожим є визначення [4,6,7] фінансової стійкості як такого стану структури активів і пасивів банку, що

забезпечує постійну його ліквідність та платоспроможність. Проте на нашу думку такі твердження є непереконливими. Адже, в них взагалі не йде мова про прибутковість банку як необхідну умову його фінансової стійкості. Інші автори О. Д. Вовчак [8], Ж. М. Довгань [11], О. Д. Заруба [10], А. М. Мороз [6], М. І. Савлук [6] визначають фінансову стійкість комерційного банку як “відповідність” (невідповідність) діяльності банку основним плановим (нормативним) узагальнюючим показникам, які синтезують характеристики економічних складових фінансової стійкості банку: обсягу й структури власних коштів, рівня доходів і прибутку, норми прибутку на власний капітал, достатності, ліквідності, мультиплікативної ефективності власного капіталу, створення доданої вартості банком.

**Мета дослідження** - на сьогоднішній день проблема визначення суті фінансової стабільності банку залишається не достатньо розробленою. Науковці не прийшли до єдиної думки не тільки у питанні визначення сутності даного поняття, а й чинників, які впливають на дану категорію. Невпорядкованість понятійного апарату спонукали нас до проведення даного дослідження.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Стійкість базується не лише на стабільності, але й на законах рівноваги. У загальному вигляді рівновага банківської системи проявляється як рівноважна взаємодія її елементів. Якщо вважати, що банківська система складається з банків, небанківських кредитних організацій та банківської інфраструктури, то рівновага в даному випадку буде виражати їх збалансований стан та розвиток стосовно один до одного. Із стійкістю банків часто пов'язують і проблему надійності. Надійність банку – це скоріше його суб'єктивна оцінка з боку вкладників та кредиторів як такого, що вселяє довіру (рис. 1.). Фінансова стійкість банку визначається його можливістю нормально розвиватись. “Стійкість” більш фундаментальне поняття, в свою чергу надійність – важлива форма прояву стійкості. Тобто на надійність банку впливають місце банку на ринку, його імідж, тощо. З позиції клієнта для дотримання партнерських відносин краще використовувати термін “надійність”, але з макроекономічних позицій доцільно використовувати термін “стійкий банк” як більш емне поняття. Отже, стійкість слід розглядати як окреме поняття, відмінне від стабільності, рівноваги, надійності. Крім того, для детального аналізу суті стійкості слід розрізняти стійкість банківської системи та стійкість банку. У загальному вигляді стійкість банківської системи – це її якісна характеристика, такий динамічний розвиток всіх її елементів, при якому реалізуються її сутність та призначення в економіці. Стійкість банку як якісний стан може бути класифікована за різними ознаками. Так, за характером можна виділити економічну та політичну стійкість. Виходячи з її загальної оцінки, розрізняють реальну та



уявну стійкість. За часом забезпечення розрізняють довгострокову та короткострокову стійкість. За характером збалансованості можна виділити збалансовану стійкість та з нестійкою рівновагою.

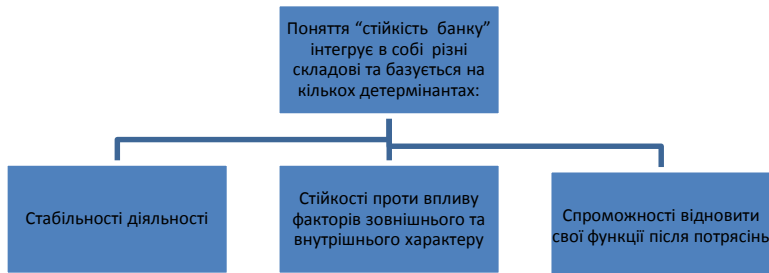


Рисунок 1. Поняття “стійкість банку”

Досвід процвітаючих в умовах ринку банків переконує в тому, що їхній стійкий розвиток залежить від сукупності таких властивостей, як гнучкість і швидкість реакції на зміни кон’юнктури ринку, конкурентоспроможність продуктів та банку в цілому, інвестиційна активність, висока ліквідність і фінансова стабільність, широке використання інноваційних факторів для саморозвитку. Стійкість комерційного банку залежить від багатьох аспектів його діяльності і має складну структуру. На думку науковців Е. Дж. Долан [10], Р. Л. Міллер [11], П. С. Роуз [10], Дж. Ф. Сінкі [9], Дж. К. Ван Хорн [11], слід виділяти такі складові стійкості банківської установи (рис.2).



Рисунок 2. Складові стійкості банківської установи

Для визначення фінансової стійкості можна використовувати інтегральні фінансово-економічні показники стану діяльності банку, які синтезують характеристики таких економічних складових фінансової стійкості, як: обсяг і структура власних коштів, рівень доходів і прибутку, норма прибутку на власний капітал, достатність ліквідності, а також параметри діяльності банку, пов’язані з інформаційно-аналітичною і

технологічною підтримкою управління фінансовими операціями банку.

Слід зазначити, що формалізація фінансової стійкості банку істотно залежить від розвиненості відкритої системи рейтингів та оцінок. У світовій практиці біржові рейтинги та індекси лежать в основі незалежної оцінки фінансового стану банку. За умови відсутності відкритої інформації про банківські капітали та їх ринкову вартість узагальнююча оцінка буде не зовсім об'єктивною. У вітчизняній економічній літературі поки немає єдиного підходу до визначення критеріїв фінансової стійкості банку, а це в свою чергу призводить до ототожнення його з іншими економічними поняттями – надійністю, платоспроможністю, ліквідністю, прибутковістю.

Щодо підходу до фінансової стійкості як до набору показників, то необхідно зауважити, що групу коефіцієнтів для оцінки формують переважно на основі аналізу джерел його коштів. Тобто більшість методик обмежуються аналізом пасиву без урахування змін в активі. Центральними банками багатьох країн, у тому числі і Національним банком України, з метою підтримання стабільності та стійкості банків і банківської системи в цілому передбачено застосування нормативів достатності капіталу, які також використовуються при фінансовому аналізі діяльності банків. Одним із основних критеріїв надійності і стійкості банків у рамках нагляду виступає саме достатність капіталу. У більшості країн для створення нових банків вимагається мінімальний розмір капіталу, достатність якого перевіряється при поточному контролі. Проте на нашу думку фінансову стійкість банку не достатньо визначити лише відповідністю чи невідповідністю діяльності банку плановим нормативам, бо останні не завжди враховують всі фактори, що впливають на здатність банку виконувати свої функції.

**Висновок.** В умовах динамічного розвитку вітчизняної економіки моніторингу фінансової стійкості банку повинно приділятися чи не найбільше уваги, оскільки саме стійкість є запорукою розвитку банківських установ. На нашу думку фінансова стійкість комерційного банку є комплексним поняттям і повинно розглядатися як: якісна, динамічна інтегральна характеристика спроможності банку як економічної системи трансформації ресурсів та ризиків ефективно виконувати свої функції та забезпечувати цілеспрямований розвиток, витримуючи вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища; стан банку, який характеризується збалансованістю фінансових потоків, достатністю коштів для підтримки своєї платоспроможності та ліквідності, а також рентабельною діяльністю.

#### **Список використаних джерел**

1. Білих Л. П. Стійкість комерційних банків. Як банкам уникнути банкрутства. - М.: Банки й біржі: ЮНИТИ, 2006. - 192 с.

2. Масленченков Ю.С., Дубанков А.П. - Економіка банку. Розробка з управління фінансовою діяльністю банку. 2-ге видання. 2003
3. Шіллер Р.І. Фінансова стійкість комерційного банку та шляхи її зміцнення / Р.І.Шіллер. – К.:Наукова думка 2010 – 158с
4. Іванов В.В. муніципальний менеджмент / В.В. Іванов, А.Н. Крובה. – М.: ИНФА-М, 2002. – 250 с.
5. Створення та організація діяльності комерційного банку / Под ред. С.І. Кумок. - М.: Московське фінансове об'єднання, 2004. - 322с.
6. Банківські операції : підручник / А. М. Мороз, М. І. Савлук, М. Ф. Пуховкіна та ін. / за ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Мороза. – 2-ге вид. [випр. і доп.]. – К. : Вид-во КНЕУ. 2002. – 476 с.
7. Панова Г.С. «Аналіз фінансового становища комерційного банку» М.: Фінанси і статистика 1996 – 304с.
8. Бондаренко Л.А. Побудова системи ризик-менеджменту в комерційному банку / Л.А.Бондаренко // Фінанси України. – 2003. - №9. – С.85-93
9. Ширинская Є. Б. Операції комерційних банків: російський і зарубіжний опит / Є. Б. Ширинская. - 2-е вид., Перераб. і доп. - М.: Фінанси і статистика, 1995. - 160 с.
10. Фетисов Г. Г. Стійкість комерційного банку і рейтингові системи, її оцінки / Г. Г. Фетисов. - М.: Фінанси і статистика, 1999. - 168 с
11. Довгань Ж. М. Сутність та оцінка достатності капіталу комерційного банку /Ж. М. Довгань // Вісник Тернопільської академії народного господарства. –2003. – № 3. – С. 56–61.

Pariy V.M., Gontar K.V.

### **FINANCIAL STABILITY COMMERCIAL BANKS: THEORETICAL ASPECTS**

*This paper deals with the concept of financial stability as a high-quality, dynamic characteristics of integrated capacity of the bank, as the economic transformation of resources and risks effectively carry out its functions and to provide a focused development, maintaining the influence of factors external and internal environment. The problem of ensuring and strengthening the financial stability of banks is not generated by the present, it has roots in the past, complex and not fully resolved. It is important for developed countries such as the market, and for Ukraine gained national importance, which is largely due to the specifics of domestic banks. In particular, a relatively short period of activity, the need to work in high risk, due to economic and political instability in Ukraine, but also in comparison with banks in developed economies, small amounts of equity. The main problem of the functioning of the bank - ensuring stability operation, ie the ability to perform their duties with maximum efficiency and minimum risk, taking into account external influences. Therefore, effective management and ensure its financial stability should be the duty and the main strategic objective of each commercial bank.*

*Keywords: financial stability, sustainability, assessment, bank soundness of the bank, commercial bank, liquidity, solvency.*

## **ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ СТАНДАРТІВ МЕРЧЕНДАЙЗИНГУ**

*У статті розглянуто поняття нейромаркетингу як нового виду маркетингу, спрямованого на прогнозування споживчого вибору індивідів. Проаналізовано ряд прикладних досліджень, які доводять ефективність засобів нейромаркетингу у формуванні стандартів мерчандайзингу.*

*Ключові слова: мерчандайзинг, нейромаркетинг, дослідження головного мозку, мотив, поведінка споживача.*

*В статье рассмотрено понятие нейромаркетинга как нового вида маркетинга, направленного на прогнозирование потребительского выбора индивидов. Проанализировано серию прикладных исследований, которые доказывают эффективность средств нейромаркетинга в формировании стандартов мерчандайзинга.*

*Ключевые слова: мерчандайзинг, нейромаркетинг, исследования головного мозга, поведение потребителя.*

**Постановка проблеми.** На сучасному споживчому товарному ринку встановилася політика маркетингу цін. Маркетологи у процесі розробки маркетинг-міксу спираються на образ раціонального покупця – гомо економікус (людина ошадна), внаслідок чого ціна товару стає основним інструментом регулювання попиту.

Процес ціноутворення діє за принципом «чим більш низька ціна, тим вищий рівень попиту». Даний штамп суперечить факту про те, що поведінка людини знаходиться в залежності від несвідомих процесів, що протікають в мозку. Таким чином, нівелюється вплив емоційного фактору на рішення про придбання того чи іншого товару. Це призвело до падіння конкурентоспроможності національних товаровиробників в Україні.

**Мета статті і виклад основного матеріалу.** Метою статті є дослідження впливу емоційного фактору на поведінку споживача з метою формування стандартів мерчандайзингу на основі аналізу прикладних досліджень в галузі нейромаркетингу.

Нейромаркетинг – це новий методологічний підхід в маркетингу, прикладний розділ нейроекономіки, спрямований на дослідження поведінки споживача із застосуванням інструментарію нейронаук. Даний вид маркетингу дає можливість об'єктивно оцінити суб'єктивну реакцію споживача на конкретний об'єкт. Головним завданням нейромаркетингу є прогнозування споживчого вибору індивідів.

Дослідження головного мозку довели, що підсвідома нервова діяльність великою мірою впливає на свідомість людини. Результати досліджень реакцій головного мозку на подразники дають точну уяву про нейронні процеси і пов'язані з ними когнітивні й емоційні реакції. Дані дослідження в першу чергу стосуються аспектів візуального сприйняття, оскільки саме вони відіграють найбільшу роль під час вибору й купівлі товару. Таким чином, нейромаркетинг знаходить пряме застосування у розробці стандартів мерчандайзингу.

Мерчандайзинг – це сукупність методів і технік, направлених на підвищення рівня продажів за допомогою грамотного розміщення товару у торговельних точках. Існує дві спрямованості мерчандайзингу як науки: мерчандайзинг у сфері ритейлу (тобто, в інтересах торговельної точки), а також мерчандайзинг у сфері постачання (тобто, в інтересах виробника та/або власника бренду). Дана стаття присвячена мерчандайзингу у сфері постачання.

Поведінка споживача у торговельній точці залежить від типу мотиваційної структури психіки, яка йому притаманна. Структура мотивації поєднує в собі чотири основні категорії (мотиви): безпека, соціальність, успішність та зверхність (альфа-мотив) і новаторство.

За своєю емоційною структурою цільові групи помітно відрізняються між собою. При дії однакових подразників індивід сприймає інформацію вибірково, в залежності типу емоційної системи. Споживач, який концентрує свою увагу лише на цінових посланнях, задовольняє лише свою потребу у безпеці. Усі інші потреби (мотиви) залишаються незадоволеними й загубленими в лімбічній системі.

Для задоволення решти потреб (мотивів) необхідно впливати на всі п'ять органів чуття споживача – зір, нюх, слух, дотик, смак. Для контролю поведінки споживача у торговельній точці необхідно визначити, який тип мотивації переважає у цільової аудиторії, й відповідно підібрати тип емоційного посилу.

У 2002 році сумісно з Віденським інститутом функціональної топографії головного мозку імені Людвіга Больцмана було проведено дослідження з виміру активності головного мозку при візуальному сприйнятті товарних презентацій. Метою дослідження був вимір нейромагнітної активності мозку при візуальному сприйнятті раціонально і мотиваційно (емоційно) оформлених торговельних презентацій. В дослідженні брало участь 40 осіб (20 чоловіків і 20 жінок, віком від 20 до 60 років).

Під час перегляду 600 фотокарток товарних презентацій, за допомогою магнітної енцефалографії вимірювалась нейромагнітна активність головного мозку. Фотокартки були поділені на групи за емоційними темами, такими як агресія, усміхнені люди, похмурі люди, престиж, влада, природа, хвороба,

родина, друзі, діти, розслаблення. Фотокартки демонструвалися піддослідним у довільному порядку. Піддослідний також повинен був оцінити товарну презентацію (подобається/ не подобається/ нейтрально), натиснувши на відповідну кнопку.

Результати досліджень показали наступне:

1. Чим вища емоційність товарної презентації, тим вища нейронна активність.

2. Чим вища нейронна активність, тим вища готовність прийняття рішення.

3. Процес протікання нейронної активності у чоловіків та жінок дуже відрізняється.

4. Нейронну активність у чоловіків та жінок викликають різні мотиви. Сильне нейронне збудження у чоловіків викликають такі теми як агресія та успіх. На жінок найбільше вплинули фотокартки, які зображали розслаблений стан, усміхнених людей, дитину.

5. Різні товарні групи викликають неоднакову нейронну активність.

6. З віком нервова активність знижується.

Дослідження впливу запахів на процес прийняття рішення щодо купівлі товару довели, що чим нижча емоційна наповненість візуального подразника, тим вища можливість емоційного впливу на споживача за допомогою запахів. Якщо візуальний подразник несе в собі сильний емоційний імпульс, то запах не грає важливої ролі.

Візуальні подразники за ступенем впливу сильніші, ніж запах. Нейронна активність під впливом запаху у жінок вища, ніж у чоловіків, оскільки чоловіки більш сприйнятливі до візуального подразника. При цьому, невідповідність запахів із візуальним подразником посилює негативний ефект (зображення з хворими людьми не сумісні з тонким ароматом троянд).

**Висновок.** Грамотний маркетинг і майстерні продажі можуть значно збільшити прибуток компанії. При цьому дохідність товару можна збільшити у декілька разів за рахунок ефективного мерчандайзингу.

Використання основ нейромаркетингу в розробці стандартів мерчандайзингу дало позитивний результат у найбільших всесвітньовідомих брендів.

Основні тези нейромаркетингу для створення роздрібних концепцій:

1. Вивчити емоційну (психографічну) структуру цільової аудиторії.

2. Не просто викладати товар, а створити презентацію з емоційними асортиментними історіями.

3. Використати професійно розроблені фотоконцепції. Грамотно розроблені і правильно розташовані фотографії створюють позитивний настрій і допомагають «вести» покупця по торгівельній залі.

4. Загальне оформлення («інсценування») магазину повинне слідувати єдиному коду, уникати невідповідностей.

5. Правильно підібраний персонал – це генератор позитивних емоцій, а тому, головне джерело прибутку.

#### **Список використаних джерел**

1. Толмачева І.А. Ефективний мерчандайзинг. Погляд постачальника./ І.А. Толмачева – СПб.: БВХ-Петербург, 2012. – 160 с.: іл. – (Фактор росту)
2. Трайндл А. Нейромаркетинг – візуалізація емоцій / Арндт Трайндл; Пер. з нім. – 3-є вид. – М.: Альпіна Паблішерз, 2011. – 115 с.
3. Ліндстром М. Buyology – захоплююча подорож до мозку сучасного споживача/ Мартін Ліндстром – М. Ескмо, 2010 – 240 с.
4. <http://www.neurosciencemarketing.com>

S.V. Petrovska, M.O. Shekhovtsova

#### **NEUROMARKETING IN MERCHANDISING STANDARDSFORMATION**

This article examines the concept of neuromarketing as a new type of marketing, intended for the consumer's choice prognosis. A number of applied researches providing the effectiveness of neuromarketing technologies use in the merchandising standards formation are analyzed.

To control the behavioural pattern of the target group, a marketer has to define the type of psychological motivation structure.

There are four types of motivational structure: safety, social motive, success and dominance (Alpha-motive), innovation. To satisfy all consumer needs, all four motives should be mentioned in the merchandising structure.

However, the harmony of different types of message should be taken into account. Inappropriacy between visual, audible, nasal, gustatory and tactile message eventually will lead to the loss of customer attention and, even more, will deter them.

Good marketing and workshops sale can significantly increase the company's profit. At this the yield of goods can be increased several times through effective merchandising.

The use of the foundations of neuromarketing in developing merchandising standards gave a positive result in the largest world-known brands.

Keywords: merchandising, neuromarketing, the study of brain, motif, consumer behaviour.

УДК: 658.336:656.7.071(477)(045)

О.В. Полоус

## **ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОВІДНИХ АЕРОПОРТІВ УКРАЇНИ**

*В статті досліджуються тенденції формування трудового потенціалу провідних аеропортів України та їх вплив на загальний розвиток авіаційної галузі.*

*Ключові слова: трудовий потенціал, формування, розвиток, аеропорт, ефективність, управління.*

*В статье исследуются тенденции формирования трудового потенциала ведущих аэропортов Украины и их влияние на общее развитие авиационной отрасли.*

*Ключевые слова: трудовой потенциал, формирование, развитие, аэропорт, эффективность, управление.*

**Постановка проблеми.** В останні роки спостерігається стабілізація та зростання об'ємів перевезень пасажирів та вантажів повітряним транспортом, що у майбутньому потребуватиме забезпечення підвищення безпеки та ефективності функціонування мережі аеропортів. Виконання цих вимог, в першу чергу, залежить від стану наземної виробничої бази аеропорту, оснащення її сучасними виробничими комплексами та відповідними засобами механізації, а також висококваліфікованим та професійно досконалим персоналом, адже одночасно з об'ємами перевезень зростають також вимоги до якості наземного обслуговування авіаперевезень, і, як наслідок, до формування трудового потенціалу аеропортів. Від кількісних та якісних характеристик трудового потенціалу в значній мірі залежить ефективність діяльності та конкурентоздатність аеропортів. Накопичений раніше досвід, традиції, економічні та фінансові зв'язки, які існували раніше між аеропортами та авіакомпаніями поступово можуть втрачати свою актуальність у зв'язку з новими вимогами авіаперевізників та потенційних клієнтів. В даних умовах особливого значення набувають нові підходи та нестандартні рішення з управління формуванням та розвитком трудового потенціалу аеропортів.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Слід зазначити, що питанням формуванням та розвитку трудового потенціалу аеропортів присвячується невелика кількість праць сучасних дослідників. Зокрема, інформацію щодо галузі можна прослідкувати за матеріалами Державної авіаційної служби України та підсумками діяльності авіаційної галузі. Питанням дослідженням загальної транспортної політики України присвячені праці Сирийчика Т., Фургальської А., Клімкевича Ч., Камола М., Дяченко Т., Пугачова М., Філіпенко О.

**Мета статті.** Метою статті є дослідження та аналіз тенденцій формування трудового потенціалу провідних аеропортів України.



**Вклад основного матеріалу дослідження.** Транспорт відіграє одну з ключових ролей в економічному розвитку України. Досягнення стійкого економічного зростання є неможливим без ефективної системи транспортних комунікацій. За даними Державної служби статистики України частка транспортної діяльності у створенні валової доданої вартості становить 13%.

Державною програмою розвитку транспортної галузі передбачається її поступове інтегрування у європейську та світову транспортну мережу, оскільки надійні міжнародні транспортні комунікації створюють необхідні умови для прискореного розвитку, сприяють вирішенню важливих завдань сьогодення у зовнішньоторговельних операціях й дозволяють збільшити обсяги міжнародних перевезень. Важливим тут є дотримання вимог євростандартів. Інтеграція національної транспортної інфраструктури в єдину транснаціональну мережу є державним пріоритетом дій на найближчі роки [1]. На даний час в Україні функціонує понад 30 аеропортів різного типу, з яких 16 можна вважати основними. На ринку авіаційних перевезень, як внутрішніх так і міжнародних, працює близько 40 українських авіакомпаній для пасажирських та вантажних перевезень. Майже 50 іноземних авіакомпаній регулярно здійснюють рейси до України.

