

**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

Монографія

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет технологій та дизайну
Білоруський торговельно-економічний університет споживчої кооперації
(Республіка Білорусь)
Вища лінгвістична школа (м. Ченстохов, Республіка Польща)
Ризький технічний університет (Латвійська Республіка)
Південно-Західний університет імені Неофіта Рильського
(Республіка Болгарія)
Університет Бельсько-Бяла (м. Бельсько-Бяла, Республіка Польща)
Інститут технологій та бізнесу в Чеське Будейовіце
(м. Чеське Будейовіце, Чеська Республіка)
Карагандинський економічний університет Казспоживсоюзу
(Республіка Казахстан)

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Монографія

Київ
КНУТД
2018

УДК 316. 44

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Київського національного університету технологій та дизайну
(протокол № 3 від 24.10.2018 р.)*

Рецензенти:

Забуранна Л.В. – доктор економічних наук, професор

Курило Л.І. – доктор економічних наук, професор

Грущинська Н.М. – доктор економічних наук, професор

Сучасні проблеми економічного розвитку України: монографія/ за
ред. О.В. Ольшанської, А.О. Мельник, Т.Є.Воронкової – К. : ТОВ «ДКС
центр», 2018. –195 с.

ISBN 978-617-7300-35-8

В монографії висвітлено теоретичні основи розвитку бізнес-середовища підприємств організацій, закладів вищої освіти в економічних, соціальних та інформаційних аспектах глобальних проблем. В роботі особливу увагу приділено питанням ефективності управління в умовах глобалізації, забезпечення економічної безпеки, значення обліку, контролю та аналізу у забезпеченні ефективності сучасного управління суб'єктами підприємницької діяльності. Досліджено проблему щодо перспектив розвитку глобалізації в контексті четвертої промислової революції і її соціально-економічних наслідків.

Монографія призначена для науковців, викладачів, державних службовців, фахівців, керівників вищих навчальних закладів, аспірантів, студентів, які досліджують проблеми розвитку економіки в умовах глобалізації.

ISBN 978-617-7300-35-8

УДК 316. 44

© КНУТД, 2018

Авторський колектив монографії

Доктори наук, професори:

Ольшанська О.В., д.е.н. проф.- вступ, розділ 1.7.
Мельник А.О., д.е.н. доц.- вступ, розділи 3.2; 4.3.
Борецька Н.П., д.е.н. проф.- розділ 1.4.
Денисенко М.П., д.е.н. проф.- розділ 4.4.
Чубукова О.Ю., д.е.н. проф.- розділ 3.1.
Скрипник М.І., д.е.н. доц.- розділ 2.1.
Стежко Н.В., д.е.н. проф.- розділ 1.5.
Натрошвілі С.Г., д.е.н. проф.- розділ 4.7.
Воронкова Т.Є., к.е.н., проф. - вступ; розділ 1.1.
Бугас В.В., к.е.н., проф. - розділ 4.4.

Кандидати наук, доценти:

Власюк Т. М., к.е.н, доц. – розділ 4.5.
Матюха М.М., к.е.н, доц. – розділ 2.2.
Шацька З.Я., к.е.н., доц. – розділ 1.3.
Фокіна-Мезенцева К.В., к.е.н., доц. – розділ 1.8.
Саюн А. О., к.е.н, доц. - розділ 4.1.
Григоревська О.О., к.е.н., доц. – розділ 2.2.
Беялов Т. Е., к.е.н., доц. – розділ 4.6.
Радіонова Н. Й., к.е.н., доц. – розділ 4.2.
Бабина Т.Г. – к.ф.н., доц. розділ 4.7.
Пономаренко І.В., к.е.н., доцент – розділ 3.1.
Баєв В.В., к.е.н., доцент – розділ 1.6.
Будякова О.Ю., к.е.н., ст. викл. – розділ 1.2.

Аспіранти, студенти:

Фаріон Н.О., аспірант – розділ 4.4.
Сапян А.С., студент – розділ 3.2.
Юдицька В.О., студент – розділ 4.3.
Григорчук Д. В., аспірант – розділ 1.7.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ	11
1.1. Глобалізація світової економіки: проблеми та наслідки	11
1.2. Напрями покращення інвестиційного клімату України в умовах глобалізації.....	16
1.3. Проблеми забезпечення економічної безпеки підприємницьких структур в сучасних умовах.....	22
1.4. Проблеми соціальної безпеки держави.....	27
1.5. Вітчизняне сільське господарство як ресурсна основа для розвитку харчової промисловості в контексті вирішення глобальної продовольчої проблеми.....	
1.6. Концептуальні засади формування системи безпеки туристичного підприємства в умовах глобальної нестабільності.....	
1.7. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму та стратегічні вектори для України.....	
1.8. Формування корпоративної культури туристичного підприємства в умовах економічної кризи.....	
РОЗДІЛ 2. «ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У КОНТЕКСТІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ СТАНДАРТІВ ОБЛІКУ	33
2.1. Визнання та оцінка елементів фінансової звітності в системі стандартів US GAAP.....	33
2.2. Формування інформаційних потоків бізнес-процесів в системі управлінського обліку.....	60
	77
РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ	
3.1. Особливості роботи фахівця у сфері цифрового маркетингу.....	77
3.2. Етапи створення ефективної маркетингової стратегії на підприємстві.....	82
	97
РОЗДІЛ 4. ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО УПРАВЛІННЯ: ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, ПРАКТИКА	
4.1. Фінансові послуги як інструмент управління	97
4.2. Формування стратегії управління витратами швейних підприємств за допомогою сучасних методів їх аналізу	103

4.3. Формування адаптивної системи управління прибутком на підприємстві.....	
4.4. Акціонерні товариства у структурі корпоративного сектору економіки України.....	122
4.5. Завдання вищої освіти у суспільстві економіки знань.....	126
4.6. Сучасні тенденції розвитку підприємницького університету.....	
4.7. Парадигма стратегічного управління закладом вищої освіти в умовах сучасних викликів.....	

ВСТУП

Процес глобалізації є однією з найактуальніших проблем на сьогодні, оскільки характеризує стан і розвиток сучасної економічної системи. В сучасних умовах спостерігається все більша залежність національної економіки від дії зовнішніх факторів, особливо в умовах зменшення торговельних бар'єрів і зростання доступу до світових ринків капіталу. Ці фактори сприяють формуванню глобального підходу до ведення бізнесу. Саме процес глобалізації створив умови до переорієнтації потенціалу національних компаній від внутрішніх та регіональних до світових ринків.

Слід зазначити, що процес глобалізації породжує контрастні оцінки в розвинутих країнах і країнах, що розвиваються. У перших - він позитивно підтримується в силу безперечного подальшого прогресу економіки, а у інших – викликає побоювання, т.я. в них вбачають серйозну загрозу світовій економічній системі. Глобалізація сприяє посиленню конкуренції, підвищенню продуктивності праці, стимулює розвиток нових інноваційних технологій і розповсюдження їх серед країн світу і це є її великою перевагою. Взаємозалежність національних економік крім позитивних наслідків має і значні ризики, адже економічна нестійкість, кризові явища в одних країнах світу, можуть мати негативні глобальні впливи і збільшувати рівень нестабільності багатьох національних економік.