Українська авіаційна транспортна система перебуває на шляху інтеграції до загальноєвропейської. Для упровадження в Україні концепції «Єдиного неба» приведено у відповідність із стандартами Євроконтролю систему стягнення аеронавігаційних зборів, автоматизовано всі районні центри управління повітряним рухом. Інтеграція у Спільний авіаційний простір, що передбачає адаптацію системи економічного регулювання авіаційних перевезень до європейського законодавства, є сьогодні одним із пріоритетів розвитку галузі. Досвід країн, у т.ч. таких як Польща, Чехія, Угорщина, які відкрили небо, включно й для дешевих перевізників, показує, що традиційним національним компаніям вдалося зберегти свій сегмент ринку. Нові дешеві перевізники зосередили свою динаміку на нових шляхах і нових споживачах. Доступ до авіаперевезень розширився для багатьох звичайних громадян, які виявилися найголовнішими бенефіціантами політики відкритого неба. Однак найбільшим питанням залишається дисбаланс, що утворився між реальними вимогами до цивільної авіації сьогодні з огляду на участь України в ряді міжнародних організацій і агенцій, прагнення щодо євроінтеграції і нові можливості для національних перевізників, та існуючою авіаційною системою в країні і нормативною базою, що регулює її діяльність. Одним з основних питань на сьогодні є поступова адаптація національної законодавчої бази до міжнародних конвенцій, угод, а також європейських *acquis communautaire*. Поки зберігається повна державна або комунальна власність на землю, на якій розташовані злітно-посадкові смуги та аеропортові споруди, слід відкрити

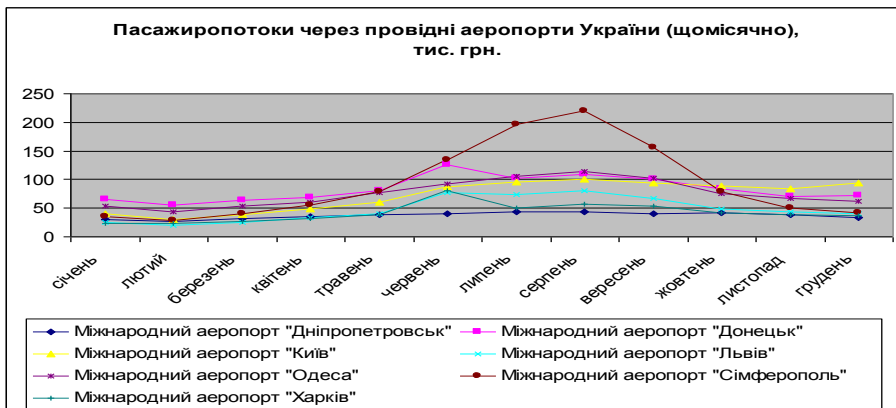
аеропорти для інвесторів, але зберегти право контролю над операціями, де це необхідно, з причин національної безпеки. Одна з можливостей – формування тендерних пропозицій для управління аеропортами. Участь таких інвесторів може бути вирішальною: крім їхньої транспортної діяльності, вони також можуть вкладати кошти в оточення аеропортів, наприклад, у готелі, конференц-холи, магазини, автостоянки. Усе це має диверсифікувати доходи аеропортів.

Рекомендується служби управління повітряним рухом структурно відділити від аеропортових органів – у цьому аспекті Україна фактично йде попереду деяких держав ЄС. Це забезпечить фінансову прозорість цілей, пов'язаних із авіаційною інфраструктурою. Виконання завдань із управління аеропортами та необхідність значного інвестування в аеропорти не загрожуватиме службам управління повітряним рухом обмеженням можливостей їхнього розвитку.

Якщо б такого розмежування не було, то ситуація могла б погіршитися в разі значного зростання пасажирообігу, і пріоритетом були б інвестиції, які збільшили б пропускну спроможність пасажирських терміналів. Тим часом, із приєднанням до «Єдиного європейського неба» необхідно буде здійснювати додаткові витрати на придбання та модернізацію аеропортової інфраструктури, обладнання, програмного забезпечення, навчання та наймання додаткових авіадиспетчерів, щоб українські служби повітряного руху могли ефективно конкурувати з іншими службами в наданні авіаційних послуг у власному – а колись, можливо, і в іноземному – повітряному просторі. Рекомендується також застосовувати, на додаток до систем ІКАО (Міжнародної організації цивільної авіації), створену в ЄС систему ліцензування/сертифікації льотного складу та сертифікації обладнання. Вона, наприклад, буде корисною для пошуку роботи в авіакомпаніях Союзу [2, С. 10-13].

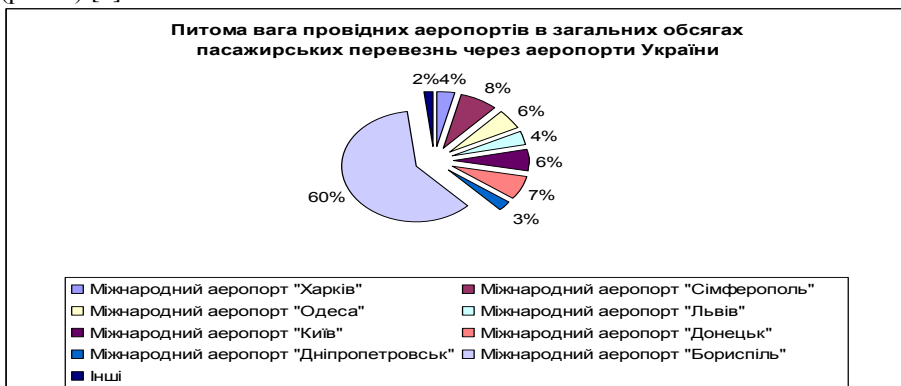
Так, комерційні рейси вітчизняних та іноземних авіакомпаній обслуговували 26 вітчизняних аеропортів та аеродромів. За підсумками 2012 року пасажиропотоки зросли порівняно з 2011 роком на 13,2 відсотка та досягли відмітки 14,1 млн.чол, поштовантажопотоки зменшились на 4,7 відсотка та склали 45 тис.тонн. Пасажиропотоки через провідні аеропорти України наведені на рис. 1.

Слід відмітити, що на сьогодні 98 відсотків загальних пасажиропотоків та 92 відсотка поштовантажопотоків припадає на 8 основних аеропортів: Бориспіль, Дніпропетровськ, Донецьк, Київ (Жуляни), Львів, Одеса, Сімферополь та Харків.



**Рисунок 1. Пасажиропотоки через провідні аеропорти України за 2012 рік**

У звітному році пасажиропотоки в аеропорту Бориспіль зросли порівняно з даними за 2011 рік на 5,5 відсотка, Дніпропетровськ - на 4,2 відс., Донецьк - на 20,6 відс., Київ (Жуляни) - на 83,5 відс., Львів - на 94 відс., Одеса - на 10,1 відс., Сімферополь - на 15,6 відс., Харків - на 62,5 відсотка (рис. 2) [3].



**Рисунок 2. Питома вага провідних аеропортів в загальних обсягах пасажирських перевезень через аеропорти України в 2012 році**

Адміністративне управління підприємством залежить від характеру діяльності даного підприємства і від тих функцій, які покладає на себе адміністрація. Функціонування аеропорту слід розглядати як операційну

систему, що об'єднує різні ресурси і засоби, призначені для надання великої кількості різноманітних видів послуг з обслуговування авіаперевезень.

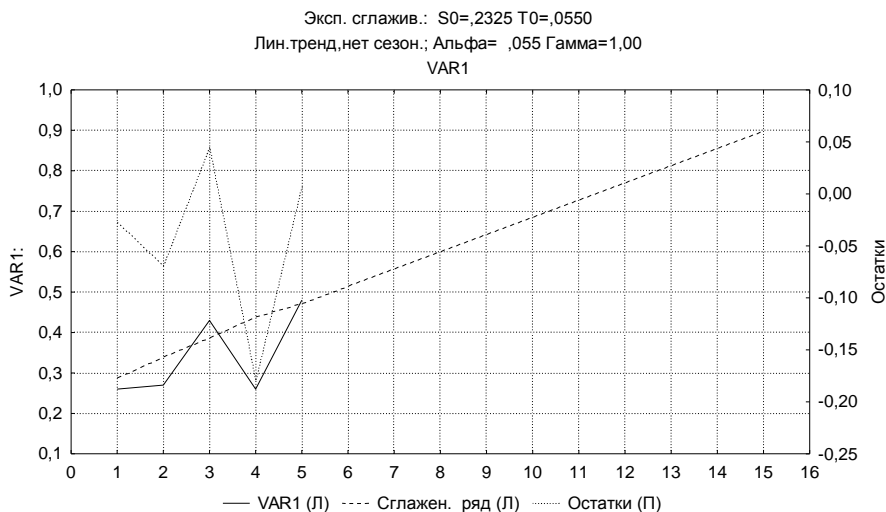
Аеропорт як система обслуговування функціонує в основному в сфері надання послуг і, відповідно, не виробляє конкретного продукту, на відміну від авіакомпаній, для яких «продуктом» є перевезений пасажир, багаж, вантаж, пошта.

Таким чином, система управління (адміністрування) і критерії оцінки діяльності адміністрації аеропорту відрізняються від подібних систем і критеріїв, прийнятих у сфері промислового і торгового виробництва. На діяльність персоналу аеропорту та її оцінку впливають фактори, що значно відрізняються від факторів, які оцінюють діяльність виробничих підприємств. Основна відмінність, як вже було сказано, полягає в тому, що діяльність аеропорту оцінюється не кінцевим «продуктом», а рівнем обслуговування цього «продукту» шляхом забезпечення безпеки, регулярності, пунктуальності, надійності, пропускної спроможності і відповідного стандарту якості.

У технічному аспекті аеропорт від промислових і товарних підприємств відрізняється, перш за все, режимом роботи. Режим роботи аеропорту носить постійний, цілодобовий і оперативний характер. Крім цілодобового обслуговування авіаперевезень потрібна постійна готовність до роботи в аварійних ситуаціях в будь-який час доби. Неоднорідність обслуговування пасажирів, клієнтури, вантажовідправників і вантажоодержувачів, а також самих авіакомпаній вимагає від аеропорту і його персоналу оперативного реагування на мінливі умови при наданні різних видів послуг.

Виходячи з вище зазначеного, важливого значення набувають питання формування, використання та розвитку трудового потенціалу аеропортів, адже саме від його кількісних та якісних характеристик буде залежати подальша стабільність та ефективність господарської діяльності. Автором пропонується провести дослідження тенденцій подальшого формування трудового потенціалу провідних аеропортів України.

На основі проведеного інтегрального оцінювання сформованості трудового потенціалу провідних аеропортів, що включало в себе такі показники як частка винагород, плинність кадрів, частка працівників з вищою освітою, частка робочих, частка адміністративно-управлінського персоналу, частка керівних кадрів, частка працівників, зацікавлених в професійному розвитку, частка працівників, що навчалися, витрати на навчання та адміністративні витрати за 2008-2012 роки був побудований прогноз їх подальшого розвитку (рис. 3).



VAR1 (Л) – значення інтегральних показників оцінки сформованості трудового потенціалу; Згладжений ряд (Л) – прогнозування інтегральних показників оцінки сформованості трудового потенціалу на 10 послідуєчих періодів; Залишки (П) – лінія експоненційного згладжування

### Рисунок 3. Прогнозування інтегральних показників оцінки сформованості трудового потенціалу провідних аеропортів України

Застосована модель адаптивного згладжування дозволяє прослідкувати тенденції розвитку трудового потенціалу, включаючи дослідження якісних та кількісних характеристик, що охоплюють динаміку чисельності персоналу аеропортів, його структуру та професійно-кваліфікаційні характеристики. Прогнозування сформованості трудового потенціалу поєднує аналіз, прогноз та планові розрахунки та є важливою складовою загального аналізу ефективності діяльності аеропортів за допомогою математичного апарату, що в подальшому здатний впливати на розміщення виробничих сил, розвиток медичного та соціального забезпечення та ін..

**Висновки.** Таким чином, при здійсненні управління формуванням та розвитком трудового потенціалу аеропортів доцільно використовувати системний підхід. Такий підхід зазвичай забезпечується відповідною політикою, яка передбачає розподіл загальної задачі управління на деяку кількість більш дрібних цільових задач. Це саме ті задачі, які в подальшому утворюють основу для розробки керівництвом оперативного плану управління аеропортом, за яким можна судити про ефективність роботи всієї

системи обслуговування. Керівництво несе відповідальність за всю діяльність персоналу аеропорту при реалізації даного плану. Постановка задач та існування формального плану дій для їх реалізації допомагає визначити ті з них, які можуть бути виконані безпосередньо керівництвом, та ті, які виконуються відповідними персоналом аеропорту. Перевага системного підходу полягає у можливості уникнути суб'єктивних оцінок, меншому виявленні особистісних особливостей та у можливості вдосконалення управлінської діяльності.

#### **Список використаних джерел**

1. Офіційний портал державної авіаційної служби України [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.avia.gov.ua/>
2. Сирийчик Т., Фургальські А., Клімкевич Ч., Камола М., Дяченко Т., Пугачов М., Філіпенко О. Транспортна політика України та її наближення до норм Європейського Союзу / За ред. Марчіна Свенціцькі. – К.: Аналітично-дорадчий центр Блакитної стрічки, 2010. – 102 с.
3. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2012 рік / Офіційний сайт Державнавіаслужби України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://avia.gov.ua/uploads/documents/8704.pdf>

O.V. Polous

#### **TRENDS OF FORMING THE WORK POTENTIAL OF LEADING AIRPORTS OF UKRAINE**

This article investigates the trends of forming the work potential of leading airports of Ukraine and their impact on the overall development of the aviation industry. The role of air transport for economic and social development are defined. Significance of the development of the aviation industry for sustainable growth of transport communications was shown. The basic differences between the staff of the airport and business enterprises are established. The key factors that influence the activity of personnel are analyzed. Continuous, non-stop and operational nature of the airport staff activity are highlighted. A study of trends in the formation of work potential of the major airports on the basis of integrated assessment indicators of work potential are conducted. Adaptive smoothing model to determine trends in the work potential of both the quantity and quality parts are applied. The importance of analyzing the work potential by using mathematical tools for the location of productive forces, the development of health and social security are emphasized. Rationality using a systematic approach to managing the formation and development of the work potential of airports are defined.

Keywords: work potential, formation, development, airport, effectiveness, management

УДК 519.254

Примак Т.О

## **АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ЗАХОДІВ В КОМПЛЕКСІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ РІЗНИМИ ТИПАМИ ПІДПРИЄМСТВ**

*Статтю присвячено питанням щодо застосування сучасних інструментів маркетингових комунікацій та аналізу їх дії на споживачів, їх ефективного використання для різних типів підприємств. Досліджено основні теоретичні аспекти зовнішніх і внутрішніх комунікацій у системі управління підприємством як складової його ефективного функціонування. Розглянуто необхідність використання складових комунікативної політики підприємств в кризовий період. Обґрунтовано необхідність застосування комплексу маркетингових комунікацій та роль політики маркетингових комунікацій в авіаційно-транспортній сфері. Визначено необхідність авіаційної галузі для виведення країни з кризи та особливості засобів впливу маркетингової комунікації на ринку авіаційних перевезень. Обґрунтовано необхідність використання в сучасних умовах системи маркетингових комунікацій з метою підвищення ефективності комунікативної політики.*

Ключові слова: комунікації, маркетингова комунікація, реклама, стимулювання збуту, TTL, авіаційний маркетинг.

**Постановка проблеми.** Безперечно в умовах ринкової економіки в управлінні будь-яким підприємством одним з першочергових завдань є введення механізмів формування комплексу маркетингових комунікацій. Маркетингові комунікації є потужним інструментом впливу як на внутрішнє, так і на зовнішнє середовище підприємства. Але в сучасній діяльності підприємств маркетингові комунікації сприймаються здебільшого як допоміжна діяльність. Часто її ототожнюють лише з просуванням продукції. Застосовують відособлено, а не в комплексі з іншими елементами маркетингу, подекуди завдання окремих комунікаційних інструментів суперечать іншим. Відповідно це призводить до зниження сприйняття маркетингових комунікацій, ускладнення їх інтеграції в систему управління підприємством, і, як наслідок, призводить до неефективної діяльності.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій** показав, що питаннями управління комунікаційними процесами, визначенням місця маркетингових комунікацій у системі управління підприємством присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, таких, як: Д. Аакер, Дж. Бернет, Б. Берлесон, Г. Стейнер, Дж.Л. Лейхіфф, Б.З. Мільнер, А. Войчак, Г. Почепцов, О. Фісун, Н. Григор'єва, М. Плотніков, В. Різун, В. Рева та ін. Проте питання щодо розрізненого застосування теорії маркетингових комунікацій з позиції диференціації взаємодії її елементів на різні типи підприємств залишаються недостатньо дослідженими. Маркетингову політику комунікацій на

вітчизняних промислових підприємствах розглядають Моїсеєва Н.К., Гріфін Т., Євдокимов Ф.І., Гавва В.М., Крилов В.І. Авторами визначено, що маркетингова політика комунікацій складається з таких основних засобів маркетингового впливу на чітко визначений ринок або конкретну його частину: реклама; стимулювання збуту; участь у виставках; формування суспільної думки; ділове листування; пряма поштова реклама та Інтернет; представницькі заходи. Але не досліджено ефективність їх впливу при використанні промисловим, транспортним чи іншим видом підприємства. В зарубіжній економічній літературі описана оцінка необхідності та ступінь залучення підприємства до процесу маркетингових комунікацій, і зазначено що вони відбуваються поступово і тісно пов'язані зі специфікою функціонування того чи іншого бізнесу.

**Метою цієї статті** є розгляд та аналіз сучасних теоретичних засад щодо ефективності використання інструментів маркетингових комунікацій у комплексі підприємствами, що діють в різних галузях. Разом з тим, потребує подальшого розгляду питання аналізу комунікативної політики вітчизняних підприємств в сучасних умовах та визначення напрямів підвищення її ефективності.

**Виклад основного матеріалу.** Завоювання ринку неможливо без зв'язків, контактів і відносин як всередині, так і ззовні компанії, тобто без використання маркетингових комунікацій і створення свого специфічного маркетингового простору. Хаотичне застосування різних інструментів маркетингових комунікацій: реклами, спонсорства, стимулювання збуту, заходів PR – малоєфективне для компанії. Досягнення оптимального впливу на споживача забезпечується за допомогою комплексного охоплення маркетинговими комунікаціями цільової аудиторії компанії. Необхідно об'єднувати різні форми просування в єдину послідовну програму – комплекс маркетингових комунікацій. Численні наукові дослідження в цій області формують парадигму маркетингової комунікативної політики. Формування в 90-х роках минулого століття концепції маркетингових комунікацій привело до революції в області просування, як впровадження в 60-х роках концепції маркетингу - мікс повністю змінило практику маркетингу. Однак більшість сучасних робіт присвячені загальній теорії маркетингових комунікацій або її складовим, таким, як паблік рілейшнз, реклама. Окремі роботи присвячені теоретичним і практичним проблемам інтегрованих маркетингових комунікацій, зокрема, складовим маркетингових комунікацій, їх організації та планування. Найбільш вагомий внесок у розробку і створення парадигми маркетингових комунікацій внесли американські та англійські вчені, які вперше застосували системний підхід при вирішенні задач такого типу. Зараз маркетинговими комунікаціями називають TTL-комунікації (від англ. «Through-the-line» - крізь рамки звичних ATL і BTL).



Дослідження теоретичних засад маркетингових комунікацій підприємств, перш за все, потребує визначення сутності поняття «комунікація». Аналіз поглядів різних сучасних фахівців у сфері управління комунікаціями дозволив уточнити їх значення. Комунікація – це інформаційно-психологічні зв'язки між ринковими суб'єктами (споживачами, постачальниками, посередниками і т.д.), які встановлюються для забезпечення їх господарської діяльності з метою підтримання довготривалих взаємовигідних стосунків між ними в процесі створення певних цінностей. [4]. Маркетингова комунікація – двобічний процес: з одного боку, передбачається вплив маркетингових технологій на цільові й інші аудиторії, а з іншого – одержання зустрічної інформації про реакцію цих аудиторій на результати впливу, що здійснюється фірмою. Обидві ці складові однаково важливі, їхній взаємозв'язок дає підставу говорити про маркетингову комунікацію як про систему. Жодне підприємство не може охопити всі ринки збуту своєю продукцією та задовольнити потреби усіх верств споживачів. Навпаки, концентруючи зусилля на окремій цільовій аудиторії, підприємство досягає максимального успіху.

Успіх маркетингової комунікаційної політики багато в чому залежить від правильного вибору засобів комунікації. Серед науковців не існує єдиної думки щодо інструментів маркетингових комунікацій: одні виокремлюють лише чотири основних, інші – всі можливі, включаючи їх комбінації. Необхідно зазначити, що традиційний маркетинговий комплекс продуктивно працює в матеріальному виробництві, однак у сфері послуг існують додаткові чинники, що потребують особливої уваги. Їх вивчення забезпечить оцінку ефективності використання маркетингових комунікацій в тій чи іншій сфері діяльності. Ще Котлер зазначив, що „Фірма, котра хоче досягти більшого, ніж випадковий продаж, повинна розвивати програму комунікативності – інформації потенційних клієнтів про свої товари і стимулювання збуту” [3, с. 135]. Оцінка ефективності маркетингових комунікацій є важливою складовою аналізу та формування комплексу маркетингових комунікацій, що дозволяє визначити, наскільки успішним був той чи інший промо-захід. У наш час для оцінки ефективності широке застосування отримали методи, що базуються на використанні математичних моделей прийняття рішень. Для оцінки ефективності маркетингових комунікацій використовують такі моделі: модель Юла; модель Видейля-Вольфа; модель ADBUDG; модель Данахера-Руста. Їхнє застосування зумовлено тим, що людина не в змозі самостійно оцінити та врахувати велику кількість факторів. Тому актуальним є застосування математичних методів прийняття рішень, спеціальних програмних засобів та комп'ютерів. Кожна з даних моделей використовує такі показники, як обсяги продажу фірми, та враховує витрати на стимулювання збуту.

Підприємствам дедалі важче стає визначати, який набір маркетингових комунікаційних необхідно використовувати в тій сфері, якій вони ведуть свою економічну та господарську діяльність. Безперечно всі моделі мають переваги та недоліки, і питання, “Яку саме модель використовувати?”, залежить від специфіки діяльності підприємства та методів стимулювання збуту, які воно використовує. Це призводить до ретельного аналізу роботи усіх каналів комунікацій з метою створення у споживача чіткого, послідовного і переконливого уявлення про підприємство, та продукцію, яку воно випускає. На перший план виходить ретельне планування кожного кроку щодо засобів просування товару на ринок, капіталовкладень в його підтримку та розвиток на кожному етапі життєвого циклу. А для ефективного впровадження зовнішніх інструментів комунікації, в першу чергу, налагоджується внутрішня комунікаційна політика. Завжди транспортна галузь була і залишається однією з основних сфер що збільшувала надходження до бюджету країни. І в кризовий період для України, що володіє розвинутою інфраструктурою залізничного, водного, автомобільного та авіатранспорту, транспортний сектор не в цілому задовольняє навіть базові потреби економіки та населення у перевезеннях. Залишаються невирішеними численні проблеми, що перешкоджають розвитку транспортної галузі та розширенню масштабів надання галузям економіки і населенню високоякісних транспортних послуг. Збільшення попиту на транзитні перевезення стане додатковим стимулом для удосконалення якості транспортної інфраструктури. Завдання прискорення економічного зростання України можливо виконати лише шляхом ефективного використання транспортної інфраструктури та її динамічного розвитку.

На сучасному ж етапі особливо стратегічно важливою галуззю економіки України стає ринок авіаперевезень – один з найбільш високотехнологічних та динамічних. Загальний розвиток ринку авіаперевізків спрямований на зміцнення галузі та побудову надійних авіаційно-транспортних підприємств, що сприятиме виходу країни з кризи. [1, с. 5] Маркетинг є важливою концепцією управління авіаційно-транспортним підприємством, організації оптимально ефективної роботи всіх його підрозділів. Але в останні роки загострення конкурентної боротьби та революційний кризовий період спонукає до зосередження уваги авіаперевізників на питаннях ефективності застосування у своїй діяльності методів і прийомів маркетингу. Набуває стратегічного значення проблема виявлення, вивчення потреб та залучення потенційних клієнтів до обслуговування саме вітчизняною фірмою. При цьому найважливішим елементом комплексу маркетингу для авіаперевізників стають маркетингові комунікації, ефективне використання й налагодження яких необхідне не

тільки для розвитку, а й для існування самого авіаперевізника. Тому особливої необхідності набувають дослідження щодо застосування інструментів маркетингових комунікацій та оцінки ефективності їх використання за допомогою використання математичної моделі. Крім того надання авіатранспортних послуг пов'язано з обслуговуванням великої кількості клієнтів (фізичних і юридичних осіб), тому авіаперевізники, як ніхто інший, зобов'язані віддавати пріоритет загальнолюдським, а не вузьковідомчим інтересам. Аналіз сутності концепції маркетингу відносин вказує на те, що процес комунікації виступає основою всієї системи ринкових взаємин, а починається він саме з механізму маркетингових комунікацій.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Стан економіки країни, стан ринку, невисокі показники рівня забезпеченості населення та виробництва, подальше зростання різноманіття пропозиції товарів і послуг змушують підняти питання про ефективне використання маркетингового комплексу в авіаційній галузі. Авіатранспортна галузь – стратегічно необхідна сфера для залучення додаткових грошових коштів до бюджету країни та виведення України з кризи. Авіатранспортні підприємства для більш ефективної роботи мають застосовувати у своїй діяльності систему маркетингових комунікацій, тобто забезпечити одночасне використання різних каналів комунікацій, що створить можливість підвищення ефективності комунікативної політики авіатранспортного підприємства. Розуміння сутності та природи існування маркетингових комунікацій авіатранспортним підприємством дасть можливість їх ефективніше використовувати, не спрямовувати зусилля з маркетингових комунікацій тільки на просування продукції, а й на застосування їх для управління підприємством, налагоджування довготривалих партнерських стосунків між суб'єктами ринку. Перспективами подальших досліджень є оцінка ефективності комунікативної політики авіатранспортного підприємства за допомогою економіко-математичних моделей.

#### **Список використаних джерел**

1. Вовчак А. В., Приймак Т. О. Маркетингові комунікації у концепції відносин // Маркетинг в Україні №3 2003р. – с. 14-17.
2. Котлер Ф. Основи маркетинга [Текст]: Пер. с англ. – М.: Бизнес-книга; ИМА-Кросс. Плюс, 1999. – 702 с.
3. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління ринковою діяльністю підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. доктора екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Т.О. Примак. – К., 2004. – 26 с.
4. Подреза С.М. Промисловий маркетинг: визначення сегментів ринку: Текст лекцій. – К.: НАУ, 2003. – 64 с.
5. Теория маркетинга [Текст]/ Под ред. М. Бейкера. – Спб.: Питер, 2002. – 464 с.

## **THE ANALYSIS OF USE OF MODERN MEASURES IN THE COMPLEX OF MARKETING COMMUNICATIONS FOR EFFECTIVE MANAGEMENT OF DIFFERENT TYPES OF ENTERPRISES**

The article describes the application of modern marketing communication tools and analysis of their effects on consumers and their effective use in various types of businesses. The basic theoretical aspects of internal and external communications in the enterprise management system as part of its effective functioning. Consider the need for component communication policy of enterprises in crisis. The necessity of application of complex of marketing's communications and role of policy of marketing's communications for/in an air-transport's environment is grounded. The necessity of the airline industry for the country out of crisis and features leverage marketing communication for the air transportation market. The necessity to use modern terms of marketing communications in order to improve the efficiency of communication policy.

Key words: communication, marketing communication, advertising, sales promotion, TTL, aviation marketing.

УДК 656.71: 339.138 (045)

Радченко О.А., Чернікова О.Г.

## **СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ АЕРОПОРТІВ**

*В статті розглянуті питання стратегічної діяльності аеропортів. На підставі аналізу факторів макросередовища запропоновано використовувати метод сценаріїв з метою виділення бажаних та небажаних напрямків розвитку аеропорту.*

*Ключові слова: аеропорт, стратегічний аналіз, метод сценаріїв.*

*В статье рассмотрены вопросы стратегической деятельности аэропортов. На основании анализа факторов макросреды предложено использовать метод сценариев с целью выделения желательных и нежелательных направлений развития аэропорта.*

*Ключевые слова: аэропорт, стратегический анализ, метод сценариев.*

**Актуальність дослідження.** Сучасний світовий розвиток дуже динамічний, що знаходить своє відображення у політичних діях країн, макроекономічних факторах, соціальних змінах суспільства, технологічних інноваціях тощо. Різні типи змін зовнішнього середовища допомагають визначити напрями подальшого руху організації. Не звертаючи увагу на те, що зовнішнє середовище має такий значний вплив на діяльність аеропорту (як підприємницької організації), аналіз закінчується виділенням тенденцій в авіаперевезеннях та моніторингом технологічних новацій міжнародних аеропортів. Такий підхід до розвитку стратегічно важливих для України

авіаційних підприємств призвів до того, що сьогодні країна має лише один конкурентноспроможний аеропорт («Бориспіль»), який не в змозі забезпечити все зростаючий попит (як з боку українського споживача, так і з боку міжнародного споживача) на відповідні послуги. Ситуація, яка склалась, багато в чому пояснюється нерозвиненістю сучасних моделей управління, і, відповідно, відсутністю стратегічного аналізу та невмінням користуватись результатами такого аналізу. Як відомо, до недавнього часу всі аеропорти України були складовою частиною авіаційно-транспортної системи СРСР. Завданням аеропортів було виконання державних планів, а рішення що до напрямів розвитку приймалися на найвищому державному рівні і доводились до керівництва у вигляді директив. З отриманням незалежності Україна отримала і самостійність у прийнятті рішень, однак відсутність досвіду, ізольованість від зовнішнього світу призвели до несприятливих умов розвитку країни, зокрема і авіаційно-транспортної галузі. Навіть сьогодні, після 23-річної розбудови ринкової економіки, всі аеропорти розвиваються згідно державного плану, який відповідає зовнішнім умовам. Вищевикладене дає підстави стверджувати, що виникла гостра науково-практична проблема розбудови стратегічного підходу до управління аеропортами України.

**Мета дослідження.** Виходячи з цього, вважаємо за необхідне розробити систему стратегічного аналізу розвитку аеропорту. Така система дозволить організаціям постійно контролювати вплив зовнішніх факторів та своєчасно на них реагувати.

**Вклад основного матеріалу.** Всі аеропорти діють у макросередовищі, яке включає в себе всі значимі фактори зовнішнього середовища – значимі в тому сенсі, що вони враховуються при виборі подальшого руху організації. Аеропорт не має можливості безпосередньо впливати на зовнішні фактори макросередовища, але повинен відслідковувати їх. Наступною структурною складовою зовнішнього середовища аеропорту є мезосередовище, яке характеризується розвитком галузі та конкурентною ситуацією на ринку. У ринковій економіці саме мезосередовище дозволяє підприємству підвищувати конкурентноспроможність та опосередковано впливати на макросередовище.

Безпосередній вплив на аеропорт здійснює мікросередовище, яке включає споживачів, постачальників, посередників, конкурентів, громадськість. Від відносин аеропорту з названими суб'єктами ринку залежить прибуток підприємства, його майбутнє. Для аналізу впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємств використовують різні методики. Вибір тієї чи іншої методики залежить від мети аналізу, від наявних ресурсів для аналізу, від вмінь та навичок менеджера, від галузі та інші. Після виявлення тенденцій необхідно проаналізувати можливі сценарії

подальшого розвитку ситуації та виділити бажані та небажані напрями розвитку аеропорту. Такий аналіз називають методом сценаріїв.

Аналіз сценарію – це здогадний інструмент планування для аналізу зовнішнього середовища у турбулентних умовах та умов, що стрімко змінюються. За допомогою упорядкованого, але все ж таки творчого підходу, аналіз сценарію – це сполучення кількісного та якісного аналізу, який дає багато можливих варіантів майбутньої зміни зовнішнього середовища, скорочуючи цим багато сценаріїв до керуючої кількості можливостей, об'єднує аналіз чуттєвості для з'ясування залежних взаємозв'язків змінних, ізолює тенденції і схеми для взаємозв'язку «сліпих» зон при прийнятті стратегічного рішення і надає основу для прийняття майбутніх рішень за стратегічним положенням. Багато досліджень поставили під сумнів імовірність традиційних методологій прогнозування та знайшли недолік їх точності і, відповідно, корисності. В одному порівняльному обстеженні американських кількісних економетричних моделей, яке проводилося у період з 1970р. по 1975р., було виявлено, що їх точність не могла бути надійно розповсюджена більш чим на дев'ять місяців [2]. Аналогічно, не було знайдено особливих відмінностей у точності кількісних економетричних моделей від більш якісних підходів до прогнозування.

Сучасні організації і галузі промисловості стикаються зі стрімкими структурними змінами, невизначеністю і рішеннями, які мають великі можливості і ризики. Передбачення майбутнього у цьому зовнішньому середовищі вимагає більшого, ніж просто планування на випадок непередбачених обставин, аналізу чуттєвості чи комп'ютерного моделювання. Це також вимагає творчого підходу, проникливості та інтуїції. Планування і аналіз сценарію дозволяє аналітику структурувати ці вимоги.

Відповідно до Шумакера, організації, які зіштовхуються з такими умовами, особливо будуть мати вигоду з планування і аналізу сценарію: невизначеність багато в чому залежить від здатності менеджера передбачати чи пристосовуватись; у минулому відбулося багато дорогокоштуючих сюрпризів; компанія не сприймає чи не виробляє нові можливості; якість стратегічного мислення низька; галузь зазнала значної зміни чи ось-ось зіштовхнеться з нею; компанія шукає простої мови і основи без придушення різноманітності; існують сильні розходження в думках, у багатьох із думок є перевага; конкуренти компанії використовують цей метод [1]. Галузі розвиваються, змінюються за рівнем привабливості. Передбачення того, як ця еволюція буде відбуватися, в кращому випадку є невизначеним завданням. Коли рівні невизначеності дуже високі, аналіз сценарію може бути корисним засобом для підготовки такого майбутнього.

Далі йдуть декілька загальних типів підходів до аналізу сценарію.

1. Кількісні методи

1.1. Створена за допомогою комп'ютера економетрична модель. Ця модель намагається об'єднати велику кількість певних взаємозв'язків між факторами тенденцій. За допомогою змін однієї змінної послідовність подальших впливів аналізується за ефектами петлі позитивного зворотного зв'язку на первісну змінну.

## 2. Якісні методи

2.1. Інтуїтивний метод. Він приділяє особливу увагу якісним змінним, які, як припускається, будуть диспропорціонально впливати на майбутнє. Основні тенденції виявляються та проєктуються на майбутнє для створення «майбутнього без сюрпризів». За цим ідуть зміни деякої тенденції для розкриття інших можливих протиріч.

2.2. Метод Дельфі. У цьому методі група експертів (і внутрішніх, і зовнішніх) опитується окремо (щоб уникнути тенденції однакових відповідей) за допомогою проведення ряду інтерв'ю, що стосуються поточних і можливих майбутніх тенденцій у певному виявленні. Після декількох ітерацій результати статистично оброблюються з урахуванням консенсусу, а також відповідей, що різняться. Підхід Дельфі спрямований на з'ясування послідовних причинних ланцюжків подій і протиріч, які з'являться у майбутньому.

2.3. Аналіз перехресного впливу. Даний підхід також включає думку експертів, але додатково потребує від експертів оцінити вірогідність і час настання майбутніх тенденцій чи подій. Аналітичний продукт – це розподіл вірогідності і часу настання подій, за якими можна з'ясувати вплив усунення однієї тенденції чи однієї події на тенденції чи події, що залишилися. Аналіз перехресного впливу направлений на взаємозалежності між різними виявленими факторами, подіями і протиріччями, які вплинуть на майбутнє.

Гібридний аналіз сценарію з уклоном до якісного підходу здається найбільш ефективним з методів, що застосовуються сьогодні. Ці узагальненні підходи направлені на якісну картину, яка ставить під сумнів основні передбачення про майбутнє. Спочатку розроблюється велика кількість сценаріїв, причому вона скорочується, проходячи чи індуктивні, чи дедуктивні процеси. Незалежно від того, який підхід до аналізу сценарію використовується, зазвичай користуються п'ятьма специфічними цілями:

1. Сценарій PEST. Направлений на зовнішні події фірм. Охоплюються фактори, що менш контролюються: соціальні, технологічні, економічні, політичні і навколишнього середовища. Важлива характеристика сценарію PEST від традиційного PEST-аналізу – це характеристика останнього, яка має в собі залежності факторів для отримання нових конкурентних умов у подальшому.

2. Сценарій чуттєвості. Протилежний сценарію PEST в тому, що суб'єктом аналізу виступають внутрішні фактори, особливо ті, які

контролює фірма. Загальний приклад даного типу аналізу сценарію – це підхід електронної таблиці, що використовує функція фінансів.

3. Сценарій галузі. Направлений на протиріччя, специфічні для галузі, і тенденції, що відповідають встановленій бізнес-моделі фірми. Відмінність від традиційного галузевого аналізу полягає в тому, що цей метод представляє аналіз взаємозалежних послідовностей тенденцій, подій та протиріч протягом часу.

4. Сценарій диверсифікації. Спрямований на специфічні для галузі протиріччя і тенденції, що відповідають потенційним бізнес-моделям, які може здійснювати фірма у майбутньому. Є особливо розвідним за природою і повинен виявляти поточні та майбутні тенденції у поточній галузі фірми. У доповнення до цього, даний тип аналізу сценарію прогнозує перспективи галузевої міграції.

5. Сценарій громадських протиріч. Часто фірми, диспропорційно схильні особливо певним громадським протиріччям, будуть складати сценарій громадських протиріч. Наприклад, нафтова компанія може сконцентрувати аналіз сценарію на економіці енергії за допомогою розробки сценаріїв впливу сили картеля, пошукових робіт, податків і т.п., своїх поточних і майбутніх бізнес-моделей.

Сильні сторони та переваги метода сценаріїв: перевірка варіантів стратегії представлення фірми на основі ресурсів; організаційна гнучкість; заповнення порожнечі прогнозування; управлінський інструмент інформаційного переважання.

**Висновки.** Використання сценаріїв передбачає майбутнє, і за допомогою розпізнання попереджувальних знаків можна уникнути сюрпризів, адаптуватися і діяти ефективно. Рішення, які були опротестовані за рядом варіантів можливого майбутнього, мають більшу вірогідність встояти під випробуванням часу та забезпечити тверезі та стійкі плани дій. Безумовно, кінцевим результатом планування сценарію є не більш точна картина завтрашнього дня, а більш удачливі рішення сьогодні.

#### **Список використаних джерел**

- 1.Schoemaker P.J.H. Scenario planning: A toll for strategic thinking. // Sloan Management Review. – 1995, No.36. – p.25-39].
- 2.Spivey W.,Wroblecki W.J. Surveying recent econometric forecasting performance (Reprint No.106). – Washington: D.C., 1980
- 3.Великая Е.Г. Синергетический подход к обоснованию стратегического развития производственных систем в условиях кризиса /Е.Г.Великая// Аудит и финансовый анализ.-2010. -№1. –С.47-51.
- 4.Городилов С.В. Проблемы и подходы к методическому обеспечению процесса формулирования стратегии на предприятии / С.В. Городилов//Менеджмент в России и за рубежом.- 2010.-№5. –С. 32-33.



5.Казакова Н.А. Стратегический менеджмент /Н.А. Казакова. –М.:Инфра-М,2013. – 239 с.

Radchenko O., Chernikova O.

### **STRATEGIC ANALYSIS OF THE ENVIRONMENTAL IMPACT ON THE AIRPORT ACTIVITIES**

The external environment has a significant impact on the development of the airport as a transport company. Development of strategic analysis system is proposed in the paper. System will allow to continuously monitor the impact of external factors and to respond on time. In today's environment predicting of future requires more than just planning for contingencies. It requires creativity, insight and intuition. Planning and scenarios analysis allows for the analyst to structure these requirements.

In article are considered some general types of approaches to scenario analysis. As strengths sides of a scenario can be selected options of check of firm representation strategy based on resources, organizational flexibility, filling the void sectors of forecasting and management tools of information overload. Using of scenarios can predict the future, and through recognizing of the warning signs we can avoid surprises, to adapt management methods and act effectively.

УДК 336.71

Пристайко О.П.,Швец А.Ю.,

### **ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ РИЗИКІВ ПРИ УПРАВЛІННІ НИМИ**

*В статті розглядаються питання класифікації і управління банківськими ризиками, узагальнено та представлено систему управління ризиками банку.*

*Ключові слова: банківський ризик, ризик менеджмент, система управління банківськими ризиками.*

*В статье рассматриваются вопросы классификации и управления банковскими рисками, обобщена и представлена система управления рисками банка.*

*Ключевые слова: банковский риск, риск менеджмент, система управления банковскими рисками.*

**Постановка проблеми.** Динамічні процеси розвитку і трансформації сучасного ринкового середовища призводять до істотного посилення конкурентної боротьби на внутрішніх та зовнішніх ринках, що зумовлює виникнення факторів, які впливають на організацію та ефективність здійснення банківської діяльності. В умовах ринкової економіки посилюється нестійкість банківської системи. Господарські одиниці починають скорочувати власні кошти і резерви, що призводить до порушення нормального кругообігу кредитних ресурсів і підвищення ризику всіх банківських операцій. Це закономірно супроводжується актуалізацією

проблеми підвищення ефективності управління ризиками банківської діяльності.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблеми оцінки та управління ризиків банківської діяльності розглядаються у вітчизняній та зарубіжній економічній літературі. Вагомий внесок у дослідження даної тематики зробили Ф. Аллен, Е. Бартоломью, С. Бхатачарія, Я. де Віт, Р. Мертон, А. Ньюелл, А. Недосекін, Ж.-К. Роше та інші. Особливо потрібно відзначити дослідження таких авторів, як А. Буздальн, Р. Аляудінов, І. Бланк, Н. Галапуп, Р. Грищенко, В. Вітлінський, В. Бобиль, Ж. Довгань, С. Дмитров, О. Кириченко.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** Праці вчених досліджують проблеми подолання окремих видів ризику банківської діяльності, розробляють методи оцінювання ризику, аналізують основні тенденції розвитку банківської системи. Однак, у вітчизняній літературі та практиці, ще не сформовано єдиного підходу до класифікації ризиків та визначення системи ризик-менеджменту у комерційних банках.

**Мета.** Метою статті є аналітичний розгляд банківських ризиків, дослідження зв'язків між їх класифікацією та необхідності управління ними.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Формування ринку та ринкової інфраструктури, нових механізмів встановлення господарських зв'язків та розвитку підприємництва і конкуренції вимагають розробки теорії економічних ризиків, методів їх оцінки та регулювання на всіх етапах господарювання, а також на рівні кожної господарської одиниці незалежно від виду і форм власності. Значна роль у вирішенні цих проблем має належати банківській системі. Це визначається зростанням банків і ролі кредитних відносин в умовах нестійкості економіки. Банки, по суті, є єдиним власником необхідної інформації щодо фінансового стану підприємств і організацій, кон'юнктуру товарного, позичкового і валютного ринків, економічне становище країни. Останнє свідчить про важливість вивчення банками зовнішніх і внутрішніх комерційних і політичних ризиків своїх клієнтів. Це доцільно, оскільки на сучасному етапі умови сприяють створенню і поліпшенню партнерських відносин господарських одиниць з банками. Як відомо, провідним принципом у роботі комерційних банків в умовах переходу до ринкових відносин є прагнення до отримання більшого прибутку, який обмежується можливістю зазнати збитків. Ризик є вартісним вираженням імовірнісної події, що призводить до втрат. Ризики тим вище, чим вище шанс отримати прибуток. Ризики утворюються з відхилень дійсних даних від оцінки сьогодишнього стану і майбутнього розвитку. Ці відхилення можуть бути позитивними і негативними. У першому випадку мова йде про шанси отримання прибутку, а в другому - про ризики. Кожному шансу отримати прибуток протистоїть можливість збитків. Таким чином,

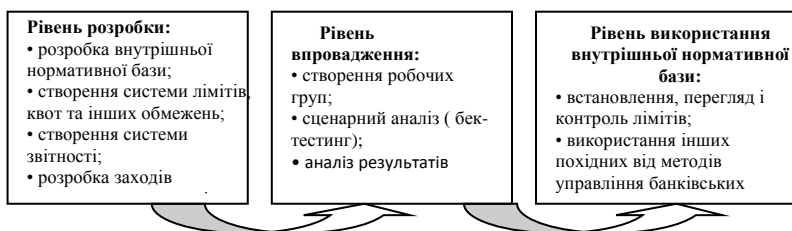
отримувати прибуток можна тільки у випадку, якщо можливість зазнати втрат буде передбачена заздалегідь. Тому проблемам економічних ризиків у діяльності комерційних банків має приділятися значна увага.