Україна включається до світових міжнародних відносин і проектів, що слугуватиме зростанню її інвестиційної привабливості для іноземних організацій і приватних інвесторів. Прискоренню цих процесів має сприяти ефективна державна макроекономічна політика, направлена на створення сприятливого інвестиційного клімату для ведення бізнесу, захист прав власності. Ефективність цих процесів для національної економіки також на пряму залежить від рівня лібералізації її економіки, скорочення обмежень щодо міжнародної торгівлі і фінансового капіталу, робочої сили та знань, подолання корупції.

З ускладненням умов господарювання спричинених динамічними змінами у зовнішньому середовищі та впливом глобалізаційних процесів підприємницькі структури також ускладнюються. Так, сучасна підприємницька структура – це система економічних, соціальних, політичних та духовних відносин, що пов'язані з задоволенням комплексу потреб власників і співробітників шляхом взаємодії з зовнішнім середовищем, заснованого на взаємозв'язку процесу розвитку зі створенням нових комбінацій факторів виробництва, нових продуктів, ринків, технологій.

В умовах глобалізаційних викликів та зростаючої нестабільності зовнішнього оточення, ефективний розвиток вітчизняних підприємницьких структур значною мірою залежить від рівня забезпечення їх економічної безпеки. Враховуючи важливу роль економічної безпеки для безперебійного функціонування підприємницької структури, яка є обов'язковою умовою для забезпечення виробництва та збуту продукції, перерозподілу потоків капіталу, здійснення інвестиційних процесів, фінансування колективних та

індивідуальних потреб, необхідно запроваджувати високо функціональні та ефективні системи економічної безпеки на вітчизняних підприємницьких структурах.

В сучасних умовах господарювання швидко розвиваються інтеграційні процеси, що впливають на характер економічних та соціальних відносин, на загальну політичну ситуацію в світі та відкривають широкі можливості для економічної співпраці держав. За таких умов постає необхідність формування фінансової звітності відповідно до вимог міжнародної практики, що реалізується в основному за Міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ) та загальноприйнятими принципами бухгалтерського обліку США (US GAAP). Класичний підхід до визначення сучасних інформаційних потоків зводиться до відслідковування руху інформації між структурними підрозділами підприємства і зовнішнім середовищем. Слід відзначити, що саме бухгалтерська система має стати на підприємствах основним джерелом інформаційних потоків для прийняття управлінських рішень, із методологічними основами, що ґрунтуються на потребах користувачів різного спрямування.

Сучасний період розвитку світу характеризується подальшою диспропорційністю та нестабільністю. Це викликано не тільки загостренням диспропорційних протиріч між рівнем розвитку країн, глобальною фінансовою та економічною кризою яка має системний характер але і нарощуванням військових протистоянь, посиленням протестних настроїв та масовим переміщенням населення з територій військових конфліктів. Відповідно чутливість держав та населення до небезпек зростає і потребує нагального забезпечення безпечного існування.

Процеси міжнародного розподілу праці та глобалізації посилили процеси фрагментації виробництва та взаємопов'язаності економік різних країн. А лібералізації зовнішньої торгівлі, активізації міжнародного руху капіталів, розвиток транспортної, фінансової інфраструктури, комунікаційних та інформаційних систем, прискорення темпів технологічних змін створили необхідні передумови для формування глобальних ланцюгів створення вартості. Ланцюг створення доданої вартості включає всі бізнес-процеси, які повинні виконуватися з моменту проектування товару, запуску у виробництво до постачання кінцевого продукту споживачам, що в першу чергу стосується продукції харчування. Харчова промисловість України робить вагомий внесок у вирішення глобальної продовольчої проблеми. Україна є одною з провідних країн світу, яка забезпечує власні потреби у багатьох видах продовольства та експортує майже 30% обсягу виробленої в АПК продукції.

Проблема взаємообумовленого розвитку економічної безпеки та корпоративної культури підприємства актуалізується ускладненням господарських зв'язків та посиленням конкурентного середовища у зв'язку з активним включенням національної економіки у світогосподарські зв'язки та глобалізацією. Дослідження проблем корпоративної культури у сфері антикризового управління та економічної безпеки в даний час є гостро

актуальним предметом уваги з боку топ-менеджменту.

Усвідомлення національними органами державного управління необхідності запровадження передових технологій відображається у відповідних стратегіях розвитку, орієнтованих на стале економічне зростання та посилення конкурентних позицій окремої держави у глобальному економічному середовищі. Важливим елементом інновацій виступають цифрові технології, які використовують електронне обладнання та дозволяють прискорювати і полегшувати різноманітні процеси. Представлені технології відіграють важливу роль у сфері маркетингу, оскільки дозволяють підвищити ефективність взаємовідносин між компаніями та клієнтами.

Проблема управління прибутком на підприємстві є надзвичайно актуальною в умовах господарювання та на багатьох рівнях економічного розвитку країни. Це можна пояснити тим, що прибуток є важливим показником для визначення оцінки діяльності будь-якого підприємства та є вагомим джерелом фінансування розширеного відновлення ресурсів. Він є важливим інструментом, який стимулює розвиток економіки держави в цілому або окремого підприємства тощо.

В нестабільних умовах економічної та політичної ситуації в Україні, інфляції, падіння купівельної спроможності споживачів, частих та неочікуваних змін в податковому законодавстві всі підприємства прагнуть створити власну систему управління прибутком.

Україна, незважаючи на свій високий рекреаційний, історичний, культурний і духовний потенціал, наявність величезних екологічно чистих географічних районів, займає незначне місце на світовому туристичному ринку. Тому на перший план виходить проблема забезпечення конкурентоздатності та економічної безпеки туристично-рекреаційного комплексу України, яке безпосередньо пов'язано з впровадженням у суб'єктах туристичної індустрії сучасних принципів управління економічною безпекою.

Діяльність економічних суб'єктів набуває динамічного характеру, для якого властиві конкуренція, відповідальність за свої результати, ініціатива, ризик тощо. У таких умовах зазнає змін діяльність не тільки підприємств виробничого сектору, а й багатьох закладів соціальної сфери. Наразі, коли Україна, як і більшість країн світу, визнала пріоритетом формування нового постіндустріального типу суспільства, характерною рисою якого є створення нової моделі економіки – економіки знань, тобто освіта стає одним із ключових факторів економічного зростання та сталого розвитку держави.

Сучасна діяльність закладів вищої освіти в Україні характеризується наявністю багатьох процесів та явищ, які відбуваються одночасно, іноді різнопланово, але безпосередньо впливають на їх функціонування. Трансформація закладів вищої освіти в підприємницькі університети відбувається з урахуванням важливих тенденцій, які вже сформовані та матимуть значний вплив на розвиток підприємницьких університетів в Україні.

Четверта промислова революція має великі можливості щодо збільшення рівня життя населення в світовому масштабі. В майбутньому технологічні інновації сприятимуть довгостроковій ефективності і продуктивності праці. Зростання економіки пов'язується із створенням нових ринків: прогнозується суттєве зростання ефективності логістики і глобальних мереж і зменшення вартості транспорту, комунікацій і торгівлі. Разом з тим нова революція поглибить розшарування населення у зв'язку із скороченням ринків праці внаслідок роботизації виробничих процесів.

Так, відповідно до звіту МВФ за 2018 р. під назвою World Economic, Structural Change Situation and Prospects.-2018* світова економіка зросла на 3,8 відсотки в 2017 році - найвищі темпи з 2011 року. Зважаючи як на й раніше сприятливі фінансові умови, очікується, що темпи світового зростання піднімуться до рівня 3,9 відсотки як в 2018, так й в 2019 роках. Світове зростання, за прогнозом, сповільниться після приблизно двох років (до 3,7 відсотків у 2020-2021 роках). Зростання стримуватимуть старіння населення та низьке зростання продуктивності.

Більше чверті країн з ринком, що формується, та країн, що розвиваються, за прогнозом, матимуть темпи зростання на душу населення нижче, ніж в країнах з розвинутою економікою, і, як наслідок, ще більше відставати від них за рівнем життя. У майбутньому буде важче знизити борговий тягар економік, а рівень життя наступних поколінь буде нижчим, ніж очікувалося раніше.

Головними причинами скорочення потенціалу зростання ВВП розвинених країн визначено загальне зниження продуктивності виробництва та демографічні чинники, зокрема, старіння населення. При цьому, МВФ визначає демографічну кризу як одну з найголовніших проблем сучасного світу.

Для нейтралізації негативних наслідків «Індустрії - 4» пропонується змінити систему освіти і профорієнтації, продовження підтримки працюючих пільгами під час змін, інвестування в інфраструктуру, створення бізнесу і робочих місць там де вони відсутні натомість існує велика в них потреба і головне - міняти податкове законодавство з метою заохочення менеджменту у створенні робочих місць.

Молодь доцільно навчати «м'яким навичкам», таким як незалежне мислення, цінності і командна робота. Люди, а не технології визначають майбутнє виробництва. Як люди вважають за краще використати нові технології, вони вирішують, як розвивається виробництво. З цієї причини людське навчання залишатиметься важливішим, ніж машинне навчання в майбутньому виробництва. Це повинно бути обнадійливою думкою для виробників і співробітників.

* World Economic Situation and Prospects 2018. - United Nations New York, 2018. – 332 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/Users/User/Downloads/fulltext%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/fulltext%20(4).pdf)

Для забезпечення високих темпів зростання країн потрібні довгострокові та ефективні інвестиції в інфраструктуру, а також підвищення якості політичних, економічних, правових і суспільних інститутів. Крім того, країнам необхідно залишатися відкритими для вільного потоку технологій, ідей та висококваліфікованих фахівців – найважливіших факторів економічного зростання, що дозволяють наздогнати розвинені країни.

Ці та інші проблеми розвитку національної економіки України у площині сучасних глобальних проблем є предметом дослідження колективом авторів даної монографії.

РОЗДІЛ 1 ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

1.1. Глобалізація світової економіки: проблеми та наслідки

Процес глобалізації породжує контрастні оцінки в розвинутих країнах і країнах, що розвиваються. У перших - він позитивно підтримується, а у інших – викликає побоювання.

Все ці підходи пов'язані з тим, що переваги глобалізації різним чином поділяються між державами, а швидкість процесу глобалізації проходить значно швидше у промислово розвинутих країнах.

Суттєві відмінності у коштах підтверджуються даними про те, що 358 самим багатим людям світу належить капітал, який дорівнює капіталу 2,5 мільярдів пересічних людей планети, що становить майже 50 процентів населення¹.

У зв'язку з цим, основними негативними факторами, що сприятимуть конфліктам в різних країнах, є такі²:

- нерівномірність надбання вигоди від глобалізації;
- централізація управління економічним розвитком країн, що розвиваються з боку країн – лідерів;
- можливість дестабілізації економіки окремої країни в разі кризового стану в іншій державі в зв'язку із суттєвою залежністю економік різних країн.

Як вважає ряд спеціалістів, суттєві негативні результати відчують на собі саме країни, що розвиваються, в зв'язку з тим, що переважна більшість із них є постачальниками сировини, матеріалів або проміжної продукції і вони напряду залежать від стану ринків країн – лідерів, в які здійснюється постачання сировинних ресурсів.

Крім зазначених, існують ще специфічні проблеми для країн третього світу:

- зростання розриву від розвинутих держав в сфері технологій;
- розділення населення суспільства на ряд шарів або груп, що конфліктують між собою і сильно розрізняються матеріальним становищем, ціннісними позиціями і інтересами;
- підвищення рівня незабезпеченості людей;

¹ Глобалізація сучасної економіки: монографія/ [Федоренко В.Г., Грищенко І.М., Воронкова Т.Є., Денисенко М.П., Лойко В.В., Патица Н.І., Палиця С.В., Федоренко С.В., Грищенко А.І., Янковець Т.М., Шацька З.Я., Лойко Д.М., Приходько Д.О., Пясківська М.С.]; за ред. В.Г. Федоренка, І.М. Грищенка, Т.Є.Воронкової – К. : ТОВ «ДКС центр», 2016. – 370 с.

² Иванов С. Процесс глобализации. Что ждет нас впереди? [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.finansy.asia/articles/process-globalizacii--chto-zhdet-nas-vperedi>

- зростання залежного положення від економік розвинутих країн;
- збільшення обсягів заборгованості від кредитів, що уповільнює розвиток країни – боржника.

В цілому, четверта промислова революція вплине на бізнес на чотирьох основних напрямках: це очікування споживачів, удосконалення продуктів і товарів, спільні інновації і організаційні форми. Перехід від простої цифрової технології, яка відбулася в ході третьої промислової революції, до інновацій, які базуються на комбінаціях різних технологій при четвертій промисловій революції, змушує компанії переглянути своє відношення до системи організації праці та управління на основі сучасних технологій.

Прогноз футурологів свідчить про те, що в майбутньому технологічні інновації сприятимуть революційним змінам в області пропозиції і продуктивності праці. Наприклад, вартість транспорту і комунікацій різко впаде, це сприятиме зростанню ефективності логістики і використання глобальних мереж, в той же час прогнозується суттєве падіння вартості торгівлі. Це пов'язано, перш за все із швидким зростанням продажів товарів через систему Інтернет.

Значне місце у розвитку електронної економіки займає інтеграція в Інтернет – середовище фінансової системи. Відбулося розширення надання послуг через Інтернет фінансовими установами. Використання Інтернет - банкінгу має ряд переваг: можливість зв'язатися з банком у будь-якому місці, де є доступ до комп'ютера; сервіс доступний 7 днів на тиждень, 24 години на добу; трансакції (операції) виконуються і підтверджуються майже миттєво – час обробки даних приблизно дорівнює терміну обробки даних у банкоматі. Розвивається інтеграція страхової діяльності в електронну економіку³.

Що стосується транспорту, то в його системі по всьому світу працюють сотні мільйонів людей (таксисти, водії міського транспорту, далекобійники). Існує небезпека в майбутньому значного скорочення їх робочих місць. Вже зараз компанія Google здійснює тестування своїх безпілотних автомобілів. В разі успішних випробувань штучний інтелект може швидко замінити людську працю⁴.