До основних засобів управління ризиками можна віднести: використання принципу зважування ризиків; облік зовнішніх ризиків; здійснення систематичного аналізу фінансового стану клієнта банку, його платоспроможності, кредитоспроможності, рейтингу і т.д., застосування принципу поділу ризиків, рефінансування кредитів; проведення політики диверсифікації (широкий перерозподіл кредитів у дрібних сумах, наданих більшій кількості клієнтів, при збереженні загального обсягу операцій банку); видача великих кредитів тільки на консорціальному основі (поділ ризиків за міжбанківськими угодами); використання плаваючих процентних ставок; ведення депозитних сертифікатів; розширення переоблікових операцій банку; страхування кредитів і депозитів; введення заставного права; застосування реальних персональних гарантій і т.д. Якщо розглянути класифікацію банківських ризиків з точки зору комплексних методів оцінки ризику окремого банку, позичальника, країни, то найбільш важливими елементами, покладеними в основу цієї класифікації банківських ризиків є: 1) тип або вид комерційного банку; 2) сфера впливу чи виникнення банківського ризику; 3) склад клієнтів банку; 4) метод розрахунку ризику; 5) ступінь банківського ризику; 6) розподіл ризику в часі; 7) характер обліку ризику; 8) можливість управління банківськими ризиками; 9) засоби управління ризиками.

В даний час, враховуючи напрям діяльності банків, можна говорити про три типи комерційних банків: спеціалізований, галузевий, універсальний. Ясно, що набір банківських ризиків для цих банків буде різним. У спеціалізованому, наприклад інноваційному, банку будуть переважати підвищені ризики, пов'язані з кредитуванням ризикових підприємств, технології продукції, реалізація якої в перший час буде ускладнена. Це відповідно зумовить розробку особливих методів регулювання банківського ризику, зокрема отримання гарантій від держави, впровадження заставного права на нерухомість і т.д. Таким чином, спеціалізовані банки будуть нести ризики по тим специфічним банківським операціям, які становлять провідне спрямування їх діяльності. Галузеві банки тісно пов'язані з певною галуззю, тому спектр їх ризиків, крім ризиків банківських операцій, залежить переважно від економічних (тобто зовнішніх для банку) ризиків клієнтів банку. Універсальні банки змушені будуть враховувати у своїй діяльності всі види банківських ризиків. У цьому зв'язку доцільно виробити оптимальний набір видів ризику для кожного типу банку. Підвищеним ступенем ризику в розглянутих варіантах володіють галузеві банки, як невеликі, немобільні, з жорсткою прив'язкою до галузі і клієнта; найменшою - універсальні банки,

що мають можливість покрити втрати від одного виду діяльності доходами за іншою. Ризики в залежності від сфери впливу або виникнення поділяються на зовнішні і внутрішні. До зовнішніх відносяться ризики, безпосередньо не пов'язані з діяльністю банку чи конкретного клієнта. Йдеться про політичні, соціальні, економічні, геофізичні та інші ситуації і відповідно про втрати банку і його клієнтів. До економічних зовнішніх ризиків банку, не пов'язаних безпосередньо з його діяльністю, можна віднести: нестійкість валютних курсів, інфляцію, неплатоспроможність клієнта, банкрутство клієнта банку, відмова клієнта від платежу, несплата боргу у встановлений термін, зміна ціни товару клієнта після укладення контракту, помилки в документах чи оплаті товарів і т.д. Склад клієнтів банку також визначає метод розрахунку ризику банку та його ступінь. Дрібний позичальник схильний до більшої залежності від випадковостей ринкової економіки, ніж великий. У той же час великі кредити, видані одному позичальнику чи групі пов'язаних позичальників, галузі, регіону або країни, нерідко служать причиною банківських банкрутств. Тому, одним з методів регулювання ризику від надання великих кредитів є обмеження його розміру 10-50 % статутного капіталу банку. Істотне значення має і правильний вибір кращого клієнта для банку. Зазвичай до таких партнерів відносяться підприємства, що мають високу ступінь фінансової стійкості і мають високі показники ліквідності і платоспроможності балансів, достатній рівень прибутковості і добре забезпечені власними коштами.

Оперативне управління ризиками здійснюється безпосередньо підрозділом, що відкриває ризикову позицію. На структурні підрозділи покладається відповідальність за консолідацію інформації та надання управлінської звітності.



**Рисунок 1. Рівні тактичного управління банківськими ризиками**

Наведена класифікація та елементи, покладені в основу економічної класифікації, мають на меті не перерахування всіх видів банківських ризиків, а створення певної системи, що дозволяє банкам не упустити окремі їх різновиди при визначенні сукупного розміру ризиків у комерційній і виробничій сфері банківських установ.

**Висновки.** Таким чином, при визначенні та вивченні банківських ризиків, необхідно пам'ятати, що банки в своїй діяльності стикаються не з одним певним ризиком, а з усією сукупністю різних видів ризику, що відрізняються між собою щодо місця та часу виникнення, своєму впливу на діяльність банку, і розглядати їх (ризиків) необхідно в сукупності. Зміна одного виду ризику викликає зміни майже всіх інших видів. Цінність комплексної класифікації банківських ризиків полягає в тому, що на її основі можна моделювати банківську діяльність, здійснювати комплексний пошук внутрішніх резервів з метою підвищення ефективності здійснення банківських операцій. Питання про доцільність того чи іншого підходу на сьогодні залишається відкритим. Кожен комерційний банк сам визначає оптимальну для себе класифікацію банківських ризиків виходячи зі своїх специфічних реалій. Головною проблемою в даному процесі є побудова науково аргументованої класифікації та прийняття відповідного рішення щодо ризиків.

#### **Список використаних джерел:**

1. Вітлінський В. В. Ризикологія в зовнішньоекономічній діяльності [Текст] / В. В. Вітлінський // – К. : КНЕУ, 2008. – 432 с.
2. Йоода Е.В. Мешкова Л. Л., Болотина Е. Н. Классификация банковских рисков и их оптимизация [Текст] / Е. В. Йоода//.– 2-е изд., испр., перераб. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2002. – 120 с.
3. Тичина В. Впровадження системи управління ризиками в банку [Текст] /В.Тичина// Вісник Національного банку України.-2004.-№8.- с. 18-22
4. Фрост С. М. Настільна книга банківського аналітика: Гроші, ризики і професійні прийоми [Текст] / М.Стівен Фрост// пер. з англ.; за наук. ред.М.В. Рудя.– Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2006.– 672с.

Prystayko O.P., Shvets A.Y

#### **FEATURES FOR CLASSIFICATION BANK RISK MANAGEMENT**

*Banking as any business is prone to risks. In the process of performing money transactions banks assume various kinds of financial risks. Even banks that perform well and stay profitable can risk dramatic losses due to their vulnerability to these risks. Effective risk classification can determine viability and soundness of risk management procedures. Risk classification is a process of grouping of risks based on similar characteristics in order to achieve similar goals. Comprehensive bank risk classification can help banking institutions to simulate bank activities, and conduct comprehensive analysis of internal reserves in order to perform banking operations more effectively. Bank risk classification, based on analysis of banking goals and improvement of risk management procedures, helps to solve important objective which is to clear key indicators that are being used for evaluation of the effectiveness of banking activities from influence of external and incidental factors in order to better reflect the achievements of the bank personnel.*

*Keywords: bank risk, the risk management, system of banking risks.*

УДК 336.717.063:336.763.34(045)

Щербатенко І.В., Олійник Н.М.

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ІПОТЕЧНОГО РИНКУ КОМЕРЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ**

*Стаття присвячена проблемам розвитку іпотечного ринку комерційної нерухомості України як однієї з найважливіших сфер фінансового ринку, що перебуває в стадії формування. Визначено фактори впливу на стан комерційної іпотеки, з'ясовано причини недостатньої ефективності її функціонування та окреслено перспективи подальшого розвитку.*

*Ключові слова: комерційна іпотека, іпотечне кредитування, іпотечний ринок комерційної нерухомості, ринок іпотечної нерухомості, комерційна нерухомість, процентна ставка.*

*Статья посвящена проблемам развития ипотечного рынка коммерческой недвижимости Украины как одной из важнейших сфер финансового рынка, находится в стадии формирования. Определены факторы влияния на состояние коммерческой ипотеки, выяснены причины недостаточной эффективности ее функционирования и намечены перспективы дальнейшего развития.*

*Ключевые слова: коммерческая ипотека, ипотечное кредитование, ипотечный рынок коммерческой недвижимости, рынок ипотечного недвижимости, коммерческая недвижимость, процентная ставка.*

**Постановка проблеми.** В умовах ринкової економіки оновлення основних засобів суб'єктів господарювання, техніко-технологічна модернізація виробництва, розширення виробничих потужностей можуть фінансуватися за рахунок різних джерел, але в українських реаліях значна частина коштів для розв'язання зазначених проблем формується або за рахунок самофінансування, або за рахунок позикових коштів, які надають банківські установи. Досвід розвинутих країн свідчить, що серед наявного асортименту банківських продуктів чільне місце посідає іпотечне кредитування під заставу комерційної нерухомості, а багаторічна практика фінансування бізнес-проектів привела до появи таких гібридних продуктів, як іпотека з інструментами проектного фінансування, опціонними контрактами тощо.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Іпотека комерційної нерухомості, або комерційна іпотека (бізнес-іпотека) поширена в усьому світі. У багатьох країнах Заходу компанії набувають нерухомість в іпотеку не лише для розміщення в даних приміщеннях офісів, складів, торговельних місць, а й для отримання прибутку від задачі цієї нерухомості в оренду. Сенс іпотеки полягає в тому, щоб кредитувати придбання комерційної нерухомості під її ж заставу. На відміну від житлового кредитування, комерційна іпотека має короткі терміни погашення кредиту і водночас досить високі процентні ставки.

У 2012 році іпотечний ринок України демонстрував високі темпи приросту в банках портфельів іпотечних кредитів – на початку року було надано 74 152 млн. грн. таких позик, а наприкінці року – 112 061 млн. грн., тобто приріст сягнув 151%. Портфель іпотечних кредитів корпоративним клієнтам зріс в 1,5 раза починаючи з 2009 року, а частка іпотеки суб'єктам господарювання у кредитному портфелі банківських установ зросла з 12,99% у січні 2012 року до 18,51% у грудні [1].

**Невирішена раніше частина загальних проблем.** На жаль, в Україні останніми роками все більше уваги приділяється житловому сегменту іпотечного ринку і майже відсутні новації у сфері комерційної іпотеки, хоча потреба вітчизняних підприємців у дешевих довгострокових фінансових ресурсах не менша, ніж у населення. За таких умов вітчизняний іпотечний ринок комерційної нерухомості досі знаходиться в стадії формування, а наявний потенціал іпотечних відносин використовується не повністю. Таку ситуацію спричиняє також велика кількість невирішених проблем, що рік у рік не втрачають своєї актуальності. Назвемо основні з них:

1. Масштаби довгострокового іпотечного комерційного кредитування обмежені короткостроковою ресурсною базою банків;
2. Висока ціна залучених ресурсів для банків, яка і визначає вартість кредитів, що надаються;
3. Низьке значення відношення величини кредиту до вартості застави – не більше 50%, тоді як для кредитів, забезпечених житловою іпотекою, це значення дещо більше і становить 75–80%;
4. Не повністю сформована нормативно-правова база в галузі іпотеки, що визначає високі ризики іпотечного кредитування, які закладаються банками у процентні ставки за позиками;
5. Неможливість рефінансування комерційної іпотеки через відсутність затверджених стандартів та ефективних механізмів їх застосування;
6. Значна диференціація рівня розвитку системи іпотечного кредитування в різних регіонах країни.

За таких умов пошук нових схем іпотечного кредитування під заставу комерційної нерухомості та рефінансування такої іпотеки є актуальним напрямом наукових розробок. У науковій літературі широко обговорюються проблеми розвитку кредитування під заставу нерухомості, але більше уваги приділяється житловій іпотеці, зважаючи на її роль у реалізації соціальної політики держави в забезпеченні населення доступним житлом [2]. Така однобічність наявних досліджень вплинула на еволюцію вітчизняного іпотечного ринку, який формувався переважно в напрямі іпотеки споживчого призначення, а не виробничого. Як результат, іпотечні відносини суттєво не впливають на економіку країни, кількісні зміни в обсягах іпотечного кредитування не супроводжуються

якісними трансформаціями у структурній організації та ефективності функціонування іпотечного ринку.

**Мета статті.** Метою даної статті є дослідження проблем розвитку іпотечного ринку комерційної нерухомості України як однієї з найважливіших сфер фінансового ринку, що перебуває в стадії формування. А також визначення факторів впливу на стан комерційної іпотеки, з'ясування причини недостатньої ефективності її функціонування та окреслення перспективи подальшого розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** На сучасний стан іпотечного ринку комерційної нерухомості суттєво впливають тенденції на ринку іпотечної нерухомості, тобто тієї частини ринку нерухомості, де формується попит і пропозиція на нерухомість, що може бути використаною як іпотека і що забезпечує обіг капіталу в системі іпотечного кредитування [3]. Циклічність розвитку ринку нерухомості відображається його активністю (фази підйому чи падіння) в часі. У науковій літературі виділяють чотири фази розвитку ринку нерухомості: спад (рецесія), відновлення, підйом (зростання), надлишок пропозицій. За оцінками експертів, вітчизняний ринок нерухомості знаходиться у фазі рецесії, а основними його характеристиками є такі: активність продажу нерухомості дуже низька, ціни на нерухомість і вартість оренди знижуються, обсяги іпотечного кредитування також низькі, особливо в корпоративному секторі.

Нині продавців нерухомості більше, ніж покупців, а вартість цих об'єктів знижується. Так, у вересні 2012 року порівняно із серпнем кількість пропозицій на ринку нерухомості зросла на 40–50%, а попит збільшився на 10–15%. Хоча у листопаді того року відбулося зниження активності ринку нерухомості, але причинами були вибори та очікування зниження курсу гривні [4]. Слід зазначити, що валютні коливання істотно впливають на вартість іпотечної нерухомості в усіх її сегментах. У випадку девальвації гривні відбудеться збільшення обсягу проблемних іпотечних кредитів, виникнуть неплатежі іпотекодержателів, зменшиться платоспроможний попит, що змусить продавців нерухомості поступово знижувати ціни. Разом із тим при збереженні стабільного курсу гривні та сприятливої макроекономічної ситуації рівень цін на ринку іпотечної нерухомості характеризується незначним коливанням. Тому експерти зазначають, що повне відновлення українського ринку нерухомості можливе лише у разі, якщо валютне кредитування повернеться на докризовий рівень.

Слід зазначити, що перспектива розвитку іпотечного ринку комерційної нерухомості України залежить не лише від економічного розвитку держави в цілому і ринку комерційної нерухомості зокрема, а й від бажання і можливостей вітчизняних банків поліпшувати умови іпотечного кредитування [5].

Нині банківські установи – ключові суб'єкти в системі іпотечного кредитування, що визначає домінування депозитної моделі організації іпотечного ринку комерційної нерухомості. За таких умов відносини з кредитування під заставу комерційної нерухомості зводяться до первинного іпотечного ринку –



надання, обслуговування й погашення позик, що не створює передумов для зниження вартості іпотечних банківських продуктів. На думку авторів, перспективним напрямом розвитку комерційної іпотеки може стати створення фондів фінансування будівництва (ФФБ) виду "Б". Механізм фінансування бізнес-проектів будівництва комерційної нерухомості такий. Суб'єкт господарювання, маючи розроблений бізнес-план чи техніко-економічне обґрунтування проекту, звертається до банківської установи з метою отримати фінансування під заставу об'єкта нового будівництва. Банк аналізує запропонований проект, оцінює рівень платоспроможності потенційного позичальника – довірителя ФФБ і приймає попереднє рішення про надання кредиту. Банківська установа, співпрацюючи із забудовником, створює ФФБ і одночасно стає його управителем. Після цього між управителем і потенційним довірителем ФФБ укладається договір про участь у ФФБ та договір іпотечного кредитування на інвестування у будівництво, на підставі якого довіritel ФФБ отримує кредит для оплати заборгованості за договором про участь у ФФБ виду "Б". Одночасно з укладенням договору іпотечного кредитування між банком і довірителем ФФБ укладається іпотечний договір, за яким майнові права на об'єкт інвестування, набуті довірителем ФФБ за договором про уступку майнових прав на об'єкт нерухомого майна, передаються банку в іпотеку. Після набуття довірителем ФФБ права власності на об'єкт нерухомості та його реєстрації між кредитором і довірителем ФФБ укладається додаткова угода до іпотечного договору, згідно з якою відбувається зміна предмета іпотеки. Предметом іпотеки стає безпосередньо об'єкт інвестування, набутий довірителем ФФБ у власність замість майнових прав на нього.

Запропонований механізм дає змогу ефективно узгоджувати інтереси учасників ФФБ, оскільки довіritel отримує фінансування бізнес-проекту і гарантії, що об'єкт нерухомості буде побудований у заплановані терміни і відповідної якості; банк-управитель, контролюючи використання кредитних ресурсів забудовником, упевнений у їх цільовому використанні; забудовник гарантовано отримує постійне фінансування будівництва. За таких умов залучення механізмів ФФБ у сферу комерційної іпотеки є перспективним напрямом розвитку кредитування під заставу нежитлової нерухомості.

Наступним важливим кроком на шляху вдосконалення вітчизняного іпотечного ринку комерційної нерухомості є зниження рівня ризиків. У Росії розв'язання цієї проблеми перебуває в площині страхування більшого обсягу іпотечних ризиків позичальника самим позичальником, що гарантує зниження розміру першого внеску та (або) зростання обсягу позики. Так, при страхуванні відповідальності позичальника за неповернення кредиту страхова компанія залучається до процесу іпотечного кредитування, виступаючи гарантом виконання зобов'язання. За оцінками експертів, за допомогою такого механізму у позичальників (фізичних чи юридичних осіб) з'являється можливість отримати кредит із початковим внеском нижче 30% за рахунок оформлення додаткового договору страхування іпотечних

зобов'язань. За таких умов банківські установи можуть надавати іпотечні кредити з початковим внеском від 10%, суттєво не збільшуючи власний ризик та відсоткову ставку за кредитом, оскільки різницю в 20% покриває страхова компанія, а позичальник при цьому отримує захист від додаткових претензій банку у випадку нестачі грошових коштів після продажу закладеного майна.

Зазначені вище пропозиції вдосконалення відносин іпотечного кредитування під заставу комерційної нерухомості можуть лише частково підвищити їх ефективність. Для більш суттєвих результатів потрібні кардинальніші зміни в організації одно- та дворівневої моделі іпотечних ринків не лише у сфері житлового сегмента, а й комерційного також. Створена в 2004 році Державна іпотечна установа за роки свого існування не виправдала очікування щодо результативності її функціонування. Підвищення ставки рефінансування іпотечних житлових позик з 11,0% (20.11.2010 р.) до 18,0% (23.11.2012 р.) не сприяє ні здешевленню іпотечних позик, ні розширенню ресурсної бази банківських установ. А оскільки сформована дворівнева система іпотечного житлового кредитування є неефективною, то й імплементувати її у сферу комерційної іпотеки недоцільно. Водночас Закон України "Про іпотечні облигації" [6] дає можливість банкам створювати спеціалізовані іпотечні установи. Однак за період після прийняття цих норм жодної такої структури створено не було. Тому, на нашу думку, ця сфера відносин залишається перспективною для наукових розробок на предмет пошуку ефективних механізмів створення дворівневої системи іпотечного комерційного кредитування.

**Висновок.** Проведене дослідження свідчить, що у вітчизняних реаліях комерційна іпотека не стала для підприємців ефективним джерелом залучення ресурсів та інструментом фінансування капітальних вкладень, а для банківських установ – пріоритетним напрямом діяльності. Низька частка іпотечного кредитування юридичних осіб як у портфелі банків, так і в структурі ВВП доводить, що функціонування іпотечного ринку комерційної нерухомості істотно не впливає на економічний розвиток держави. Зважаючи на рівень процентних ставок за комерційною іпотекою та рецесію ринку іпотечної нерухомості, можна зробити висновок, що найближчим часом не слід чекати структурних і кардинальних змін розвитку іпотечного ринку. Дану проблему також поглиблює відсутність належної уваги з боку держави як у питаннях законодавчого регулювання (досі відсутні стандарти рефінансування), так і фінансової підтримки, що знижує зацікавленість основних суб'єктів ринку (позичальника, кредитора, інвестора) працювати з комерційною іпотекою. Водночас вітчизняний іпотечний ринок є досить молодим і перебуває в стадії формування, а тому наявність великої кількості проблем цілком зрозуміла. Важливо скоротити час трансформації іпотечних відносин, прискорити процес формування їх ефективних механізмів, спираючись при цьому на позитивний досвід економічно розвинутих країн світу.

**Список використаних джерел**

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Сайт аналітичних ресурсів з бізнесу й фінансів. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prostobiz.ua>.
3. Борисюк К. Ринок іпотечної нерухомості в Україні / К.Борисюк. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.uфин.com.ua/analit\\_mat/gkr/059.htm](http://www.uфин.com.ua/analit_mat/gkr/059.htm).
4. Ринок нерухомості “заморозять” вибори. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://money-news.te.ua/2012/10/11/>.
5. Рынок коммерческой ипотеки в Украине. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.samson.com.ua/about/news/1888/>.
6. “Про іпотечні облигації”: Закон України від 22 грудня 2005 року № 3273-IV. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ipoteka.gov.ua/sites/default/files/zakon\\_pro\\_ipotechni\\_obligacii.pdf](http://ipoteka.gov.ua/sites/default/files/zakon_pro_ipotechni_obligacii.pdf).

**References**

1. Official website of the State Statistics Service of Ukraine. - [Electronic resource]. - Mode of access: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. The site analytical resources of business and finance. - [Electronic resource]. - Mode of access: <http://www.prostobiz.ua>.
3. Borysyuk C. Real Estate Mortgage in Ukraine / K.Borysyuk.- [Electronic resource]. - Mode of access: [http://www.uфин.com.ua/analit\\_mat/gkr/059.htm](http://www.uфин.com.ua/analit_mat/gkr/059.htm).
4. Real estate "freeze" the election. - [Electronic resource]. - Mode of access: <http://money-news.te.ua/2012/10/11/>.
5. Market kommercheskoy upoteky in Ukraine. - [Electronic resource]. - Mode of access: <http://www.samson.com.ua/about/news/1888/>.
6. "On Mortgage Bonds": the Law of Ukraine of 22 December 2005 № 3273 -IV. - [Electronic resource]. - Mode of access: [http://ipoteka.gov.ua/sites/default/files/zakon\\_pro\\_ipotechni\\_obligacii.pdf](http://ipoteka.gov.ua/sites/default/files/zakon_pro_ipotechni_obligacii.pdf).