В дослідженні, проведеному компанією PricewaterhouseCoopers, зазначається, що обсяг світового ринку послуг з використанням безпілотних літальних апаратів (дронів) перевищує 127 млрд долл США. При цьому найбільше їх застосування спостерігається в енергетиці і нафтогазовій сфері, а також в автомобільному і залізничному транспорті із загальною вартістю послуг в цих сферах 45, 2 млрд долл, в сільському господарстві - 32, 4 млрд долл, на транспорті - 13 млрд долл, в сфері безпеки - 10 млрд долл США. Також характеризуються найбільш сприятливі можливості щодо

³ Валькова Н. В. Розвиток Інтернет – торгівлі в Україні: динаміка та вплив факторів/Науковий вісник Ужгородського університету. - Серія Економіка. Випуск 2 (43). - 2014. – С. 39-42.

⁴ Гаценко А. Как изменит мир четвертая промышленная революция [Електронний ресурс. - Режим доступу: <http://kp.ua/print/economics/527556-kak-izmenyt-myr-chetvertaia-promyshlennaia-revoluitsiya>

застосування літальних апаратів в ЗМІ і індустрії розваг, в страховому бізнесі, у сфері телекомунікаційних послуг і в гірничодобувній галузі⁵.

Експерти вважають, що в майбутньому можливе функціонування цілих підприємств, на яких не працюватиме жодного різноробочого. Усе складання стануть проводити спеціальні роботи, використовуючи RFID - мітки, а відстежувати запаси сировини буде глобальний штучний інтелект. RFID - це сучасна технологія ідентифікації, що надає істотно більше можливостей в порівнянні з традиційними системами маркірування. Найбільш поширені RFID - мітки, як і численні штрих-коди, являють собою етикетки, що самостійно наклеюється. Але якщо на штрих-коді інформація зберігається в графічному вигляді, то на мітку дані заносяться і прочитуються за допомогою радіохвиль.

Ще одним важливим моментом четвертої технологічної революції стане той факт, що будь-яке, навіть найскладніше виробництво можна в найкоротші терміни перепрофілювати під індивідуального замовника та його потреби⁶.

Тим часом кількість позитивних відгуків щодо наслідків Четвертої промислової революції (Індустрії - 4.0) приблизно дорівнює кількості негативних. Негативні наслідки революції полягають у тому, що цифрова революція може знищити середній клас в розвинених країнах, а його заміна роботами може супроводжуватися соціальними невдоволеннями, навіть у разі виплати матеріальної допомоги.

Поглиблення нерівності в соціально-економічній сфері суттєво впливає на все суспільство. Нова промислова революція дає значних шансів на розвиток працівникам інтелектуальної праці (винахідники) та інвесторам. Існуватиме підвищений попит на працівників високої кваліфікації і відповідно зниження потреби у низько кваліфікованій праці. Футурологами давно розглядається проблема надлишкової природи людської праці внаслідок витиснення її машинами. Зважаючи на цю проблему Індустрія 4.0 тільки посилює ці тенденції, що призведе до утиснення середнього класу. Настання таких подій має об'єктивне обґрунтування, адже відповідно до прогнозів за 20 років 47% робочих місць у глобальному світі підлягають автоматизації, що позбавить мільйони робітників роботи і не прогнозується створення відповідних робочих місць⁷.

В умовах постійного зростання у світі загальної кількості населення ця проблема буде тільки ускладнюватися. У теперішній час чисельність

⁵ Електронний ресурс. - Режим доступу: <http://news.meta.ua/cluster:48637673-Mirovoi-rynok-bespilotnikov-otsenivaetsia-bolee-chem-v-127-mlrd/>

⁶ Гаценко А. Как изменит мир четвертая промышленная революция [Електронний ресурс. - Режим доступу: <http://kp.ua/print/economics/527556-kak-izmenyt-myr-chetvertaia-promyshlennaia-revoluitsiya>

⁷ Хель І. Индустрия 4.0: что такое четвертая промышленная революция? [Електронний ресурс. - Режим доступу: <http://hi-news.ru/business-analitics/industriya-4-0-cto-takoe-chetvertaya-promyshlennaya-revoluciya.html>

населення Землі становить 7,4 млрд чоловік, а щорічний приріст дорівнює 1,2 %. За розрахунками розробника математичної моделі зростання населення Землі, академіка С. П. Капиці, близько 2135 р. настане стабілізація населення світу при загальній чисельності населення в 14 млрд чоловік⁸.

Більш того, зараз економісти прогнозують, що навіть значній кількості керівного персоналу необхідно змінювати кваліфікацію і займатися пошуком іншої роботи в силу того, що їх місце буде зайняте штучним інтелектом, які можуть приймати більш практичні рішення на користь компаній і їх акціонерів.

Найбільш затребуваними залишаться представники творчих професій (аналітиків даних) і працівники сфери послуг (торгових представників). Досконалі засоби електронних комунікацій зроблять непотрібними офіси і штаб-квартири компаній. Вже зараз значного поширення набувають коворкінги – (от [англ.](#) Co-working, «спільна робота») в широкому сенсі— підхід до організації праці людей з різною зайнятістю в загальному просторі; у вузькому — подібний простір, колективний офіс (здіяння для роботи старих цехів заводів, навіть кафе).

Експерти наводять приклад компанії Buffer, яка дозволила співробітникам працювати видалено або з коворкінгов, які оплачуватиме роботодавець⁹.

Вплив досягнень четвертої промислової революції на ринок праці оцінюється міжнародними організаціями і експертами по-різному, хоча існують і схожі прогнози. Так, найбільш радикально виступила Міжнародна організація праці, яка передбачає до 2020 року зростання чисельності безробітних у всьому світі на рівні 11 млн осіб.

Вже зараз спостерігається тенденція, яка в майбутньому буде тільки посилюватися, пов'язана з тим, що працедавці утримуються від набору працівників на постійну роботу, замінюючи їх на фрілансерів, економлячи таким чином на соціальних витратах (медичні страховки, соціальні пакети, навчання) й утриманні офісів. Працівники в свою чергу також починають віддавати перевагу фрілансу, що дозволяє їм використовувати дистанційну роботу, встановлювати графіки виконання робіт, обирати певні проекти.

Отже, четверта промислова революція має великі можливості щодо збільшення рівня життя населення в світовому масштабі. В майбутньому технологічні інновації сприятимуть довгостроковій ефективності і продуктивності праці. Зростання економіки пов'язується із створенням нових ринків: прогнозується суттєве зростання ефективності логістики і глобальних мереж і зменшення вартості транспорту, комунікацій і торгівлі.

⁸ Капица С. П. Рост населения Земли и его математическая модель / Наука и жизнь. - 1998. - №3 [Електронний ресурс. - Режим доступу: www.nkj.ru

⁹ Гаценко А. Как изменит мир четвертая промышленная революция [Електронний ресурс. - Режим доступу: <http://kp.ua/print/economics/527556-kak-izmenyt-myr-chetvertaia-promyshlennaia-revoluitsiya>

Разом з тим нова революція поглибить розшарування населення у зв'язку із скороченням ринків праці внаслідок роботизації виробничих процесів.

Багато дослідників сходяться на тому, що зародження глобальних проблем припадає на середину 20 – го сторіччя. Саме в цей час прослідковується два процеси, з якими пов'язуються причини теперішніх глобальних проблем. Перший процес характеризується глобалізацією соціально-економічного і політичного життя в межах єдиного світового господарства. Другий процес ґрунтується на поширенні науково-технічної революції (НТР), яка, з одного боку, збільшує можливості людини, а з іншого – породжує багато проблем. Саме при інтеграції цих процесів локальні проблеми перетворюються у глобальні. Це особливо проявляється на прикладі явищ, пов'язаних із трудовою міграцією, коли розвинуті країни заповнила хвиля мігрантів перш за все із країн, що розвиваються.

В світі в 2016 р. нараховувалось понад 230 млн. міжнародних мігрантів, а також понад 700 млн. внутрішніх мігрантів. Якщо ж говорити про кількість осіб, які є опосередковано залученими або ж знаходяться під впливом міграційних процесів, наприклад, є реципієнтами грошових переказів, залученні в трансфері технологій або вмінь мігрантів, то показники охоплення міграцією в світі є значно більшими¹⁰.

Про наслідки науково-технічної революції зазначалося й на 48–му Всесвітньому Економічному Форумі в швейцарському місті Давосі (23 - 27 січня 2018 р.).

Серед головних тем форуму: стратегічний прогноз про розвиток цифрової економіки, її майбутнього і готовність традиційних галузей і інститутів розвитку до цифровізації. Технології blockchain та криптовалюти. Учасники ставлять за мету розібратися чи стійкою залишиться криптовалюта й чи не стане вона вісником нової фінансової кризи.

За даними Всесвітнього економічного форуму - 2018 (ВЕФ) в Давосі, завдяки швидкому зростанню технологій, у наступному десятилітті буде створено 133 млн робочих місць у порівнянні з 75 млн, які будуть заміщені ними. Від 400 до 800 мільйонів працівників по всьому світу до 2030 року можуть втратити свої робочі місця внаслідок автоматизації, виходить із звіту McKinsey Global Institute.

Причому робочі місця можуть втратити люди як в розвинених, так і в, країнах, що розвиваються. У зоні ризику опинилися співробітники бек-офісів, машинні оператори, юристи, працівники мереж фаст-фуду і ті, хто займається кредитуванням. Менше всього постраждають сфери, пов'язані з управлінням персоналом і соціальною взаємодією.

Звіт ВЕФ свідчить про те, що нові технології здатні, як руйнувати, так і створювати нові робочі місця, подібно до попередніх періодів економічної історії, таких як промислова революція, коли поява пари, а потім

¹⁰ Migration and Remittance Flows: Recent Trends and Outlook, 2013-2016 // [Electronic resource]. – Mode of access: <http://siteresources.worldbank.org/INTPROSPECTS/Resources/334934-1288990760745/MigrationandDevelopmentBrief21.pdf>.

електроенергії, сприяли створенню нових робочих місць та розвитку середнього класу. Сінгапур, Великобританія, Нова Зеландія, ОАЕ, Естонія, Японія, Ізраїль — країни-лідери з розвитку цифрової економіки. Ці держави взяли курс на цифровий розвиток у сферах транспорту, освіти, електронних засобів і новітніх технологій. По всьому світові частка традиційної економіки зменшується, а цифрової — збільшується, надаючи величезні переваги для країн та бізнесу.

Цифрова економіка — це доволі нова для України парадигма розвитку. І її основу становлять не тільки ІТ-компанії, а й усі інші компанії та організації, які є користувачами продуктів та послуг ІТ-компаній. З прийняттям розпорядження Кабінету Міністрів України № 67 Р від 17 січня 2018 року «Про концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018 — 2020 роки» в Україні зроблено перший комплексний крок у напрямку розбудови цифрової економіки.

Проте існують певні ризики, пов'язані з автоматизацією. Зайнятість, породжена технологіями, вимагатиме більших інвестицій у навчання та освіту працівників. У доповіді зазначено, що існують серйозні проблеми з перепідготовкою кадрів і що є потреба у створенні мереж із захисту тих фахівців, яким загрожує втрата роботи.

Людство підійшло до розгортання нової технологічної революції, що може повністю змінити світ і позначитися певним чином на розвитку кожної людини. За даними Всесвітнього економічного форуму - 2018 (ВЕФ) в Давосі, завдяки швидкому зростанню технологій, у наступному десятилітті буде створено 133 млн робочих місць у порівнянні з 75 млн, які будуть заміщені ними.

В звіті Глобального інституту McKinsey зазначено, що одна п'ята світового населення втратить свої робочі місця до 2030 року. Робітників замінять роботизованою автоматикою. Згідно із звітом, машинні оператори і співробітники харчової промисловості постраждають найбільше. Третина працівників в таких розвинених країнах, як Німеччина або США, будуть вимушені шукати нові робочі місця. А ось в менш розвинених країнах кількість найманих співробітників залишиться майже на тому ж рівні, у зв'язку з тим, що не вистачить коштів на автоматизацію.

Згідно із звітом, машинні оператори та співробітники харчової промисловості постраждають найбільше. Третина трудящих в таких розвинених країнах, як Німеччина або США, будуть вимушені шукати нові робочі місця.

А ось в менш розвинених країнах кількість найманих співробітників залишиться майже на тому ж рівні - не вистачить засобів на автоматизацію. Завдання, що виконуються іпотечними брокерами, юристами, бухгалтерами, буду повністю автоматизовані. Проте, робота, що вимагає взаємодії з людьми (лікарі, учителі, бармени), менш схильна до автоматизації. Низькооплачувані посади, наприклад, садівництво, теж не буде замінено роботами.

Що стосується України, то тільки кожен четвертий український працедавець згоден замінити співробітників на роботів.

Очікується, що в розвинених країнах потреба в університетській освіті зростатиме, оскільки кількість робочих місць скорочуватиметься. Тільки у США до 2030 року зникне близько 73 мільйонів робочих місць. У Великобританії ця цифра складе 20% загальної кількості. Відмітимо, що автори доповіді закликають уряди усіх країн скласти стратегію професійної перепідготовки своїх громадян.

Це підтверджується й дослідженнями американської багатонаціональної корпорації в сфері інформаційних технологій – Dell Technologies Inc., яка систематично здійснює опитування бізнесу щодо його потреб.

В останній доповіді про світовий розвиток до 2030 р. зазначено, що нові напрями сучасної вищої освіти пов'язані з її діджиталізацією (тобто партнерством людей та машин), потребують превентивних заходів з підготовки нових професій, навичок, знань. Для цього необхідно:

- активно залучати своїх співробітників до процесу перетворення компанії (90% респондентів підтримали цю рекомендацію), а також впроваджуйте показники діджиталізації, спеціальні KPI і компенсаційні пакети (85%);

- здійснювати опитування своїх замовників щодо їх перетворень, перспектив розвитку й використовувати їх досвід (88%);

- активно підключати керівників відділів і підрозділів до процесу впровадження цифрових змін (85%);

- впроваджувати віддалену роботу (фриланс) (85%), яка вже зараз розповсюдженою у всьому світі, а до 2030 року ринок праці суттєво глобалізується, тому цей тренд має постійно розширюватися;

- навчати своїх співробітників та заохочувати їх прагнення до навчання. Зокрема, доцільно організувати навчання з програмування, щоб предметно оволодіти цими навичками (79%).

П'ята рекомендація є дуже важливою й надана ще в одному дослідженні, проведеному у минулому році Інститутом вивчення майбутнього (США) – «Погляд у 2030: Нова ера партнерства людей і машин». У ньому йшлося про те, що до 2030 року з'являться нові професії, і 85% з них на сьогодні ще немає. Отже, для цих нових професій доведеться освоювати принципово нові знання та навички¹¹.