Shcherbatenko I.V., Oleinik N.M.

**CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF DOMESTIC MORTGAGE COMMERCIAL REAL ESTATE MARKET**

In the article, considered are problems of the development of the commercial real estate mortgage market of Ukraine, one of the most important areas of the financial market being under formation. Determined are factors impacting on the commercial mortgage as well as reasons causing insufficient efficiency of its functioning. Outlined are prospects of market's further development. Also considered as the current state of the mortgage market commercial real estate market trends affecting the real estate mortgage, ie the part of the real estate market, where a supply and demand for real estate that can be used as a mortgage and providing circulation of capital in the mortgage system, what appears cyclical real estate development. Identified four phases of real estate development. Defined in which phase is the domestic real estate market and its main characteristics. This proposal improve relations mortgage loans secured by commercial real estate.

Key words: commercial mortgage, mortgage lending, commercial real estate mortgage market, real estate mortgage market, commercial real estate, interest rate.

## **МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОЦІНКИ ДОЦІЛЬНОСТІ ПРОВЕДЕННЯ СТРУКТУРНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*В статті розглянуто проблему оцінки доцільності проведення структурних перетворень машинобудівних підприємств на основі ресурсно-функціонального підходу. Запропоновано методика оцінки доцільності проведення структурних перетворень машинобудівних підприємств на основі ресурсно-функціонального підходу.*

*Ключові слова: зміни, структурні перетворення, машинобудівні підприємства, ефективне управлінське рішення, абсолютні показники, відносні показники та порівняльні показники, показник «R».*

*В статье рассмотрена проблема оценки целесообразности проведения структурных преобразований машиностроительных предприятий на основе ресурсно-функционального подхода. Предложена методика оценки целесообразности проведения структурных преобразований машиностроительных предприятий на основе ресурсно-функционального подхода.*

*Ключевые слова: изменения, структурные преобразования, машиностроительные предприятия, эффективное управленческое решение, абсолютные показатели, относительные показатели и сравнительные показатели, показатель «R».*

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку економічних відносин в Україні актуальною проблемою виступає розвиток машинобудівних підприємств. Велика кількість несприятливих факторів зовнішнього середовища зумовило неефективне функціонування підприємств машинобудування. Більшість керівників підприємств машинобудування впроваджують такі зміни діяльності підприємства, що не зачіпають в комплексі усіх аспектів функціонування машинобудівного підприємства, а призводять до покращення функціонування лише «проблемних» частин та систем підприємства, що на короткі терміни змінює на краще функціонування підприємства. Але такі «вибіркові» зміни мають короткостроковий позитивний ефект і вже за дуже короткий час керівництву знов приходится приймати рішення про нові зміни. Цю проблему можна вирішити тільки шляхом комплексних змін діяльності підприємств машинобудування – структурними перетвореннями. Проте, для проведення структурних перетворень машинобудівних підприємств необхідно сформулювати систему показників, що будуть ілюструвати керівництву

необхідність проведення структурних перетворень найскоріше, щоб покращити функціонування машинобудівного підприємства на довгостроковий термін.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблемою обґрунтування доцільності проведення заходів зі зміни діяльності підприємств займалися багато українських та закордонних науковців, зокрема Ричихина Н.С. [1], Кизим Н. А [2], Слесаренко Г.В. [3], Лепьохіна І.О. [4], Ковальов О. І. [5], Іванова Т.В. [6], Жихарцев В. В [7], Гадей О.О. [8] та інші. Проте, питання доцільності та необхідності проведення структурних перетворень вивчено недостатньо.

**Постановка завдання.** Метою статті є формування методики оцінки необхідності проведення структурних перетворень машинобудівних підприємств на основі ресурсно-функціонального підходу.

**Виклад основного матеріалу.** В сьогоденних умовах розвитку підприємств машинобудування актуальною проблемою виступає питання ефективного використання ресурсів підприємства при управлінні підприємством. В той же час існує необхідність визначення показників діяльності підприємства, згідно яких можливо впевнено впроваджувати комплексні зміни діяльності машинобудівного підприємства - структурні перетворення. В науковій літературі існує велика кількість показників діяльності підприємства, завдяки аналізу яких можна зробити висновки про позитивні або негативні тенденції в роботі підприємства. При впровадженні процесів, що приводять до зміни функціонування підприємств (реорганізація, реструктуризація та організаційні зміни), різні дослідники приводять конкретні рекомендовані показники та групи показників, що на їхню думку ілюструють необхідність проведення процесів змін діяльності підприємства чи то реструктуризації, чи то реорганізації чи то організаційних змін – всі ці процеси в поєднанні і є структурними перетвореннями. В «Методичних вказівках щодо проведення реструктуризації державних підприємств» прописано, що перед прийняттям рішення щодо необхідності реструктуризації обов'язково необхідно провести аналіз економічного стану підприємства, який повинен визначатись на підставі «аналізу фінансово-господарських показників діяльності підприємства, зроблених оцінок потенціальних можливостей виробництва та становища на товарних ринках за попередній рік. Для цього використовуються такі матеріали (за звітний період): аналіз фінансового стану підприємства; показники оцінки

конкурентоспроможності видів продукції, що виробляється (робіт, послуг); рівень виробничого та науково-технічного потенціалу, а також прогресивності технологічних процесів; стан коопераційних зв'язків та збуту продукції; наявність кадрового складу підприємства; структура заробітної плати; належність соціальної інфраструктури підприємства; наявність незавершеного будівництва; оцінка впливу виробничої діяльності підприємства на екологічну ситуацію та зайнятість у регіоні; інша інформація щодо виробничої діяльності підприємства» [9]. Таким чином, законодавчо закріплено перелік показників, що необхідно проаналізувати при прийнятті рішення щодо впровадження процесу зміни діяльності підприємства.

Ричихина Н.С. у своїй роботі робить акцент на те, що для більшості підприємств прийняття процеси зміни діяльності підприємства були зумовлені рядом несприятливих факторів, таких як: зміна умов господарювання, переходом від командно-адміністративних методів функціонування до нових ринкових методів організації економічної діяльності. Усе це призвело до того, що основними фінансовими показниками необхідності проведення заходів для підвищення ефективності роботи підприємства стали - коефіцієнти втрати стратегічної стійкості ( $K_p$ ), до яких слід віднести рентабельність чистих активів та ціна підприємства, коефіцієнти втрати фінансової стійкості ( $K_f$ ), до яких слід віднести коефіцієнти поточної ліквідності та забезпеченості власними оборотними засобами. [1]. Слесаренко Г.В. у своїй роботі приводить перелік показників необхідності комплексних змін діяльності підприємств: рівень накладних витрат підприємства, фондвіддача, оцінка показників використання персоналу підприємства тощо [3]. Проте, обчислення показників економічного (фінансового) стану підприємства та їх аналіз буде свідчити про необхідність проведення змін діяльності підприємства при цьому даних аналіз не буде свідчити про необхідність саме комплексних заходів зі зміни функціонування підприємства машинобудування, тобто структурний перетворень.

Тому, необхідно зауважити, що тільки формування конкретної системи оцінки з критеріями діяльності підприємства дозволить обґрунтувати необхідність структурних перетворень. Берест М.М. у роботі [10] наголошує, що «адекватне реагування органів управління підприємством на кризову ситуацію можливе лише на основі своєчасного виявлення та адекватного діагностування симптомів та причин кризи». З цією метою

автором рекомендований перелік показників, що найкраще ілюструють діяльність підприємства. На думку автора, саме на основі такої системи показників раціонально найкращим чином обґрунтувати доцільності структурних перетворень машинобудівних підприємств. Така система буде мати три групи показників: абсолютні показники, відносні показники та порівняльні показники (рис. 1 складено автором на основі [10]).

До групи абсолютних показників слід віднести: чистий дохід від реалізації продукції, валовий прибуток, собівартість, чистий прибуток, обсяг активів, обсяг зобов'язань.

До групи відносних показників слід віднести: рентабельність власного капіталу, рентабельність активів, рентабельність діяльності, рентабельність основного капіталу, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт покриття, співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами, коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел, коефіцієнт довгострокової фінансової незалежності, коефіцієнт поточної заборгованості, коефіцієнт оборотності активів, операційний цикл, фондовіддача.

До групи порівняльних показників слід віднести: темпи росту активів, темпи росту доходу (виручки), темпи росту валового прибутку, темпи росту собівартості, темпи росту зобов'язань, темпи росту чистого прибутку, темпи росту власного капіталу.

Іванова Т.В. у своїй роботі пропонує методику оцінки доцільності (або навіть необхідності) проведення реструктуризації [6]. Вважаємо, що таку методику доцільно застосувати для оцінки доцільності впровадження структурних перетворень машинобудівних підприємств. З цією метою використовують обчислення показника «*R*». Розрахунок показника «*R*» проводиться наступним чином:

$$R = 0,176 \times K_{pn} + 0,223 \times K_{рек} + 0,225 \times K_{овк} + 0,190 \times K_{сф} + 0,186 \times K_{ал} \quad (1)$$

де 0,176; 0,223; 0,225; 0,190; 0,186 – вагомість визначених впливових показників діяльності підприємств;

*R* – показник доцільності структурних перетворень підприємства;

*K<sub>pn</sub>* – коефіцієнт рентабельності продукції;

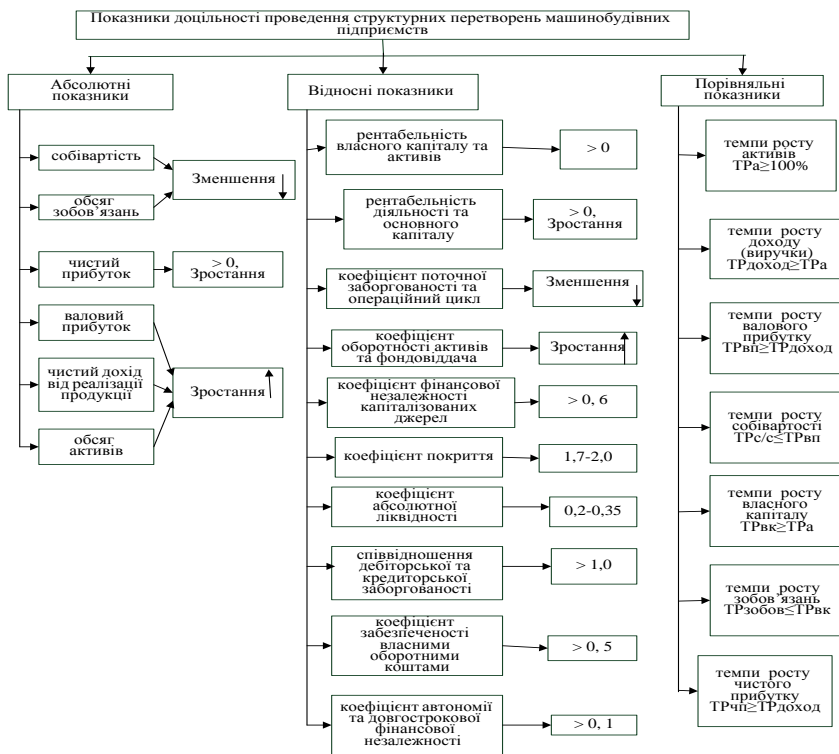
*K<sub>рек</sub>* – коефіцієнт рентабельності власного капіталу;

*K<sub>овк</sub>* – коефіцієнт оборотності власного капіталу;

*K<sub>сф</sub>* – коефіцієнт самофінансування;

*K<sub>ал</sub>* – коефіцієнт абсолютної ліквідності.

Джерелом для розрахунку показника доцільності проведення структурних перетворень машинобудівних підприємств є дані фінансової звітності підприємства не менше ніж за п'ять попередніх років. Визначення показника «R» відбуває у декілька кроків:



**Рисунок 1** Оціночні показники доцільності проведення структурних перетворень

Крок I. Розраховуються запропоновані показники.

Крок II. Проводиться порівняльний аналіз отриманих значень коефіцієнтів з мінімальними нормативними. Нормативні значення визначено на основі Методики аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки, що затверджена наказом Міністерства фінансів України № 170 від 14.02.2006 р., а також відповідних прийнятих значень в теорії економічного аналізу. Причому, шкала для інтерпретацій



отриманих значень показника «*R*» наведено на рис.2.(розроблено на основі [5]).



**Рисунок 2. Інтерпретація отриманих значень показника «*R*» та відповідні заходи**

Для точності отриманих результатів нами обрано 10 підприємств та проведено аналіз основних показників діяльності за 6 років. Макет матриці результатів розрахунку показника «*R*» наведено в табл.1.

Тоді за результатами розрахунків можна прослідкувати тенденцію зміни показника «*R*», що допоможе прийняти обґрунтоване управлінське рішення стосовно проведення структурних перетворень машинобудівних підприємств.

Аналіз зміни показника «*R*» буде ілюструвати, що без комплексних заходів зі зміни функціонування підприємства, тобто структурних перетворень, подальший ефективний розвиток підприємства неможливий.

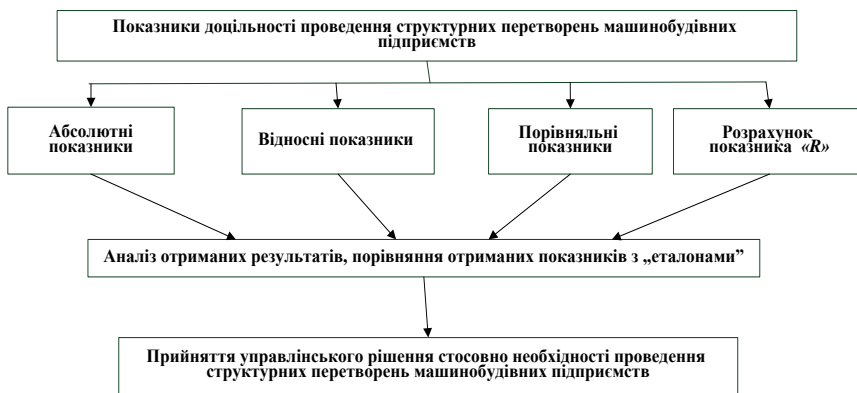
**Таблиця 1.-Матриця розрахунку показника «R» по 10 машинобудівних підприємствах за 2008-2013 р.р**

Обрані машинобудівні підприємства	Роки	Розрахункові значення обраних коефіцієнтів					R
		$K_{pn}$	$K_{овк}$	$K_{рвк}$	$K_{сф}$	$K_{ал}$	
П1	2008	$K_{pn}^{108}$	$K_{овк}^{108}$	$K_{рвк}^{108}$	$K_{сф}^{108}$	$K_{ал}^{108}$	$R_1^{08}$
	2009	$K_{pn}^{109}$	$K_{овк}^{109}$	$K_{рвк}^{109}$	$K_{сф}^{109}$	$K_{ал}^{109}$	$R_1^{09}$
	2010	$K_{pn}^{110}$	$K_{овк}^{110}$	$K_{рвк}^{110}$	$K_{сф}^{110}$	$K_{ал}^{110}$	$R_1^{10}$
	2011	$R_1^{11}$	$K_{овк}^{111}$	$K_{рвк}^{111}$	$K_{сф}^{111}$	$K_{ал}^{111}$	$R_1^{11}$
	2012	$K_{pn}^{112}$	$K_{овк}^{112}$	$K_{рвк}^{112}$	$K_{сф}^{112}$	$K_{ал}^{112}$	$R_1^{12}$
	2013	$K_{pn}^{113}$	$K_{овк}^{113}$	$K_{рвк}^{113}$	$K_{сф}^{113}$	$K_{ал}^{113}$	$R_1^{13}$
...	...	...	...	...	...	...	
П10	2008	$K_{pn}^{108}$	$K_{овк}^{108}$	$K_{рвк}^{108}$	$K_{сф}^{108}$	$K_{ал}^{108}$	$R_{10}^{08}$
	2009	$K_{pn}^{109}$	$K_{овк}^{109}$	$K_{рвк}^{109}$	$K_{сф}^{109}$	$K_{ал}^{109}$	$R_{10}^{09}$
	2010	$K_{pn}^{110}$	$K_{овк}^{110}$	$K_{рвк}^{110}$	$K_{сф}^{110}$	$K_{ал}^{110}$	$R_{10}^{10}$
	2011	$R_{10}^{11}$	$K_{овк}^{111}$	$K_{рвк}^{111}$	$K_{сф}^{111}$	$K_{ал}^{111}$	$R_{10}^{11}$
	2012	$K_{pn}^{112}$	$K_{овк}^{112}$	$K_{рвк}^{112}$	$K_{сф}^{112}$	$K_{ал}^{112}$	$R_{10}^{12}$
	2013	$K_{pn}^{113}$	$K_{овк}^{113}$	$K_{рвк}^{113}$	$K_{сф}^{113}$	$K_{ал}^{113}$	$R_{10}^{13}$

(П1....П10 – сукупність обраних машинобудівних підприємств)

Отже, з метою обґрунтування доцільності проведення структурних перетворень машинобудівних підприємств з одного боку необхідно розрахувати абсолютні показники, відносні показники та порівняльні

показники діяльності підприємства, а з іншого боку - розрахувати показник доцільності проведення структурних перетворень – показник « $R$ ». Таким чином, можна сформулювати методичні рекомендації оцінки доцільності проведення структурних перетворень на основі ресурсно-функціонального підходу наведено (на рис. 3).



**Рисунок 3. Методичні рекомендації оцінки доцільності проведення структурних перетворень на основі ресурсно-функціонального підходу**

Наведені методичні рекомендації оцінки доцільності проведення структурних перетворень на основі ресурсно-функціонального підходу будуть сприяти прийняттю управлінських рішень щодо необхідності проведення структурних перетворень з метою найшвидшого покращення фінансового стану підприємства, конкурентоспроможності та дозволить не тільки стримувати свої позиції на ринку, а й буде сприяти можливостям освоєння закордонних ринків.

**Висновки.** На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні актуальним питанням виступає проведення структурних перетворень машинобудівних підприємств з метою покращення її фінансового стану та формування конкурентних переваг. Для прийняття рішення про необхідність структурних перетворень машинобудівних підприємств на основі ресурсно-функціонального підходу необхідно розробити конкретні методичні рекомендації з оцінки доцільності проведення комплексних заходів зі зміни

функціонування підприємства. Запропоновані вище методичні рекомендації з оцінки доцільності проведення структурних перетворень машинобудівних підприємств на основі ресурсно-функціонального підходу буде сприяти ефективному прийняттю управлінських рішень стосовно впровадження заходів, що призведуть до підвищення ефективності роботи машинобудівного підприємства.

#### **Список використаних джерел**

1. Рычихина Н.С. Реструктуризация предприятия на основе анализа индикаторов стратегической и финансовой устойчивости. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://main.isuct.ru/files/publ/snt/2006/01/HTM/48.htm>
2. Кизим Н. А. Проблемы проведения реструктуризации промышленных предприятий в Украине: монография/ Н. А. Кизим, В. В. Жи-харцев: НИЦ промышленных проблем развития. — Х.: ИНЖЭК, 2009. — 179 с.
3. Слесаренко Г.В. Особенности проведения реструктуризации промышленных предприятий / Г.В. Слесаренко // Вестник Удмуртского Университета. – 2010. – Вып № 4– с. 65–70.
4. Лепьохіна І.О. Реструктуризація підприємства як чинник поліпшення управління діяльністю підприємства / І.О. Лепьохіна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2006. – № 5. – С. 176-179.
5. Ковалев А. И. Управление реструктуризацией предприятия. — К.: АВРИО, 2006. — 367 с.
6. Іванова Т.В. Механізм управління реструктуризацією машинобудівних підприємств: авт. дис. к. е. н.: 08.00.04 / Т.В. Іванова - К., 2014. - 23 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://rada.kpi.ua/files/Aref\\_Ivanova.pdf](http://rada.kpi.ua/files/Aref_Ivanova.pdf)
7. Жихарцев В. В. Обгрунтування доцільності проведення реструктуризації підприємств з урахуванням ступеня кризи [Електронний ресурс] – Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/8\\_DNI\\_2009/Economics/43247.doc.htm](http://www.rusnauka.com/8_DNI_2009/Economics/43247.doc.htm)
8. Гадей О.О. Управління змінами на підприємстві [Текст] / О.О. Гадей: Вісник Бердянсь-кого університету менеджменту і бізнесу. – 2012.–№ 3 (19). – 71 с.
9. Методичні вказівки щодо проведення реструктуризації державних підприємств. №9 від 23.01.1998 // Міністерства економіки України. — К., 1998 // [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).
10. Берест М.М. Формування показників моніторингу розвитку кризових явищ на підприємстві / М.М Берест // Вісник економіки транспорту і промисловості. – Х.: УкрДАЗТ-2014.- № 45- с.54-59

Tetiana Obydiennova

### **GUIDELINES FOR THE ASSESSMENT OF EXPEDIENCY OF CARRYING OUT OF STRUCTURAL TRANSFORMATIONS OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES**

The article considers the problem of evaluation of expediency of carrying out of structural transformations of machine-building enterprises on the basis of the resource-functional approach. The author analyzes the scientific works of domestic and foreign researchers on the issues of methodological recommendations on evaluation of expediency of carrying out of the actions directed on change of activity of the enterprises of mechanical

engineering. The analysis revealed that a single method of estimating the need to implement structural reforms machine-building enterprises does not exist. In addition, most of the leaders of modern enterprises with the aim of changing the enterprise's activities, implemented such a system of measures, which focus only on those systems that are currently necessary for the implementation of the operational features. These changes only for a short time improve the efficiency of machine building enterprises. The purpose of a substantiation of necessity of comprehensive measures to improve the functioning of the machine-building enterprises and will have a permanent nature (that is, the changes are designed for a long period), the author proposes to carry out structural reforms. In work the technique of an estimation of expediency of carrying out of structural transformations of machine-building enterprises on the basis of the resource-functional approach, which includes the calculation of absolute, relative and comparative indicators of activity of enterprises, and the calculation of the integrated indicator «R». Also see the reference values. The method of estimation of expediency of carrying out of structural transformations of machine-building enterprises on the basis of the resource-functional approach that was suggested in this work should improve the efficiency of management decisions and will promote increase of efficiency of activity of machine-building enterprises in the conditions of transformation processes.

Key words: changes, structural transformation, building companies, effective managerial decision, the absolute, relative and comparative indicators, the indicator «R».

УДК 658.589:65.012,8:338.45:629,73(045)

Мізюк С.Г.