В цілому 56% опитаних бізнес-лідерів вважають, що школи повинні вчити тому, як вчитися освоювати нові знання й навички, які знадобляться їм у майбутньому, а не тому, що відомо і існує вже зараз.

Згідно американського вислову *timing is everything* - все потрібно робити вчасно. Технологічний прорив, коли людська праця замінюється працею роботизованих машин, повністю змінює ринок праці.

¹¹ Некрасов В. Ера партнерства людини і машини: яким буде світ у 2030 році.- Електронний ресурс.-Режим доступу: www.epravda.com.ua/rus/publications/2017/09/26/629485/

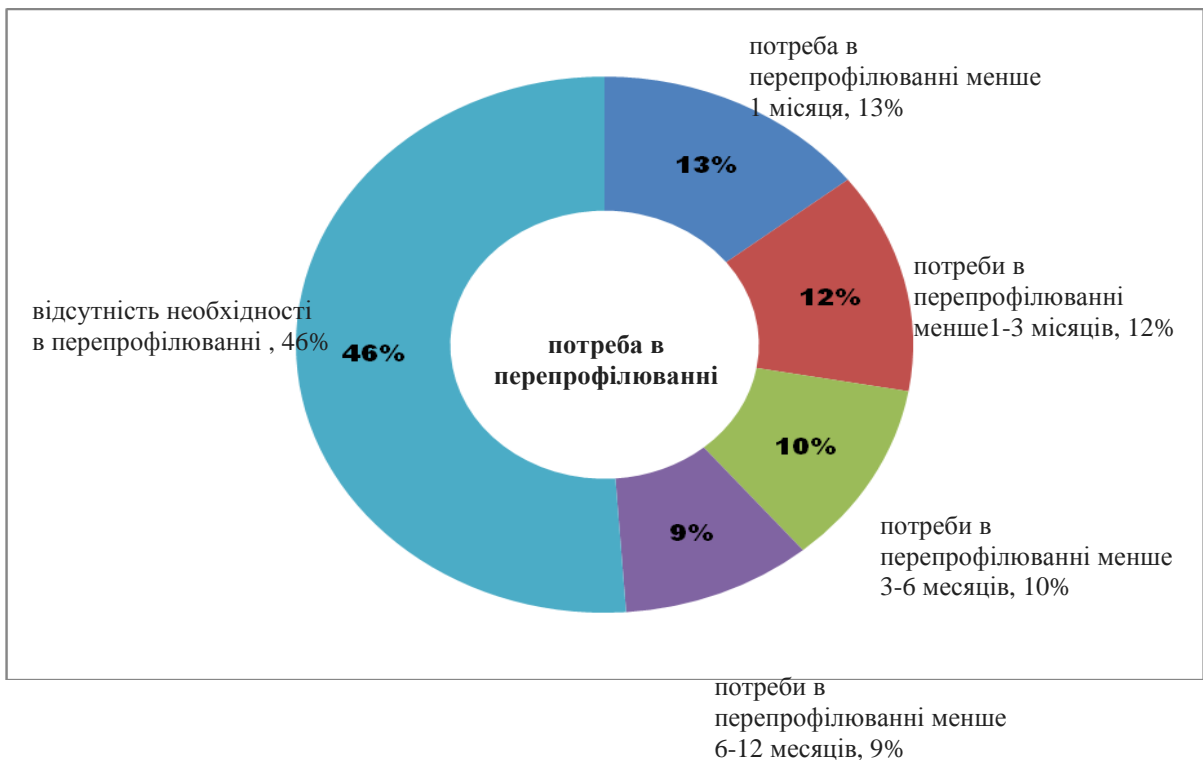


Рис. 1 Очікувані середні потреби в перепрофілюванні за компаніями, частка співробітників, 2018-2022 рр. (дані доповіді Світового економічного форуму «Огляд перспектив зайнятості в 2018 році»)

Інтернет, big data, технології VR, AR роблять свою справу. За різними експертними оцінками, у наступні чотири роки від 23% до 37% компаній будуть інвестувати у роботизовану працю в межах власних бізнесів незалежно від сектору економіки. Різниця полягатиме у тому, якими саме вони будуть: людиноподібними чи стаціонарними. В подальшому також триватиме тенденція щодо розвитку віддаленої зайнятості.

Вже сьогодні бізнес здійснює переорієнтацію: вкладає кошти та ресурси у ті виробництва, де на місцях існує потреба в кваліфікованих кадрах. Сировинна база й трудове законодавство більше не виступають визначальними чинниками при прийнятті бізнес-рішень.

Бізнес зацікавлений у тому, щоб їх працівники вчасно й на достатньому рівні підвищували професійну кваліфікацію (рис.1).

Як зазначено в доповіді Світового економічного форуму «Огляд перспектив зайнятості в 2018 році», більше половини існуючої потреби в персоналі потребують перепрофілювання терміном від одного місяця до року.

Особливо актуальним у вирішенні цієї проблеми є для всього світу й для України, зокрема, кардинальної зміни системи освіти. Тільки за сучасних позитивних перетвореннях в нашій країні можливий значний крок уперед в своєму розвитку, який дозволить і бізнесу прогресувати в досягненні загальносвітових бізнес-процесів. Економічне зростання країни, її добробут та конкурентоздатність на світових ринках у майбутньому залежатиме від того, яке місце займатиме проблема перекваліфікації робочої

сили у державній політиці¹². По суті мова йде не про окремі зміни, а в революційному перетворенні системи перепрофілювання кадрів.

Багаторічні спостереження над найнятими співробітниками дозволили виявити ключові фактори їхньої успішності: здатність до командної роботи, аналітичне мислення, вплив на розвиток колег, впевненість у собі, міжкультурна і міжособистісна сприйнятливість, здатність поважати людей іншої культури та передбачати їхню реакцію.

Виявилося, що фокус має бути не на знаннях та вміннях як таких, а на особистих якостях – розвинутому інтелекті, внутрішній свободі та лідерському потенціалі¹³.

В рекомендаціях ВЕФ зазначено, що молодь доцільно навчати «м'яким навичкам», таким як незалежне мислення, цінності й командна робота. Люди, а не технології визначають майбутнє виробництва. Як люди вважають за краще використати нові технології, вони вирішують, як розвиватиметься виробництво. З цієї причини людське навчання залишатиметься важливішим, ніж машинне навчання в майбутньому виробництві. Це повинно стати тактичною й стратегічною програмою для виробників та співробітників.

Найбільш затребуваними стануть наступні вміння, які зростатимуть у найближчі роки: аналітика, інновації, програмування, технологічний дизайн, системний аналіз, творче мислення і так далі. Натомість, такі вміння як технічне обслуговування, управління персоналом, time management, моніторинг та багато іншого вичерпають себе на ринку.

Це передбачає набуття таких вмінь, як навчання новому для того, щоб мати успіх в майбутньому, для реалізації яких необхідні негайні дії щодо проведення аудиту освітніх програм, перебудови професійної й вищої освіти, стратегічного планування закладів вищої освіти.

Для нейтралізації негативних наслідків «Індустрії - 4» пропонується змінити систему освіти й профорієнтації, продовжити підтримку працюючих пільгами під час змін, інвестувати в інфраструктуру, створити бізнес і робочі місця там де вони відсутні натомість існує велика в них потреба та головне - міняти податкове законодавство з метою заохочення менеджменту у створенні робочих місць¹⁴.

Існує доцільність, як зазначено в рекомендаціях Глобального інституту McKinsey, у створенні в глобальному просторі об'єднання, в якому провідні технологічні компанії, динамічні стартапи, політики, міжнародні організації, регуляторні органи, бізнес-організації, наукові кола й громадянське суспільство можуть співпрацювати в розробці політичних норм та партнерських відносин, необхідних для стимулювання великого потенціалу

¹² Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2388111-dla-ekonomichnogo-zrostantna-potribna-kvalifikacijna-revolucia-dopovid-u-davosi.html>

¹³ Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/mgi/overview>

¹⁴ Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://politota.dirty.ru/chetviortiaia-promyshlennaia-revoliutsiia-984132/>

науки й техніки, технологій, швидкого зростання та забезпечення стійких, позитивних дій.

Спираючись на глобальну ініціативу Всесвітнього економічного форуму, створено Центр четвертої промислової революції в Сан-Франциско, який націлений на прискорення міжсекторальної співпраці для управління чотирма промисловими революціями. Центр розроблятиме, пілотуватиме й масштабуватиме гнучкі та орієнтовані на людину інструменти управління, які можуть бути сприйняті політиками, законодавцями та регулюючими органами у всьому світі для вирішення проблем, пов'язаних з новими технологіями.

1.2. Напрями покращення інвестиційного клімату України в умовах глобалізації

На сучасному етапі розвитку світового господарства важливим та актуальним питанням є розвиток інвестиційної діяльності, залучення та використання міжнародних інвестицій. Майже всі країни світу спрямовують свої зусилля на покращення інвестиційного клімату. Для економіки України дуже важливим є залучення міжнародних інвестицій як одного з найефективніших механізмів розвитку та діяльності вітчизняних підприємств.

Необхідність залучення міжнародних інвестицій передбачена зниженням інвестиційної активності вітчизняних підприємств, необхідністю технічної та технологічної модернізації як виробництва, так і всієї ринкової інфраструктури, потребами впровадження в усі сфери господарського механізму нових методів управління і тому питання іноземних інвестицій є важливим для економічного розвитку України.

Без розуміння теоретичної сутності інвестиційного клімату неможливо створити чітку систему орієнтирів для інвестора, на основі яких він приймає рішення про вкладання капіталу у ту чи іншу державу. Не зважаючи на наявність достатньо великої кількості наукових та практичних досліджень в розрізі даної тематики, на сьогоднішній день не існує не тільки загальноприйнятних чітких показників для характеристики інвестиційного клімату, а й відсутня єдність у тлумаченні науковцями даної категорії.

Згідно з результатами дослідження багатьох вчених, було визначено, що інвестиційний клімат – це сукупність політичних, соціально-економічних, фінансових, організаційно-правових, природних факторів, властивих тій чи іншій країні, регіону, які визначають вибір інвесторів відносно місця, часу і форми вкладення коштів. Інвестиційний клімат складається під впливом незалежних від конкретного підприємства процесів і суттєво впливає на інвестиційну поведінку¹⁵. Поняття інвестиційного клімату відрізняється

¹⁵ Воронкова Т.Є. Інвестування в Україні в умовах глобалізації : моногр. / [В.Г. Федоренко, І.М. Грищенко, Т.Є. Воронкова, М. П. Денисенко, З. Я. Шацька та ін.] ; за ред.: В.Г. Федоренка, І.М. Грищенка, Т.Є. Воронкової. - К. : ДКС центр, 2016. - 324 с. (с. 289).

складністю й комплексністю і може розглядатися на макро- і мікроекономічному рівні¹⁶.

Формування сприятливого інвестиційного клімату є одним із стратегічних завдань, що сьогодні стоять перед українською державою, від реалізації якого залежить можливість стабілізації національної економіки та її подальша соціально-економічна динаміка.

Серед основних негативних рис інвестиційного клімату в Україні експерти визначають: політичну та економічну нестабільність, збройний конфлікт на Сході України, незавершеність процесу реформ, високий рівень корумпованості та забюрократизованості політичної системи, недосконалість та протиріччя законодавчої бази, відсутність єдиної стратегії щодо заохочення інвестицій, непередбачуваність податкової політики, слабку судову систему, слабке валютне регулювання, непослідовну політику НБУ, неефективну роботу митниці.

Вагомою причиною низької інвестиційної привабливості для системних іноземних інвесторів можна вважати і наявність величезного тіньового сектору в Україні. При здійсненні комплексної оцінки інвестиційного клімату країни інвестори орієнтуються також на висновки міжнародних рейтингових агенцій. Так, згідно з оцінкою Всесвітнього економічного форуму, Україна посіла 81 місце з 137 країн у рейтингу Індексу глобальної конкурентоспроможності 2017-2018 (The Global Competitiveness Index), покращивши свої позиції на чотири пункти. Незважаючи на незначні покращення, в цьому році в нас все ще найгірші позиції за оцінкою міцності банків (130 місце), за регулюванням фондових бірж (134 місце), за якістю доріг (130 місце), за інфляційними змінами та за здатністю країни утримувати таланти (129 місце), за захистом права власності (128 місце).

Негативними факторами для ведення бізнесу у нашій країні визначено (в порядку зменшення): інфляцію, корупцію, політичну нестабільність, високі податкові ставки, складність податкового законодавства, нестабільність урядів, ускладнений доступ до фінансів, неефективну державну бюрократію, регулювання валютного ринку, недостатню освіченість працівників, погану етику робочої сили, недостатню здатність до інновацій, обмежувальне регулювання ринку праці, невідповідну якість інфраструктури, злочинність та крадіжки, низьку якість охорони здоров'я.

Прогрес був досягнутий за рахунок більш позитивного сприйняття інститутів та ефективності ринків, а також кращих результатів в освіті. Серед основних проблем автори рейтингу називають перебудову інституціональної структури (130 місце), скорочення домінування великих компаній на внутрішніх ринках (129 місце) та підвищення конкурентності ринків (125 місце) і, отже, їх ефективності (112 місце). Слід зазначити, що оцінка

¹⁶ Воронкова Т.Є. Інвестування в Україні в умовах глобалізації : моногр. / [В.Г. Федоренко, І.М. Грищенко, Т.Є. Воронкова, М. П. Денисенко, З. Я. Шацька та ін.] ; за ред.: В.Г. Федоренка, І.М. Грищенко, Т.Є. Воронкової. - К. : ДКС центр, 2016. - 324 с. (с.291)

сучасного рейтингу України не враховує анексію Криму і військовий конфлікт на Сході, що вплине на конкурентоспроможність країни в майбутньому¹⁷.

Збільшення обсягів іноземного інвестування в Україні можливе лише за умов підвищення її інвестиційної привабливості та створення механізму взаємодії іноземного інвестора й органів державної влади.