## **ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО РИЗИКУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ АВІАПІДПРИЄМСТВА**

*У статті обґрунтовано методичний підхід до оцінки інноваційного ризику в процесі забезпечення економічної безпеки авіапідприємства. Запропоновано використовувати для кількісної оцінки інноваційного ризику, викликаного технічними і технологічними умовами, метод імітаційного моделювання. Визначено фінансові показники ефективності та безпеки реалізації інноваційного проекту.*

*Ключові слова: інноваційний ризик, інновації, інноваційний проект, економічна безпека, фактори, імітаційне моделювання.*

*В статье обоснован методический подход к оценке инновационного риска в процессе обеспечения экономической безопасности авиапредприятия. Предложено использовать для количественной оценки инновационного риска, вызванного техническими и технологическими условиями, метод имитационного моделирования. Определены финансовые показатели эффективности и безопасности реализации инновационного проекта.*

*Ключевые слова: инновационный риск, инновации, инновационный проект, экономическая безопасность, факторы, имитационное моделирование.*

**Постановка проблеми.** Одним з пріоритетних у процесі забезпечення економічної безпеки є питання оцінки інноваційного ризику. Для інноваційної діяльності характерною особливістю виступає високий рівень

невизначеності динаміки основних факторів, що впливають на її результати. Інновації є ризиковий елемент бізнесу, а в складному ринковому середовищі стають підчас нездійсненими через різні перешкоди та невизначеності. Існування ризику пов'язано з тим, що неможливо з абсолютною точністю прогнозувати майбутнє. Необхідною умовою для досягнення позитивних результатів інноваційної діяльності в промисловому виробництві є створення і вдосконалення системи управління інноваційним ризиком. Питання прийняття інноваційних рішень в умовах ризику пов'язаний з його аналізом і оцінкою. Оцінка ризику інноваційних проектів для авіапідприємств багатоаспектна і вимагає вивчення великої кількості факторів, які так чи інакше викликають відхилення від проєктованих показників. Вирішення цієї проблеми вбачається у встановленні взаємозв'язку цих факторів і ступеня їх впливу шляхом кількісної оцінки ризику, проведеної на основі імовірнісних розрахунків.

**Ступінь вирішення проблеми.** У словнику російської мови ризик визначається, як можлива небезпека чого-небудь і як дія навмання в надії на щасливий результат [ 1 ]. В.Ю. Катасонов [ 2 ] звертає увагу, що ризик має місце тільки по відношенню до майбутнього і нерозривно пов'язаний з прогнозуванням і плануванням, а значить, і з прийняттям рішень. У літературних джерелах зустрічається багато різних визначень поняття «ризик»: ймовірність несприятливого результату [ 3 ]; можлива втрата, викликана настанням випадкових несприятливих подій [ 4 ]; можлива небезпека втрат, що впливає зі специфіки тих чи інших явищ природи і видів діяльності людського суспільства [ 5 ]. Найбільш прийнятним для інноваційної діяльності можна вважати визначення ризику, запропоноване І.Т. Балабановим, який вважає, що ризик - це дія, яка може зробити або не зробити. У разі настання такої дії можливі три економічні результати: негативний (збиток), нульовий і позитивний (вигода, прибуток) [ 6 ]. Види ризиків, що виникають у процесі проведення інноваційної діяльності, надзвичайно різноманітні. У літературі зустрічається безліч їх класифікацій [2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 ]. В основному можна погодитися з ними, однак враховуючи, що значення будь-якого фактора інноваційного проєкту в майбутньому є величина невизначена, то побудова універсальної загальної класифікації ризиків не є необхідним. На думку автора цього дослідження, набагато важливіше визначити особливості інноваційних ризиків, оцінити їх, управляти ними, тому в даній роботі основна увага приділяється методам

кількісної та якісної оцінки ризику інноваційного проекту. У літературних джерелах [ 2; 3; 4; 8 ] інноваційний ризик розуміється як небезпека того , що мета інноваційного проекту не буде досягнута в наміченому обсязі, реалізація його призведе до збитків, при здійсненні проекту підприємство може втратити частину своїх ресурсів або понести додаткові витрати у результаті поточної операційної виробничої та фінансової діяльності.

**Раніше не вирішена частина проблеми.** Разом з тим, у діючих методиках оцінки інноваційного ризику не наведено рекомендації щодо визначення ймовірності одночасної дії технологічних і технічних факторів на економічну безпеку підприємства , що пов'язано з формуванням, як доходів, так і збитків.

**Метою даної статті** виступає обґрунтування методу оцінки інноваційного ризику в процесі забезпечення економічної безпеки авіапідприємства .

**Результати.** На практиці існує якісна і кількісна оцінка економічного ризику. Якісна оцінка може бути порівняно простий . Її головне завдання полягає у визначенні можливих видів ризику, а також факторів, що впливають на їх рівень при виконанні певного виду діяльності [ 6 ]. При кількісній оцінці слід вміти визначати розміри реальної вартості, пов'язаної з ризиком, і обсяг очікуваних доходів або втрат. Якщо якісний характер ризику на момент прийняття рішення, як правило, відомий, то кількісний оцінюють з тим чи іншим рівнем невизначеності.

Чим ґрунтовніше будуть методи дослідження та оцінки ризику, тим менше рівень невизначеності. Доцільно проводити комплексне поєднання двох груп методів - апріорних і емпіричних [ 8 ]. Перші базуються на теоретичних положеннях і формують вимоги до результатів окремих рішень, другі - на вивченні минулих подій та узагальненні, зокрема, статистичної інформації.

Виникнення інноваційних ризиків в умовах ринкових відносин викликано:

- слабким державним регулюванням інноваційної діяльності, неможливістю заздалегідь передбачити можливі зміни в законодавстві;
- сильним впливом випадкових факторів зовнішнього середовища;
- недостатньою підготовкою персоналу промислового підприємства до роботи в кризових умовах і в умовах невизначеності ;

• значними глобальними змінами в інформаційних технологіях , які ще не стали для більшості підприємств основою інновацій.

Необхідним є облік всіх факторів, що впливають на інноваційний ризик, оскільки це сприяє розробці заходів, спрямованих на зменшення ризику інноваційного проекту, що реалізується на підприємствах України. Перелічити всі конкретні фактори, які суттєво впливають на ризик інноваційного проекту, дуже складно, тому слід виділити серед них найбільш важливі:

- види фінансово-господарської діяльності;
- фінансово-економічний стан держави , галузі, підприємства;
- кваліфікація фахівців підприємства;
- стиль керівництва та професійна підготовка персоналу;
- ступінь комп'ютеризації діяльності;
- конструкційне недосконалість обладнання;
- помилки при експлуатації обладнання;
- надійність системи внутрішнього контролю господарської діяльності;
- недосконалість законодавчої бази;
- зовнішньоекономічні.

Інноваційні ризики зумовлені неефективною діяльністю підприємства, яка визначається її внутрішніми характеристиками і дією факторів навколишнього середовища. Тому виникає необхідність у розробці ефективних методів управління ризиками, які є адекватними у реальних можливостях вітчизняних авіатранспортних підприємств.

Одна з цілей здійснення різних варіантів забезпечення економічної безпеки - уникнути ризик або зменшити його. Для цього на авіатранспортному підприємстві повинна функціонувати ефективна система його управління. Під управлінням ризиком в інноваційній діяльності розуміється сукупність практичних заходів, що дозволяють знизити невизначеність результатів інновації, підвищити корисність реалізації нововведення, знизити ціну досягнення інноваційної мети [ 7 ] . Основними способами управління рівнем ризику є: ухилення від ризику, локалізація ризику, дисипація ( розподіл) ризику, компенсація ризику.

Аналіз ризиків, як правило, починається з підготовчої фази – якісного аналізу, коли реалізуються такі завдання:

- виявлення всіх видів ризиків, властивих інноваційному проекту;



- опис ризиків та їх групування;
- аналіз вихідних припущень.

Другою фазою аналізу є вимірювання ризиків, при якій здійснюється:

- формалізація невизначеності;
- розрахунок ризиків і їх облік та оцінка.

На третьому етапі здійснюється реалізація та інжиніринг інноваційних проектів .

Четвертий етап - контроль виконання проекту.

Найбільш відповідальною і складною фазою є розрахунок і оцінка ризику. Все різноманіття методів розрахунку можна розділити на кілька груп.

У першій групі ризик оцінюється , як сума творів можливих збитків, важених з урахуванням їх ймовірності.

У другій групі ризик оцінюється, як сума ризиків зовнішнього середовища і ризиків від ухвалення рішення.

Третя група визначає ризик, як добуток ймовірності настання негативної події на ступінь негативних наслідків.

Усім цим методам в тій чи іншій мірі притаманні недоліки:

не показані чітко взаємозв'язок і відмінності між поняттями «ризик» і «невизначеність »;

не відзначена суб'єктивність прояви ризику;

показники оцінки ризику обмежені, як правило, одним показником.

Можна стверджувати, що саме фінансові показники є визначальними при ухваленні рішення про інноваційний проект, оскільки інновація - це, по суті , одна з форм інвестування капіталу з метою отримання прибутку. Однак ці показники не відображають безпосередньо складних природно-технологічних, організаційних чинників, властивих авіапідприємствам. У той же час саме техніко - технологічні умови значною мірою визначають обсяг діяльності, собівартість, характеризують можливість настання аварійних ситуацій і тим самим формують невизначеність майбутніх надходжень.

Авіаційне підприємство - це суб'єкт виробничого та невиробничого типу, тому на нього впливають зовнішні і внутрішні несприятливі фактори, які обумовлені специфікою діяльності . Виникає при цьому інноваційний ризик пов'язаний з невизначеністю умов діяльності, впливом зовнішніх і внутрішніх факторів, що робить істотний вплив на економічні показники роботи авіапідприємства.

Основними показниками кількісного і якісного аналізу ризиків інноваційних проєктів, які необхідно враховувати в авіапідприємствах, прийнято вважати розглянуті нижче .

Наведемо найбільш поширені показники якості R, що характеризують ступінь привабливості інноваційного проєкту на прикладі авіапідприємства . Першим кроком при формалізації фінансових показників є моделювання структури проєкту у часі - розбивка його на етапи , що розрізняються змістом і закономірностями формування доходів і витрат. При моделюванні життєвого циклу проєкту з урахуванням особливостей авіапідприємства процес здійснення складається з циклу вишукувальних робіт, проєктування, будівництва, закупівлі обладнання, монтажу та наладки.

Необхідно визначити величину витрат за основними статтями, розміри оборотних коштів, структуру витрат на придбання основних засобів, джерела і розміри залученого капіталу. Ці дані задаються для етапів життєвого циклу проєкту. Кожен з них характеризується своїми рівнями доходів і витрат, заданих у вигляді або фіксованих величин, або статистичних розподілів, або залежностей від деяких зовнішніх умов та виробничих параметрів. Наприклад, витрати на вишукування та проєктування можна розглядати як постійні на певному відрізку часу, а на будівництво - як змінні. Закупівля устаткування пов'язана з разовими виплатами і т.д. [ 9 ]. У загальному вигляді потік платежів для кожного часового інтервалу визначається наступним чином за умови, що виплачується податок на прибуток:

$$R = (G - C) - (G - C - D) T - K + S, \quad (1)$$

де R - потік платежів;

G - очікуваний загальний дохід від реалізації проєкту , сума виручки за період ;

C - поточні витрати ;

D - витрати , на які поширюються податкові пільги;

T - податкова ставка;

K - інвестиційні витрати;

S - різні компенсації , що скорочують поточні витрати.

У перші роки реалізації проєкту потік є негативною величиною, тому що витрати перевищують надходження. При цьому можливі ситуації, коли негативними виявляються платежі і в окремих інтервалах терміну експлуатації, наприклад, у зв'язку з модернізацією технологічного процесу.

Інвестиційні витрати включають всі види витрат, необхідних для реалізації проекту: проектно-вишукувальні роботи, закупівля ліцензій, замовлення і оплата обладнання, будівництво, монтаж і налагодження устаткування і т.д. Що стосується надходжень від інвестицій, то в розрахунок приймаються тільки чисті доходи. Причому під чистим розуміється дохід, отриманий на кожному часовому відрізку за вирахуванням всіх реальних витрат, які пов'язані з його створенням. Саме цей показник є головним при економічному обґрунтуванні проекту.

В якості основного вимірника ефективності використовується чистий приведений дохід. Цей показник відображає загальний абсолютний результат інвестиційної діяльності, її кінцевий фінансовий ефект. Він має ясну логічну основу і його легко розрахувати, приводячи інвестиційні витрати і доходи до одного моменту часу, тобто визначаючи сучасні вартості всіх компонентів потоку платежів за формулою:

$$NPV = \sum_{i=1}^k \frac{P_k}{(1+r)^i}, \quad (2)$$

де  $r$ -ставка приведення - базовий параметр інноваційного проекту.

Однією з основних проблем при обґрунтуванні того чи іншого проекту є визначення величини ставки, адекватної даній конкретній ситуації.

Чим вона вища, тим більшою мірою відбивається фактор часу, так як віддалені платежі надають все менший вплив на сучасну вартість потоку.

Вибір рівня процентної ставки для дисконтування (премії за ризик), в загальному випадку, не є однозначним і істотно залежить від фактора невизначеності.

Внутрішня процентна ставка є тією нормою дисконту, при якій величини дисконтованого доходу і дисконтованої інвестиції (IC) рівні, тобто вона розраховується з рівняння:

$$\sum_{i=1}^k \frac{P_i}{(1+IRR)^i} = \sum_{i=1}^k \frac{IC_i}{(1+r)^i}, \quad (3)$$

де  $IRR = r$ , при якому  $NPV = 0$ .

Термін окупності (PP) розраховується, як період часу, за який дисконтовані величини доходу від проекту (P) та інвестицій в проект (IC) зрівняються, тобто  $PP = n$ , при якому:

$$\sum_{i=1}^n \frac{P_i}{(1+r)^i} = IC. \quad (4)$$

Фінансові показники, безумовно, є визначальними при ухваленні рішень про інноваційний проект, оскільки інновації являють собою по суті одну з форм інвестування капіталу з метою отримання прибутку. Однак ці показники не відображають безпосередньо складні природно-технологічні, організаційні чинники, властиві авіапідприємствам. Саме технічні та технологічні умови значною мірою визначають обсяг діяльності, характеризують можливість настання аварійних ситуацій і тим самим формують невизначеність майбутніх надходжень. При оцінці ризиків інноваційних проектів на авіапідприємствах пропонується враховувати коефіцієнт надійності підприємства і показник економічного збитку від невиконання завдань інноваційного проекту, нанесеного факторами інноваційного ризику.

Для кількісної оцінки інноваційного ризику, викликаного технологічними умовами, пропонується використовувати метод імітаційного моделювання. При цьому замість традиційних трьох варіантів розвитку подій ( песимістичного, номінального і оптимістичного ) аналізується значно більш повна сукупність результатів (  $N \geq 1000$  ) можливих реалізацій проекту. Для цього проводиться розрахунок NPV проекту для великого числа можливих сценаріїв розвитку, в яких незалежні від інвесторів параметри проекту змінюються за допомогою датчика випадкових чисел. Підсумковий показник в цьому випадку являють собою представницьку вибірку значень випадкової величини NPV. Її статистичний параметр (відношення числа фіналів з доходом, меншим мінімально допустимого до загального числа фіналів  $N$  ) визначає можливий розкид економічних результатів, а отже, характеризують ризик проекту в цілому. Можливий несприятливий вплив у майбутньому технологічних і технічних факторів пропонується розраховувати за допомогою формули:

$$\Delta_i = \frac{\Delta_{\max} \cdot Q_{inl}}{1 + a e^{-b Q_{inl}}}, \quad (5)$$

де  $\Delta_{\max}$  - максимальний відсоток відхилення фактичного обсягу діяльності від проектного;

$\Delta_i$  - фактичні відхилення від очікуваних проектних значень  $Q_{inl}$ , спостережувані в минулі періоди.

Оцінку параметрів  $a$  і  $b$  для конкретного авіапідприємства можна знайти методами лінійного регресійного аналізу. Для цього перетворимо використовуємо формулу:

$$\ln a - bQ_{inl} = \ln \left( \frac{\Delta_i}{\Delta_{\max} Q_{inl}} - 1 \right), \quad (6)$$

За фактичними значеннями  $Q_{inl}$  і  $\Delta_i$ , спостережуваним в минулі роки експлуатації, визначаємо на основі рівності ( 6 ) оцінки параметрів  $a$ ,  $b$  та їх довірчі інтервали (  $a^-$ ,  $a^+$ ), (  $b^-$ ,  $b^+$ ). Межі зазначених інтервалів залежать від прийнятого рівня довірчої ймовірності .

Тоді потік платежів - очікувана сума надходжень за  $i$ -ий період - може бути розглянутий як випадкова величина  $C_i \cdot (Q_{inl} - \Delta_i)$ , де ціна  $C_i$  і значення  $a$ ,  $b$  задаються як випадкові числа, що приймають значення в заданих інтервалах. Варіація надходжень при різних рівнях довірчої ймовірності буде характеризувати ризик, викликаний несприятливим впливом технічних і технологічних умов.

**Висновки:** Таким чином, можна зробити висновок, що використання показників, які враховують техніко - технологічний рівень при оцінці ризику інноваційних проектів на авіапідприємстві, дозволяє найбільш точно і об'єктивно оцінити рівень інноваційного ризику та відповідно вибрати метод його зниження в процесі управління економічною безпекою авіапідприємства.

#### Список використаних джерел

1. Ожегов С.И.Словарь русского языка / Под ред. докт. филол. наук, проф. Н.Ю. Шведовой. – 14-е изд. –М.: Русский язык, 1983. – 816с.
2. Катасонов В.Ю. и др. Проектное финансирование: организация, управление риском, страхование. – М.: Анкил, 2000. – 272 с.
3. Бузько И.Р. Экономический риск (методы анализа, оценки и ограничения). – Донецк: Издательство ИЭП НАН Украины, 1996. – 331с.

4. Грачева М.В. Анализ проектных рисков.–М.:Финстатинформ,1999. –304 с.
5. Христиановский В.В. и др. Экономический риск и методы его измерения. – Донецк: Изд-во ДонГУ, 1999. – 250 с.
6. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. – СПб.: Питер, 2000. – 208 с.
7. Ковалев В.В. Методы оценки инвестиционных проектов. – М.: Финансы и статистика,1998. – 144 с.
8. Новикова Н.И. Методы оценки инновационного риска // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: Сб. науч.трудов. - Донецк: Изд-во ДонНУ, 2004.-С.504-506.
9. Щелкунов В.І., Мізюк С.Г., Астапова Г.В., Мізюк В.В., Буглак О.В. Методи забезпечення фінансової стійкості та інвестиційної привабливості авіапідприємств корпоративного типу: Монографія /В.І. Щелкунов, С.Г. Мізюк, Г.В. Астапова, В.В. Мізюк, О.В. Буглак/ . – К.: Наукова думка, 2007. – 160с.

S. Miziuk

## **ASSESSMENT OF RISK IN PROMOTING INNOVATION ECONOMIC SECURITY OF AVIATION ENTERPRISE**

*One of the priorities in the provision of economic security is a question of assessing the risk of innovation. For innovation characteristic feature performs a high level of uncertainty of the dynamics of the main factors affecting the results. Innovation is risky business element, and the difficult market environment becomes overwhelming during through various obstacles and uncertainty. The existence of a risk due to the fact that it is impossible to predict with absolute certainty the future. A necessary condition for the achievement of positive results of innovation in industrial production is the creation and improvement of the management of innovation risk. The adoption of innovative solutions in terms of risk associated with its analysis and assessment.*

*However, the existing methodologies to assess the risk of innovation does not provide guidelines for determining the probability of the simultaneous effect of technological and technical factors on economic security, which is associated with the formation as income and losses.*

*In the article the methodical approach to assessing the risk of innovation in ensuring economic security of the airline. Proposed use for quantitative evaluation of innovative risk caused by technical and technological conditions, simulation method. Identified financial efficiency and safety innovative project.*

*Keywords: innovation risk, innovation, innovative design, economic security, factors simulation.*

УДК 658.11 (045)

Шевченко А.В., Левковська Т.А.

## **СТИМУЛИ СПІВРОБІТНИЦТВА КОМПАНІЙ В СИСТЕМІ РОЗПОДІЛУ РЕСУРСІВ**

*У статті розкрито сутність співробітництва компаній в системі розподілу ресурсів господарської діяльності. Визначено ряд переваг розподілу ресурсів на засадах співробітництва. Охарактеризовано стимули примусового та добровільного характеру.*

*Ключові слова: господарська діяльність, компанія, мотивація, розподіл ресурсів, співробітництво, стимулювання.*

*В статтє определена суцність сотрудничества компаний в системе распределения ресурсов хозяйственной деятельности. Определены преимущества распределения ресурсов на принципах сотрудничества. Охарактеризовано стимулы принудительного и добровольного характера.*

*Ключевые слова: хозяйственная деятельность, компания, мотивация, распределение ресурсов, сотрудничество, стимулирование.*

**Постановка проблеми.** Сьогодні реалізація завдань інтенсифікації розвитку промислового виробництва в Україні вимагає залучення істотних обсягів ресурсів. Обмеженість значного кола ресурсів викликає зростання витрат виробництва, що негативно відбивається на конкурентоспроможності продукції, що випускається. В цих умовах прийняття рішень щодо вибору ресурсної бази виробництва диктується, переважно, локальними критеріями ефективності або для підприємства-виробника продукції, або для підприємства-постачальника послуг. За цих обставин виникає загроза підвищення конфліктності здійснення господарських процесів, що пов'язане із порушенням інтересів сторін, домінуванням принципу опортунізму в прийнятті господарських рішень, при якому виникають мотиви до уникнення витрат шляхом їх передачі третім особам. Як результат, підприємствами досягається у короткостроковому періоді максимум ефективності, адже мінімізуються витрати. Водночас унеможливується забезпечення зростання ефективності у довгостроковому періоді внаслідок появи додаткових витрат на усунення конфліктів між підприємствами-партнерами. Тому актуальності набувають питання визначення причин певної поведінки підприємств при залученні ресурсів в господарську діяльність.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Вирішення проблем підвищення ефективності взаємодії підприємств представлено у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених-економістів. На окрему увагу заслуговують праці М. Туган-Барановського, в яких започаткована ідея співробітництва у вигляді кооперації на засадах управління сумісним майном кооператорів на основі принципів свободи, рівності та справедливості [1]. Сучасні аспекти організації співробітництва підприємств представлено у

працях європейських та американських вчених-економістів, в яких розглянуто інституціональні засади кооперації при використанні ряду специфічних правил (інститутів), дія яких орієнтована на розподіл додаткових ресурсів та досягнення ефектів [2;3]. Вітчизняними вченими-економістами наголошується на необхідності використання стратегій ділового партнерства задля виводу компаній з кризового стану [4]. Теоретико-методологічні засади кооперації підприємств науковцями створюються з урахуванням специфіки функціонування вітчизняних суб'єктів господарювання та надаються рекомендації щодо підвищення ефективності коопераційних зв'язків [5]. Також вітчизняними науковцями пропонуються практичні інструменти управління корпоративними структурами, що дозволяє за умови удосконалення коопераційних зв'язків отримати ряд економічних, соціальних та екологічних переваг в господарській діяльності підприємств [6-7].

**Невирішена раніше частина проблеми.** Ряд наукових досліджень у сфері організації співробітництва компаній спрямовано на формування дієвого інструментарію забезпечення ефективної діяльності суб'єктів господарювання – партнерів, але значна увага приділяється стадіям виробництва і розподілу виробленої продукції. Але недостатньо розроблено науково-методичний інструментарій оцінки доцільності співробітництва в системі розподілу ресурсів.

**Метою** даної роботи є визначення основних характеристик та видів стимулів, що спонукають компанії до співробітництва в системі розподілу ресурсів, що дозволяє забезпечити досягнення максимального рівня ефективності для кожного з партнерів.

**Вклад основного матеріалу.** Розподіл ресурсів на засадах співробітництва має ряд переваг для всіх підприємств-партнерів. Передусім переваги полягають у отриманні нових можливостей щодо розширення наявного індивідуального економічного потенціалу розвитку підприємств-учасників за рахунок використання можливостей доступу до необхідних обсягів економічних ресурсів на засадах об'єднання зусиль і капіталів декількох зацікавлених у спільній діяльності компаній. Крім того стає можливим для підприємств-партнерів пошук та використання факторів і резервів оптимізації витрат на залучення, обмін, розподіл ресурсів. Співробітництво дозволяє вибрати найбільш привабливі сфери розподілу ресурсів і забезпечити функціонування в даних сферах на протязі терміну, зафіксованому у відповідних угодах. При цьому спостерігається зворотній зв'язок між очікуваними результатами та терміном співробітництва: при збільшенні тривалості дії угод про співробітництво за умови збереження бажаного для підприємств-партнерів рівня ефективності господарської діяльності знижується рівень невизначеності та ризикованості, що дозволяє



уникнути додаткових витрат на попередження та ліквідацію наслідків настання ризикованих подій. Розглянуті переваги співробітництва підприємств в розподілі ресурсів господарської діяльності утворюють систему стимулів, традиційні уявлення про які полягають у визначенні комплексу зовнішніх спонукань, які обумовлюють подальшу поведінку компаній у сфері здійснення господарських процесів. Стимули співробітництва розрізняються за цілями господарської діяльності підприємств-партнерів, умовами функціонування підприємств, інституціональними особливостями зовнішнього та внутрішнього середовища реалізації місії. На сьогодні слід констатувати диверсифікованість цілей господарювання, які не обмежуються лише досягненням економічних результатів (прибуток, беззбиткова діяльність, зменшення збитків), а й необхідністю досягнення ряду некомерційних результатів, зокрема екологічних та соціальних.

Оцінювання стимулів співробітництва може бути реалізовано на основі ряду інструментів, зокрема визначення рівня зміни продуктивності ресурсів, оцінка втрати доходів, вимірювання альтернативної вартості ресурсів, задіяних в господарській діяльності, аналіз ефективності витрат ресурсів. При використанні методу визначення рівня зміни продуктивності ресурсів критерієм прийняття рішень щодо доцільності укладання договорів про співробітництво є вимірювання приросту обсягів виробництва за ринковими цінами. При цьому проблема відсутності грошової оцінки екологічних та соціальних наслідків вирішується за рахунок розгляду ситуації «з проектом співробітництва» та «без проекту співробітництва», що дозволяє максимально врахувати ті зміни, що відбулися в господарській діяльності підприємств-партнерів при укладенні угоди про співробітництво. Іншим методом оцінювання екологічних та соціальних наслідків співробітництва є визначення втрати доходів, обумовлених недостатнім фінансуванням некомерційних задач підприємства. У цьому випадку частина прибутків, отриманих на попередніх етапах господарювання, спрямовується на компенсацію втрат продуктивності внаслідок погіршення екологічного та соціального середовища.

Розглянуті вище методи базуються, переважно на кількісній оцінці витрат та доходів, що утворюються за результатами співробітництва підприємств-партнерів. Проте слід констатувати, що рішення щодо розподілу ресурсів можуть бути реалізовані на основі якісних критеріїв, встановлення яких вимагає експертного оцінювання. Задачею експертів є визначення найбільш сприятливого для підприємств-партнерів співвідношення між цінністю ресурсу, що залучається до господарської діяльності, та витратами на його залучення, трансформацією відповідно до місії підприємства та продажем виробленої продукції. Якщо витрати набувають суто економічних кількісних характеристик, то встановлення економічного значення цінності ресурсів набуває певних складнощів. Стимули співробітництва при розподілі

ресурсів доцільно поділити на дві групи – добровільні та примусові (таблиці 1). Різниця між добровільними та примусовими стимулами полягає в тому, що реакцією на дію негативних стимулів є створення захисних механізмів на підприємствах, орієнтованих на протидію негативним факторам, що дозволить забезпечити досягнення ефективності не лише партнерами, а й суспільства в цілому. На відміну від примусових стимулів, добровільні стимули викликають реакції, пов'язані із свободою вибору господарських рішень щодо доцільності залучення відповідних ресурсів до господарського обігу [8].

**Таблиця 1. Характеристика стимулів співробітництва підприємств в системі розподілу ресурсів**

	Стимул	Функція	Переваги	Недоліки
Добровільні стимули	Прибуток	Відтворювальна	Створення основи розширеного відтворення	«Викривлення» траєкторії росту на користь економічних результатів
	Конкурентоспроможність	Кластеризація	Максимізація використання потенціалу за окремими складовими	Зростання витрат на «довіру»
	Диверсифікація результатів і сфер діяльності	Підтримка збалансованості розвитку	Розподіл ризиків між партнерами	Зростання операційних витрат
Примусові стимули	Законодавство	Забезпечення легітимності	Гарантія рівних прав для реалізації потенціалу підприємств	Обмеженість напрямів розвитку
	Суспільний тиск	Відповідність соціальним стандартам	Насиченість ринку продукцією, що відповідає суспільним вимогам	Нерівність між підприємствами
	Обмеженість ресурсів	Оптимальний розподіл з позицій приватних та суспільних критеріїв	Досягнення «справедливості» цін ресурсів для партнерів та підприємства	Небезпека перевищення витрат над доходами

Наявність стимулів або примусового, або добровільного характеру, на основі зазначених у таблиці характеристик, може обумовлювати появу мотивів до залучення ресурсів, як комплексу внутрішніх спонукань суб'єктів господарювання до співробітництва. Граничними станами підприємства у випадку дії даних стимулів може бути або максимізація ефективності господарської діяльності, або повна відмова від виробничих процесів. Мотиваційне підґрунтя прийняття рішень про співробітництво становлять показники ефективності. Традиційним уявленням про ефективність є визначення співвідношення між результатами та витратами: при перебільшенні результатів над витратами діяльність визнається як ефективна. Але такий статистичний вимір ефективності не дозволяє здійснювати динамічну оцінку ефективності господарської діяльності підприємств, адже оцінка є

викривленою внаслідок наявності часових розбіжностей між датами надання і використання ресурсів та датою отримання результатів. Чим більшим є проміжок часу між датою залучення ресурсів та датою отримання результатів, тим більшим є рівень невизначеності, що не дозволяє здійснити об'єктивну оцінку ефективності співробітництва. Тому необхідним є порівняння темпів зміни результатів та темпів зміни витрат на протязі певного часового інтервалу.

Можливі чотири ситуації формування ефективності співробітництва підприємств в систем розподілу ресурсів: байдужість, ефективність, умовна ефективність, неефективність [8].

*Ситуація байдужості* має місце при досягненні рівних темпів зміни витрат и результатів в господарській діяльності, що свідчить при тиражування досягнутих рівнів ефективності на попередніх етапах на майбутні періоди. Доцільність досягнення такого співвідношення матиме місце при повній визначеності умов господарювання, відсутності загроз виникнення непередбачуваних станів, при яких відбувається докорінна зміна траєкторії розвитку підприємства.

*Ситуація ефективності* досягається у випадку постійного перевищення темпів зростання результатів над темпами приросту витрат, що означає можливість компенсації здійснених витрат та досягнення стану прибутковості. Проте слід провести додаткові дослідження стосовно причин такого перевищення: якщо перевищення є запланованим, то управлінські рішення спрямовуються на закріплення досягнутих тенденцій, якщо перевищення матиме незапланований характер, то управлінські дії повинні спрямовуватися на визначення обсягів витрачених ресурсів та оцінку обсягів роботи, що повинна бути завершена при використанні обсягів ресурсів, що залишилися.

*Умовна ефективність* фіксується у ситуації рівності темпів зниження витрат і доходів, у результаті чого загальне динамічне значення ефективності залишається на рівні попередніх періодів. Очевидно, що у довгостроковому періоді ситуація умовної ефективності загрожуватиме існуванню підприємства в цілому.

Однозначною є *ситуація неефективності*, в якій спостерігається перевищення темпів зменшення результатів над темпами зменшення витрат, що свідчить про сталість збитків в господарській діяльності і вимагатиме прийняття ряду антикризових рішень щодо стабілізації фінансового стану. Граничним рішенням в цій ситуації є припинення співробітництва, що має як негативні економічні наслідки, пов'язані із неможливістю отримання бажаних результатів при переходів витрат до категорії збитків, а також негативні наслідки соціального характеру.

**Висновки.** Сьогодні постає необхідність пошуку нових інструментів забезпечення ефективності господарської діяльності, серед яких важливості набувають рішення щодо організації співробітництва підприємств, що

дозволяє оптимізувати витрати партнерів, досягти збільшення обсягів виробництва та зменшити ризики в господарській діяльності. Наведена в роботі класифікація стимулів може бути використана у подальшому для формування методичного інструментарію визначення синергетичних ефектів, величина яких відображає ступінь мотивації суб'єктів господарювання до співробітництва. Описаний методичний підхід до оцінювання ефективності співробітництва дозволяє врахувати напрями зміни результатів та витрат в господарській діяльності та ухвалити такі управлінські рішення, що спрямовані на максимізацію ступеня реалізації інтересів усіх підприємств-партнерів шляхом узгодження цілей та практичних дій щодо їх реалізації. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на конкретизацію функцій ефективності співробітництва з урахуванням специфіки процедур розподілу ресурсів та особливостей господарської діяльності підприємств-партнерів.

#### **Список використаних джерел**

1. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации / М.И. Туган-Барановский. – М.: Тип. т-ва И.Н. Кушнерев и К°, 1996. – 521 с.
2. Kurzen L. Reasoning about cooperation, actions and preferences / L. Kurzen // Knowledge, Rationality & Action. – 2009. – №169. – P.223–240.
3. Crocker C.A. Collective conflict management: a new formula for global peace and security cooperation? / C.A. Crocker, F.O. Hampson, P. Aall // International Affairs. – 2011. – №87(1). – P. 39-58.
4. Струк Н. Антикризова стратегія ділового партнерства підприємств України // Економіка ринкових відносин – 2010. – №5-6. – С. 332-336.
5. Горбонос Ф.В. Кооперація: методологічні і методичні основи / Ф.В. Горбонос. – Львів: Львівський державний аграрний університет, 2003. – 264 с.
6. Чухрай Н.І. Розвиток вертикально-інтегрованих структур в Україні на прикладі паливно-енергетичного комплексу / Н.І. Чухрай, І.В. Климовець // Інноваційна економіка. – 2012. – № 4(30). – С. 293-297.
7. Момот Т.В. Вартісно-орієнтований організаційно-економічний механізм корпоративного управління холдинговими компаніями: стратегія отримання комбінаторних переваг / Т. В. Момот. – Харків «Фактор». – 2010. – 265 с.
8. <http://ea.donntu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/22776>

Shevchenko A., Levkovska T.

## **CO CORPORATE INCENTIVES IN RESOURCE ALLOCATION SYSTEM**

*The article deals with the essence of cooperation between the companies in the power management business. Some advantages of resource allocation on the basis of cooperation are defined. Above advantages are getting new opportunities to expand existing economic development potential of individual participating companies through using of their access to necessary volumes of economic resources based on synergy and capital more interested in joint ventures companies. In addition it is possible for partner companies to find and use factors and*

*provisions for cost optimization involvement, sharing, resource allocation. Considered advantages forms incentives system, the traditional idea of who is to determine the set of external impulses that lead to the further performance of businesses in the area of business processes. Evaluation of cooperation incentives can be implemented based on a number of instruments, including determining the level of productivity of resources, loss of income assessment, measurement of opportunity cost of resources involved in business, cost-effectiveness analysis resources. Incentives for cooperation in the allocation of resources, it is advisable to divide into two groups - voluntary and compulsory. The difference between voluntary and coercive incentives is that the reaction to the effect of negative incentives is to create defense mechanisms for businesses focused on counteracting factors that will ensure the achievement of efficiency not only partners, but also society as a whole. Unlike coercive incentives, voluntary incentives cause reactions associated with the freedom of choice of economic feasibility decisions on appropriate resources to attract economic turnover.*

*Keywords: economic activity, company, motivation, resource allocation, collaboration, promotion.*

УДК 339.138: 004.01(045)

О.Я. Ярмолюк

## **CRM ТА ЕМПІРИЧНИЙ МАРКЕТИНГ**

*Визначені основні тенденції взаємозв'язку CRM і емпіричного маркетингу та їх вплив на маркетингову діяльність підприємства. Розкрита сутність емпіричного маркетингу, встановлено п'ять основних його складових модулів, які відповідають за емоційні переживання людини.*

*Ключові слова: маркетинг, емпіричний маркетинг, маркетингова діяльність, система взаємовідносин з клієнтами, розширена система взаємовідносин, CRM.*

*Определены основные тенденции взаимосвязи CRM и эмпирического маркетинга и их влияние на маркетинговую деятельность предприятия. Раскрыта сущность эмпирического маркетинга, установлено пять основных его составляющих модулей, отвечающих за эмоциональные переживания человека.*

*Ключевые слова: маркетинг, эмпирический маркетинг, маркетинговая деятельность, система взаимоотношений с клиентами, расширенная система взаимоотношений, CRM.*

**Постановка проблеми.** Сьогодні, емпіричний маркетинг стає все більш і більш популярною концепцією просування брендів. Дієвими інструменти в межах цієї концепції є спеціальні заходи. Відмінність емпіричного маркетингу від традиційного полягає в тому, що споживачу пропонується відчувати і пережити які-небудь емоції, пов'язані з цим продуктом або послугою. Відчувши такі емоції, людина зацікавлюється і в неї виникає бажання придбати певний продукт чи послугу. Для отримання даного ефекту цей вид маркетингової діяльності використовує інформаційні

технології. Тому, доцільне впровадження систем взаємовідносин з клієнтами, для більш чіткого визначення потреб споживачів та налагодження зворотного зв'язку.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** В ході проведеного дослідження, встановлено, що в Україні недостатньо теоретичних матеріалів стосовно нових тенденцій в маркетинговій діяльності, а особливо інформації про використання систем взаємовідносин з клієнтами в емпіричному маркетингу в компаніях України.

**Метою роботи** є висвітлення нових тенденцій розвитку маркетингу на основі CRM, що мають істотно вплинути на функціонування маркетингової діяльності на підприємстві.

**Виклад основного матеріалу.** Наше дослідження свідчить про недостатню увагу українських науковців до питань використання CRM в емпіричному маркетингу та його впливу на маркетингову діяльність підприємства. На сьогоднішній день маркетологи все більш переходять від традиційного маркетингу властивостей і переваг до формування у своїх клієнтів емпіричних переживань. Для ефективного емпіричного маркетингу необхідно три компоненти, які визначають не тільки підхід до маркетингу, але і бізнес в цілому: інформаційні технології; бренд; розповсюдження інтегрованих комунікацій і елементу розваги.

Стосовно інформаційних технологій, то в наш час, вони увійшли у всі сфери нашого життя, як в персональний так і бізнес сектор. Причому важко собі уявити собі документообіг компанії без використання інформаційних технологій. А системи взаємовідносин з клієнтом об'єднали всі інформаційні потоки на підприємстві, налагодили взаємозв'язок між клієнтом та компанією, встановивши довірчі відносини. Що позитивно вплинуло на лояльність споживачів, можливість більш точного сегментування їх компанією, прогнозування майбутніх запитів та побажань клієнтів, встановлення тісних довірчих взаємовідносин.

Відносно бренду, то це не просто слово, яке ми все частіше і частіше не тільки чуємо, вживаємо, але і бачимо. Якщо озирнутися навколо, то без сумніву, можна побачити, що у всіх сферах повсякденного життя виникли певні бренди. Очевидно, що сьогодні навіть речі, які ми традиційно не сприймаємо як бренди, фактично є такими і як такі діють на ринку. Вони формують у свідомості людини характерні відмітні образи, асоціації, тощо, а також володіють потенціалом ринкового просування і розповсюдження,

володіють достоїнствами повноцінної торгової марки та потребують планування і управління. Як все перетворюється на бренд, так все, перетворюється на форму комунікацій. В умовах глобальності міняється і сам тон комунікаційних повідомлень. Мова вже не йде про суто інформаційну їх функцію, все набуває розважального характеру. Традиційний маркетинг, розвивався як реакція на потребу індустріальної епохи і вже не відповідає запитам революційного буму розвитку комунікацій, що відбувається сьогодні, інформаційних технологій та експансії з боку марочних товарів. Під "традиційним маркетингом" мається на увазі, концепція методологічних напрацювань, накопичених зусиллями учених, консультантів і практиків маркетингу. Як не дивно, ця концепція як і раніше складає основу маркетингової роботи, протягом багатьох десятиліть, не зазнаючи практично ніяких серйозних змін. Традиційний маркетинг в значній мірі обернений на функціональні властивості товарів. Прихильники традиційного маркетингу виходять з того, що клієнти (будь то професійні або кінцеві споживачі) будь-якого ринку (товарів виробничого призначення, споживчого, ринку технологій або послуг) шукають в товарі наявність певних властивостей, потім оцінюють і порівнюють ці властивості, вибирають продукт, що володіє в їх очах найбільшою корисністю. Акцент традиційного маркетингу на факти визначає раціональний підхід до споживання. Його концепція не має міцної психологічної бази, якою обґрунтовувався б стан споживача, його реакції на продукти і конкуренцію. Але також, традиційний маркетинг володіє і рядом позитивних якостей, які слід зберегти. Сьогодні споживач сприймає властивості і переваги, якість продукту і позитивний імідж бренду як само собою зрозуміле. Здатність компанії породжувати в людині бажані переживання (тобто в потрібному ключі використовувати можливості інформаційних технологій, брендів і взаємно інтегрованих комунікацій, і, звичайно ж, елементів розваги) по суті, і визначатиме її успіх на глобальному ринку тисячоліття. Однією з переваг емпіричного маркетингу є те, що він не належить ні до одного методу, і тому еkleктичний в своїх дослідженнях. Як інструменти вивчення використовується все, що здатне породити плідну ідею, інформаційні технології на чолі з CRM, для аналітики та налагодження тісної взаємодії між підприємством та споживачем.

Емпіричний маркетинг з впровадженням систем взаємовідносин пропонує і новий підхід до брендингу. Брендінг зазвичай, це типовий ідентифікатор продуктів фірми у вигляді найменувань, логотипів і рекламних

девізів. В наш час недостатньо просто розмістити свій бренд на десятках різномірних продуктів і нових асортиментних лініях, тиражувати бренд в рамках програм мерчандайзингу. Бренд потрібно донести до всіх п'яти органів почуття людини, до його серця і розуму, щоб забезпечити споживачеві інтегроване враження на споживача.

В емпіричному маркетингу є п'ять складових стратегічних емпіричних модулів: відчуття, відчуття, роздуми, дії, співвідношення, за допомогою яких, менеджер з маркетингу може визначити стратегію маркетингових дій компанії.

1. *Відчуття.* Орієнтовані на сенсорні відчуття рекламні ролики порушують зорові і слухові рецептори споживача швидкою зміною уривчастих зразків і супроводжуючою їх певною музикою. Динамічний, привертаючий увагу відеоряд може сформувати після якихось п'ятнадцяти секунд стійке враження.

2. *Відчуття.* На відміну від попередньої, реклама, орієнтована на емоції, нерідко представляє життєву ситуацію, поетапно нарощує емоційне сприйняття, що дозволяє глядачеві повною мірою проникнутися пропонованими образами.

3. *Роздуми.* Рекламні кампанії для цього модуля, відрізняються статечністю і розміреністю, зазвичай супроводжуються закадровим коментарем з переходом до екранного тексту. Основний акцент ставиться на збудженні думок споживача.

4. *Дії.* Реклама, що спонукає до дії, зазвичай представляються результати тих або інших вчинків, прояви певного стилю життя.

5. *Співвідношення.* Героями реклами даного типу стають типові представники тих груп людей, з якими глядач імовірно себе асоціює або до яких хотів би відноситися.

Таким чином емпіричний маркетинг припускає набагато глибші і систематичні дослідження споживачів, новий підхід до розробки і тестування рекламних кампаній та продуктів.

**Висновки і напрямок подальших досліджень.** Підсумуємо вище написане, у результаті свого розвитку системи взаємовідносин з клієнтами розвиваються так само, як і сама маркетингова діяльність. Виступаючи в ролі універсального інструменту, як стратегії ведення бізнес діяльності так і інформаційної технології, системи взаємовідносин з клієнтами дають можливість, проаналізувати весь стан споживачів, описати емпіричні



тенденції, а також точно визначити побажання того чи іншого сегменту споживачів. В наш час компанії повинні переосмислити себе і перейти до синергетичного використання емпіричного маркетингу та маркетингу взаємовідносин в поєднанні з стратегією ведення бізнесу та інформаційного забезпечення на основі систем взаємовідносин з клієнтами.

### **Список використаних джерел**

1. Ярмолюк О.Я. Проблеми оцінки ефективності CRM в авіакомпанії як інструмента маркетингових комунікацій. Проблеми системного підходу в економіці: Зб. наук. пр. - К.: НАУ, 2009. - Вип. 28. – С.82-86
2. <http://marketing.by/main/school/practice/0027103/>
3. [http://swotanaliz.ru/eratostbenes/marketing/shmitt\\_ehmpiricheskij\\_marketing.html](http://swotanaliz.ru/eratostbenes/marketing/shmitt_ehmpiricheskij_marketing.html)

Yarmolyuk O.

### **CRM AND EXPERIENTIAL MARKETING**

*The main trends in CRM and relationship marketing empirical and their impact on the marketing activities of the company . Discover the essence of empirical marketing, established five main modules of its components that are responsible for emotional distress man.*

*Nowadays more and more marketers are shifting from traditional marketing properties and advantages to form their clients empirical experiences. For effective empirical marketing needs three components that determine not only the approach to marketing, but the business as a whole: the information technology; brand; distribution of integrated communications and entertainment elements.*

*In the empirical marketing are five components of strategic empirical modules: feeling, sensation, thought, action, relationship, through which, the marketing manager can define a strategy marketing activities of the company.*

*Acting as a universal tool such as business strategy business and information technology systems, customer relationships make it possible to analyze the entire state of consumers describe empirical trends and pinpoint the wishes of a particular segment of customers. Nowadays, companies need to rethink themselves and go to the synergistic use of empirical marketing and marketing relationships in conjunction with business strategy and information support systems based on customer relationships .*

*Keywords : marketing, experiential marketing , marketing , customer relationship system , advanced system of relations , CRM.*

УДК 656:658

Рибак О.М.

## **РЕІНЖИНІРИНГ ПІДПРИЄМСТВ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ**

*В статті розглянуто динаміку розвитку видавничо-поліграфічної галузі України. Визначені основні її проблеми, запропоновано у якості шляхів їх вирішення створення на базі друкованих видань інтернет-видань з подальшим реінжинірингом їх основних бізнес процесів.*

*Ключові слова: інформаційна економіка, видавничо-поліграфічна галузь, інтернет-видання, реінжиніринг бізнес процесів.*

*В статье рассмотрена динамика развития издательско-полиграфической отрасли Украины. Определены основные ее проблемы, предложено в качестве путей их решения создание на базе печатных изданий интернет-изданий с последующим реинжинирингом их основных бизнес процессов.*

*Ключевые слова: информационная экономика, издательско-полиграфическая отрасль, интернет-издания, реинжиниринг бизнес процессов.*

**Постановка проблеми.** Зміна системи обміну інформацією в наслідок стрімкого розвитку глобальних інформаційних мереж призвела до необхідності змін в суспільно – економічній сфері. Особливо помітним даний аспект стає в галузях господарювання, що на пряму пов'язані з розповсюдженням інформації у суспільстві. Однією з таких є поліграфічна. Перехід до нових умов інформаційного забезпечення зумовлює необхідність трансформації бізнесу українських підприємств видавничо-поліграфічної галузі. Обсяг друкованих видань в Україні має стійку тенденцію до зменшення, за рахунок падіння попиту в даному сегменті ринку. Зменшення кількості проданих примірників книг, газет, журналів зумовлюється переходом читачів до інформаційної мережі Інтернет, що на сьогоднішній день є оперативнішим та бюджетнішим джерелом отримання інформації. А позитивний фінансовий результат лівової частки українських підприємств зумовлюється насамперед здорожчанням їх кінцевого продукту, що призводить до неконкурентоспроможності. Зазначені проблеми потребують негайної реструктуризації бізнесу та адаптації до нових умов господарювання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням особливостей бізнесу в умовах інформаційної економіки присвячені роботи Івина Л.Н., Куклина В.М.[1] Стійкий розвиток в економіці мереж вивчали Паринов С.И., Яковлев Т.И, [2] та інші. Проблеми сучасних підприємств видавничо-поліграфічної галузі цікавили Дурняка Б., Штангрета А., Мельникова О., та інші [3].

**Невирішена раніше частина проблеми.** Однак питання реструктуризації бізнесу підприємств видавничо-поліграфічної галузі

України в умовах інформаційної економіки залишається не достатньо вивченим. За даними Державної служби статистики України за 2013 рік спостерігалось зменшення випуску продукції у видавничо-поліграфічній діяльності на 3% [4], при цьому прогнози на 2014 залишаються не втішними. Відповідно до проведених досліджень частина відомих загальносвітових видань не зважаючи на транспортні витрати друкується за кордоном, де значно вищою є якість та нижчою вартість кінцевого продукту. З розвитком техніки та нових технологій друковані видання в порівнянні з інтернет-виданнями стають менш зручними та оперативними. Інтернет як медійна сфера є синтезом преси, радіо, телебачення з економією часу, простору і коштів, що зумовлює необхідність формування нової структури видавничо-поліграфічного бізнесу в Україні.

**Мета статті і виклад основного матеріалу.** З усього вище зазначеного, метою статті є реінжиніринг українських підприємств видавничо-поліграфічної галузі в умовах інформаційної економіки. Згідно з даними Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), у вересні 2013 року 49,8% дорослого населення України користувалися Інтернетом. Таким чином, зростання числа користувачів триває навіть більшими темпами, ніж це прогнозувалось. Темп приросту протягом лютого 2012-жовтня 2013 років склав 16%, що трохи поступається рекордному стрибку в 34% у період з березня 2011 по лютий 2012 року [5]. При цьому, обсяги виробленої продукції в поліграфічній галузі за 2005-2013 роки мають стрімку тенденцію до падіння. Так у 2009 році кількість примірників газет, журналів та періодичних видань, які виходять щонайменше чотири рази на тиждень складала 1715 млн. примірників, а в 2013 ця цифра зменшилась до 687, що склало 40 % [4]. На фоні вище означених тенденцій адаптація до нових умов організації бізнесу потребує координальних змін. Сьогодні інтернет як засіб масової комунікації – це потужний конкурент традиційних мас-медіа у процесі донесення відомостей споживачам інформації. Тому актуальними є дослідження розвитку системи інтернет – видань на базі паперових видань. Принципово новий медіа-продукт надасть можливість підвищити конкурентний рівень, знизивши вартість кінцевого продукту та підвищивши обсяги її реалізації. В українському медійному інтернет-просторі можна виокремити три види інтернет-видань: інтернет-версії друкованих чи електронних ЗМІ; сайти інформаційних агентств; інтернет-видання. Інтернет-версії друкованих чи електронних українських ЗМІ нічим особливо не відрізняються від власне інтернет-видань: як правило, подають ту ж саму інформацію, яку можна прочитати у пресі, почути по радіо, побачити на телебаченні. Однак інтернет-версії дають можливість друкованим та електронним ЗМІ активно співпрацювати з аудиторією («Форуми» сайтів, опитування, тестування), створювати архіви, матеріали яких стають легкодоступними.

Реструктуризацію та адаптацію українських паперових видань до нових умов господарювання доцільно розглянути в контексті відомої концепції реінжинірингу бізнес – процесів (РБП). Поняття "реінжиніринг" виникло як відповідь на потребу в переосмисленні й кардинальній зміні методів менеджменту відповідно до сучасних вимог конкуренції, яка загострюється внаслідок зростаючої динамічності науково-технічного прогресу, його глобалізації. Реінжиніринг – це не те ж саме, що й інжиніринг. Навіть за допомогою інформаційних технологій інжиніринг автоматизує існуючі процеси (з усіма їх недоліками) й не ставить перед собою основну задачу реінжиніринга – проєктування нового бізнес-процесу, завдяки чому досягаються основні результати. Перетворення бізнес-процесів відкриває якісно новий підхід у структурі виробничого процесу, при якому окремі працівники відповідає за доручений йому процес, роботу від початку до кінця, ухвалює самостійні рішення. Передбачається також розширення повноважень співробітників і перехід від вузькоспеціалізованих працівників до багатофункціональних, об'єднаних в самокеруючі команди, перехід від "вертикальних" до "горизонтальних" структур управління підприємством.

Бізнес-процес являє собою потік роботи, що проходить від одного фахівця до іншого або від одного підрозділу до іншого, внаслідок чого виробляється продукт, надається послуга. Ключовою описовою характеристикою у визначенні бізнес-процесу є ланцюжок: "початок-вхід" – певна кількість кроків посередині і завершення – "вихід-кінець", з можливим включенням безлічі функцій. Опис бізнес-процесу відбувається ступінчасто – від одного фахівця до іншого. Після опису він повинен являти собою повні й суцільні потоки роботи й ніякі етапи не повинні бути пропущені. Бізнес-процес показує в динаміці, як підприємство виробляє продукт, у той час як класична лінійно-функціональна структура підприємства відображає картину розподілу, відповідальності й підлеглості [6]. Одним з основних напрямів реінжинірингу є переорієнтація підприємств із виробничих на маркетингові цілі, що передбачає розробку стратегії на основі прогнозу обсягу й структури запитів споживачів. На відміну від традиційних підходів комп'ютеризації бізнес-процесів і підвищення їх ефективності, РБП передбачає проведення їх попереднього реінжинірингу, а потім застосування всієї потужності інформаційних і телекомунікаційних технологій для посилення потенціалу нової системи менеджменту. Відповідні радикальні нововведення інформаційних технологій, організації і управлінні забезпечують на мікрорівні значну ефективність виробництва, і на макрорівні прискорюють темпи економічного зростання. Нарівні з цим формується нова філософія й ключові тенденції менеджменту: підвищення ролі інноваційної складової; вимоги до організаційної культури; демократизація процесів прийняття рішень; орієнтація на сучасні ресурсозберігаючі технології; продуціювання нових інформаційно-комунікаційних технологій. На нашу думку, впровадження реінжинірингу бізнес-процесів на базі українського видавничо – поліграфічного бізнесу має

включати наступні основні етапи:

I Етап. Розробка образу майбутнього інтернет-видання, виходячи з його стратегічних цілей, потреб клієнтів, загального рівня бізнесу в галузі (визначається по організації – технологічному лідеру) і поточного стану підприємства. Головним змістом першого етапу є визначення цільових настанов і створення структури реінжинірингу бізнес-процесів перепроєктованого підприємства. На цьому етапі необхідно в повній мірі враховувати досягнення науково-технічного прогресу, революційні зміни в інформаційних і телекомунікаційних технологіях, в організації, управлінні й плануванні сучасного виробництва. На даному етапі реінжинірингу вдосконалення системи управління й якісне оновлення фондів на сучасній технічній основі – це найважливіші напрями, які повинні знайти відображення у стратегічних цілях майбутнього підприємства.

II Етап. Створення моделі існуючого проекту. На цьому етапі менеджери з участю розробників інформаційних систем і технологій повинні здійснювати детальний опис існуючого підприємства, ідентифікувати й документувати основні бізнес-процеси, оцінити їх ефективність.

III Етап. Розробка нових бізнес-процесів. На даному етапі передбачається:

а) перепроєктування бізнес-процесів з метою створення більш ефективних виробничих процесів, визначення способів використання інформаційних технологій, ідентифікація необхідних змін у роботі персоналу;

б) розробка бізнес-процесів на підприємстві на рівні трудових ресурсів, з проектуванням різних видів робіт, підготовкою системи мотивації, організації команд для виконання робіт і груп підтримки якості, розробкою програм перекваліфікації фахівців;

в) розробка підтримуючих інформаційних систем, де визначаються існуючі технологічні ресурси (обладнання, програмне забезпечення).

IV Етап. Впровадження перепроєктованих бізнес-процесів.

Розглядаючи РБП підприємств видавничо-поліграфічної галузі варто зазначити, що запропоноване рішення надасть можливість розв'язати відразу декілька питань: значно зменшити собівартість кінцевого продукту; підвищити рентабельність, в першу чергу за рахунок витрат на збут та зберігання продукції; зменшити виробничий цикл; підвищити капіталовіддачу; збільшити обсяг виробництва продукції; отримати вихід безпосередньо на кінцевого споживача; залучити нову аудиторію; підвищити якість та оперативність представлення інформації та ін. Протягом найближчих декількох років, скорочення виробництва друкованої продукції буде стримуватись в першу чергу завдяки все ще високим витратами на придбання додаткових електронних засобів візуалізації, окрім того – психологічними бар'єрами та неповною адаптованістю видавців до електронного поширення видань. Ще однією характерною рисою подальшого розвитку стане використання поліграфічними підприємствами аутсорсингових послуг, що відкриває нові можливості по розширенню

власних послуг за рахунок до друкарських та крос-медійних видавничих процесів. Зазначені тенденції нададуть додатковий час видавничо-поліграфічним підприємствам для здійснення запропонованих в роботі заходів. Рекомендована адаптація наблизить до нових умов господарювання.

**Висновок.** Безперервні, істотні зміни в технологіях, ринках збуту й потребах клієнтів стали звичайним явищем. Компанії, прагнучи вижити й зберегти конкурентоспроможність, вимушені безперервно перебудовувати свою стратегію й тактику розвитку, гнучко й оперативно пристосовуватися до очікуваних зсувів у запитах споживачів. Організація інтернет-видання через реалізацію цілісної системи реінжинірингу бізнес процесів на базі видавничо-поліграфічних підприємств дозволить значно підвищити їх конкурентоспроможність. Орієнтація на конкретного читача дозволить забезпечити якість інформації, своєчасність її надання та гнучкість. Принципово новий медіа-продукт надасть можливість в разі підвищити ефективність використання капіталу друкованих видань, знизивши вартість кінцевого продукту.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ивина Л.Н., Куклин В.М. Информационная экономика. – Харьков: изд-во Кроссруд, 2005. – 436 с
2. Паринов С.И., Яковлев Т.И. //Экономика 21 века на базе Интернет-технологий. URL: <http://colscy.narod.ru/21vek.htm>
3. Дурняк Б., Штангрет А., Мельников О. Видавничо-поліграфічна галузь України: стан, проблеми, тенденції. Статистично-графічний огляд. Моногр. - Львів: УАД, 2006. - 274 с.
4. Державний комітет статистики України - [ Інтернет-ресурс ] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. В 2013 році кількість Інтернет-користувачів в Україні склала половину населення <http://www.unian.ua/society/846299-v-2013-rotsi-kilkist-internet-koristuvachiv-v-ukrajini-sklala-polovinu-naseleння.html>

E.N. Rybak

#### **REENGINEERING OF ENTERPRISES PUBLISHING AND INDUSTRY IN TERMS OF THE INFORMATION ECONOMY**

*The paper considers the dynamics of the publishing and printing industry in Ukraine. Determined strong tendency towards a decrease in demand in this market segment . The number of sold copies of books, newspapers and magazines are constantly decreasing, conditional transition readers to information on the Internet. A positive financial performance of these companies is a result of higher prices for the final product.*

*Over the next few years, reducing the production of printed materials will be constrained by the high costs of purchasing additional electronic means of information visualization. Psychological barriers and incomplete Publishers adapted to electronic distribution of publications. This will provide additional time to adapt business. The author offers in this period create on the basis of publications internet edition. And, reverse engineer key business processes. This will greatly improve the competitiveness . Provide an opportunity to target specific readers. Will ensure the quality of information , efficiency and flexibility of its provision . Reduce the cost of the final product and increase the scope of its implementation.*

## З М І С Т

### ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

<i>Анпілогова Ж.Д., Пристайко О.П. Астахова Н.І.</i>	Ефективність функціонування фінансів державного сектора економіки України	3
<i>Гайдаржійська О.М., Захарченко О.О. Войченко Т.О.</i>	Роль місцевих органів влади в удосконаленні процесу оцінки кредитоспроможності клієнтів комерційних банків	8
<i>Гайдаржійська О.М., Захарченко О.О. Войченко Т.О.</i>	Фактори впливу на розвиток банківської системи України	19
<i>Гаврилко Т.О., Рябошапка В.А. Вясиленко В.А.</i>	Аналіз існуючих методик управління продуктивністю підприємства	25
<i>Гаврилко Т.О., Рябошапка В.А. Вясиленко В.А.</i>	Платіжні системи internet у електронній комерції	30
<i>Гаврилко Т.О., Рябошапка В.А. Вясиленко В.А.</i>	Аспекти формування конкурентних позицій підприємств в сучасних умовах	36
<i>Гец І.О.</i>	Анализ конкурентоспособности рынка авиационных перевозок Азербайджана и разработка стратегии развития	40
<i>Глухенька М.В.</i>	Механізм державного регулювання розвитку транспортних мереж України	50
<i>Гноєва І.М.</i>	Еволюція трактувань економічної категорії «модернізація»	55
<i>Костюнік О.В.</i>	Інтеграційні процеси як стратегія управління капіталом	60
<i>Городецька Л.О. Зарановська Г.С. Гобачова О.М. Родіонов П.Ю. Малахівська Г.В.</i>	Ефективність енергозбереження на залізницях України	70
<i>Городецька Л.О. Зарановська Г.С. Гобачова О.М. Родіонов П.Ю. Малахівська Г.В.</i>	Теоретично-практичні аспекти запровадження інформаційної системи авіакомпанії	75
<i>Городецька Л.О. Зарановська Г.С. Гобачова О.М. Родіонов П.Ю. Малахівська Г.В.</i>	Передумови формування та функціонування стратегічних альянсів	80
<i>Петровський О.М.</i>	Аеропорт як центр експортних авіаперевезень продукції підприємств економічного кластеру	87
<i>Жам О.Ю. Залєвська А.В.</i>	Удосконалення обліку та аудиту цінних паперів в Україні	92

<i>Кіонський О.М.</i>	Аналіз цінових факторів формування механізму управління міжнародним маркетингом аеропортів	98
<i>Коновалюк В.С. Солов'єва О.О. Герасименко І.М. Костенко О.К.</i>	Прогнозування попиту на агроавіаційні роботи	108
<i>Кучерук Г.Ю.</i>	Формування економічного механізму управління діяльністю з ресурсозбереження авіаційних підприємств	114
<i>Парій В.М. Гонтар К.В.</i>	Розвиток транспортно-логістичного комплексу України	121
<i>Петровська С.В. Шеховцова М.О. Полоус О.В.</i>	Фінансова стійкість комерційного банку: теоретичний аспект	127
<i>Примак Т.О.</i>	Використання нейромаркетингу у формуванні стандартів мерчендайзингу	132
<i>Радченко О.А. Ченікова О.Г. Пристайко О.П. Швець А.Ю. Щербатенко І.В. Олійник Н.М.</i>	Тенденції формування трудового потенціалу провідних аеропортів України	136
<i>Обидєннова Т.С.</i>	Аналіз використання сучасних заходів в комплексі маркетингових комунікацій для ефективного управління різними типами підприємств	143
<i>Мізюк С.Г.</i>	Стратегічний аналіз впливу зовнішнього середовища на діяльність аеропортів	148
<i>Шевченко А.В. Левковська Т.А. Ярмолюк О.Я. Рибак О.М.</i>	Особливості класифікації банківських ризиків при управлінні ними	153
	Сучасний стан та перспективи розвитку вітчизняного іпотечного ринку комерційної нерухомості	158
	Методичні рекомендації щодо оцінки доцільності проведення структурних перетворень машинобудівних підприємств	164
	Оцінка інноваційного ризику у забезпеченні економічної безпеки авіапідприємства	173
	Стимули співробітництва компаній в системі розподілу ресурсів	183
	CRM та емпіричний маркетинг	189
	Реінжиніринг підприємств видавничо-поліграфічної галузі в умовах інформаційної економіки	194



## CONTENT

### ECONOMICAL SCIENCES

<i>Anpilogova G., Prystayko O.</i>	Effective functioning finance public sector Ukraine	7
<i>Astakhova N.</i>	Local authorities in improving the process of assessing the creditworthiness of clients of commercial banks	18
<i>Haydapzhyucka O., Zahapchenko O. Voichenko T.</i>	Factors influencing the development of the banking system of Ukraine	24
<i>Gavrylko T., Riaboshapka V. Vasilenko V.</i>	Analysis of existent methods of management the productivity of enterprise Payment systems internet in e-commerce	29 35
<i>Heiets I.</i>	Aspects of competitive positions enterprise in modern conditions	40
<i>Hlurhenka M.</i>	The analysis competitive and development strategy for airlines in Azerbaijan	49
<i>Gnoieva I.N. O.V. Kostyunik</i>	Mechanism of government control of development of transport networks of Ukraine The evolution of economiccategory «modernization» Interpretations integration process as money management	54 59 69
<i>Gorodetska L.O., Zaranovska A.S. Gorbacheva O. , Rodionov P.</i>	Energy efficiency on ukrainian railways	75
<i>Malakhivska G.</i>	Theoretical and practical aspects of the airline information system introduction	80
<i>Petrovskiy O.</i>	Strategic alliances formation and function background	87
<i>Zham O., Zalievskia A. Kionskiy O.</i>	The airport as a center for air transportation of export goods of enterprises economic cluster Improvement of accounting and audit of securities in Ukraine	91 97
<i>Konovalyuk V., Soloviova O., Gerasymenko I.</i>	Analysis of price factors of formation of the mechanism of management of international marketing airports	107
<i>Kostenko O.</i>	Forecasting of demand for agricultural aviation works	113
	Formation of the economic mechanism of resource-	120

	saving management of aviation enterprises	
<i>Kucheruk G.</i>	The development of transport and logistics complex of Ukraine	126
<i>Pariy V., Gontar K.</i>	Financial stability commercial banks: theoretical aspects	131
<i>Petrovska S., Shekhovtsova M.</i>	Neuromarketing in merchandising standardsformation	135
<i>Polous O.</i>	Trends of forming the work potential of leading airports of Ukraine	142
<i>Primak T.</i>	The analysis of use of modern measures in the complex of marketing communications for effective management of different types of enterprises	148
<i>Radchenko O., Chernikova O.</i>	Strategic analysis of the environmental impact on the airport activities	153
<i>Prystayko O., Shvets A.</i>	Features for classification bank risk management	157
<i>Shcherbatenko I, Oleinik N.</i>	Current state and prospects of development of dom mortgage commercial real estate market	163
<i>Obydiennova T.</i>	Guidelines for the assessment of expediency of carrying out of structural transformations of machine-building enterprises	172
<i>Miziuk S.</i>	Assessment of risk in promoting innovation economic security of aviation enterprise	182
<i>Shevchenko A., Levkovska T.</i>	Co corporate incentives in resource allocation system	188
<i>Yarmolyuk O.</i>	CRM and experiential marketing	193
<i>Rybak E.</i>	Reengineering of enterprises publishing and industry in terms of the information economy	198

Наукове видання

ПРОБЛЕМИ  
СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ЕКОНОМІЦІ

Збірник наукових праць

Випуск 47

Технічне редагування С.В. Петровська

Опубліковано в авторській редакції

Підписано до друку 19.02.14.  
Формат 60x84/16.  
Папір офсетний. Офсетний друк.  
Обл.-вид. арк. 11,15. Ум. друк. арк. 10,35.  
Тираж 150 прим.  
Замовлення № Л-78.  
Друкарня «ППНВ»  
03148, м. Київ, вул. Пшенична, 2