Поліпшення інвестиційного клімату потребує підвищення стабільності та прозорості політичної системи України, зменшення рівня її корумпованості, подолання тенденцій криміналізації суспільства, прискорення процесів дерегуляції підприємницької діяльності в цілому, завершення судової реформи. Значну роль в створенні сприятливого інвестиційного клімату відіграє стабільність законодавчої системи, держава має надійно забезпечувати захист прав іноземних інвесторів і розробити систему їх страхування від можливих ризиків здійснення інвестиційної діяльності на території України. Особливу увагу слід приділити інформаційному забезпеченню залучення іноземних інвестицій.

Для того щоб зацікавити іноземних інвесторів у доцільності вкладення капіталу в економіку України, необхідно провести ряд соціально-економічних реформ, покращити інвестиційний клімат країни¹⁸.

Ряд позитивних кроків у цьому напрямі вже здійснено:

1. На сьогодні в Україні створене правове поле для інвестування та розвитку державно-приватного партнерства. Законодавство України визначає гарантії діяльності для інвесторів, економічні та організаційні засади реалізації державно-приватного партнерства в Україні.

2. На території України до іноземних інвесторів застосовується національний режим інвестиційної діяльності, тобто надано рівні умови діяльності з вітчизняними інвесторами. Іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації.

3. Для підвищення захисту іноземних інвестицій Законом України від 16.03.2000 №1547 ратифікована Вашингтонська Конвенція 1965 року про порядок вирішення інвестиційних спорів між державами та іноземними особами.

4. Підписано та ратифіковано Верховною Радою України міжурядові угоди про сприяння та взаємний захист інвестицій з більше ніж 70 країнами світу. Зокрема, у 2015 році підписано Угоду між Україною та Японією про сприяння та захист інвестицій, яку ратифіковано Законом України від 03.06.2015 №505-VIII. Урядом та Президентом України здійснюються кроки по створенню якісно нових умов ведення бізнесу, що мають забезпечити

¹⁷ Позиція України в рейтингу країн світу за Індексом глобальної конкурентоспроможності 2017-2018. - Режим доступу: <http://edclub.com.ua>.

¹⁸ Денисенко М. П. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: моногр. / [М.П. Денисенко, Л.І. Михайлова, І.М. Грищенко, Воронкова Т.С. та ін.]: за ред. д.е.н., проф., М. П. Денисенка, д.е.н., проф. Л.І. Михайлової. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – С. 288–320.

відбудову економіки України, сприятимуть її стабільному розвитку та активізації інвестиційної діяльності.

Рішення цих соціально-економічних проблем, які є бар'єром для інвесторів, дозволить Україні значно поліпшити інвестиційний клімат і тим самим прискорити темпи економічного зростання, підвищити ділову активність країни та поліпшити добробут населення. Залучення іноземних інвестицій в національну економіку дозволить Україні вийти на новий рівень розвитку, а саме: залучити новітні технології, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності національного виробництва на світових ринках, забезпечити високий рівень якості продукції, знизити рівень безробіття шляхом створення додаткових робочих місць¹⁹.

Для оптимізації використання іноземного капіталу в економіці України, необхідно здійснити низку першочергових заходів:

- підготувати план дій щодо забезпечення сприятливого інвестиційного клімату у межах проголошених пріоритетів соціально-економічного розвитку, залучити до його розробки та обговорення широке коло експертів, науковців, представників органів державної влади та бізнесу;

- розробити регіональні плани підвищення інвестиційної привабливості областей з урахуванням особливостей їх поточних рейтингів інвестиційної привабливості, забезпечити державний моніторинг їх виконання як одного з критеріїв успішності діяльності місцевих державних адміністрацій;

- поширити реалізацію обласними державними адміністраціями навчальних програм серед бізнесменів з підготовки інвестиційних пропозицій, складання інвестиційних бізнес-планів, юридичного супроводу інвестиційних проектів, управління інвестиційними проектами. Передбачити механізми надання державою послуг щодо підвищення кваліфікації та атестації фахівців у сфері інвестиційної діяльності;

- суттєво розширити спектр заходів конкурентної політики, зокрема – щодо запобігання антиконкурентним діям національних та іноземних інвесторів на українському ринку, удосконалити методики та критерії виявлення проявів недобросовісної конкуренції з урахуванням реалій сучасної української економіки;

- підготувати перелік заходів щодо посилення відповідальності представників органів виконавчої влади й органів місцевого самоврядування за вчинення корупційних та інших дискримінаційних дій щодо інвесторів;

- поширити практику укладання прозорих угод між інвесторами та владою щодо взаємних зобов'язань у сфері конкурентної поведінки бізнесу та конкурентної політики держави на певних ринках на визначений середньо- і довгостроковий період часу.

Для економіки України надзвичайно важливими є активізація та ефективне використання внутрішніх інвестиційних ресурсів. Проте,

¹⁹ Сучасні тенденції руху міжнародного капіталу в умовах глобалізації світової економіки / (Електронний ресурс) // Т.Ю. Шаповалова – Режим доступу: <http://www.kpi.kharkov.ua/archive.pdf>.

інтенсивний перехід до конкурентоспроможної моделі національної економіки спричиняє потребу співробітництва зі світовою системою господарювання, в якій іноземні інвестиції є важливим економічним важелем. Тому створення відкритої, орієнтованої на експорт, моделі економіки значною мірою залежить від рівня активності іноземних інвесторів на території України, інтенсивності міжнародного руху капіталів і поділу праці²⁰.

З метою поглиблення участі України у міжнародних інвестиційних процесах був розроблений певний економіко-організаційний механізм залучення інвестицій та активізації інвестиційної діяльності України (рис 1).

Даний механізм має забезпечити підвищення інвестиційної активності в Україні за наявності певних економічних передумов, якими є:

- залучення іноземних інвестицій з урахуванням мети й завдань структурної трансформації промислового комплексу, цільових програм міжгалузевого розвитку, конверсії;

- збільшення обсягів інвестиційних ресурсів, які формують виробничий потенціал на новітній науково-технічній базі;

- ефективне використання інвестицій;

- обґрунтування вибору пріоритетних секторів матеріального виробництва, які визначають конкурентні позиції країни на світових ринках;

- створення динамічного експортного потенціалу, що може швидко адаптуватися до кон'юнктури зовнішнього ринкового середовища;

- розвиток виробництва продукції виробничо-технічного призначення²¹.

Основними цілями розробленого механізму повинні бути такі:

- структурна перебудова промислового комплексу;

- сприяння досягненню сучасного технічного рівня розвитку на основі новітніх технологій;

- розвиток ресурсозберігаючих, наукоємних та екологічно чистих технологій;

- збільшення обсягів експортного потенціалу країни;

- подолання залежності національної економіки від імпорту;

- створення виробництв із використанням місцевих природних ресурсів;

- сприяння розвитку приватного сектору²².

²⁰ Будяков В.Є. До питання про активізацію інвестиційних процесів у регіоні / В.Є. Будяков, В.М. Василенко // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць: у 9 т. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – Вип. 231, т. VIII. – С. 1510-1515.

²¹ Худавердієва В. А. Стратегія залучення іноземних інвестицій у економіку України / В. А. Худавердієва // Фінанси України. – 2015. – №6 – С. 62-71 (с.64-65).

²² Бойко Т.А. Потоки прямих іноземних інвестицій: тенденції та вплив на економічне зростання / Т.А. Бойко // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія: Управління. – 2015. – Вип. 4. – с. 211-219. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvamu_upravl_2013_4_28.pdf.

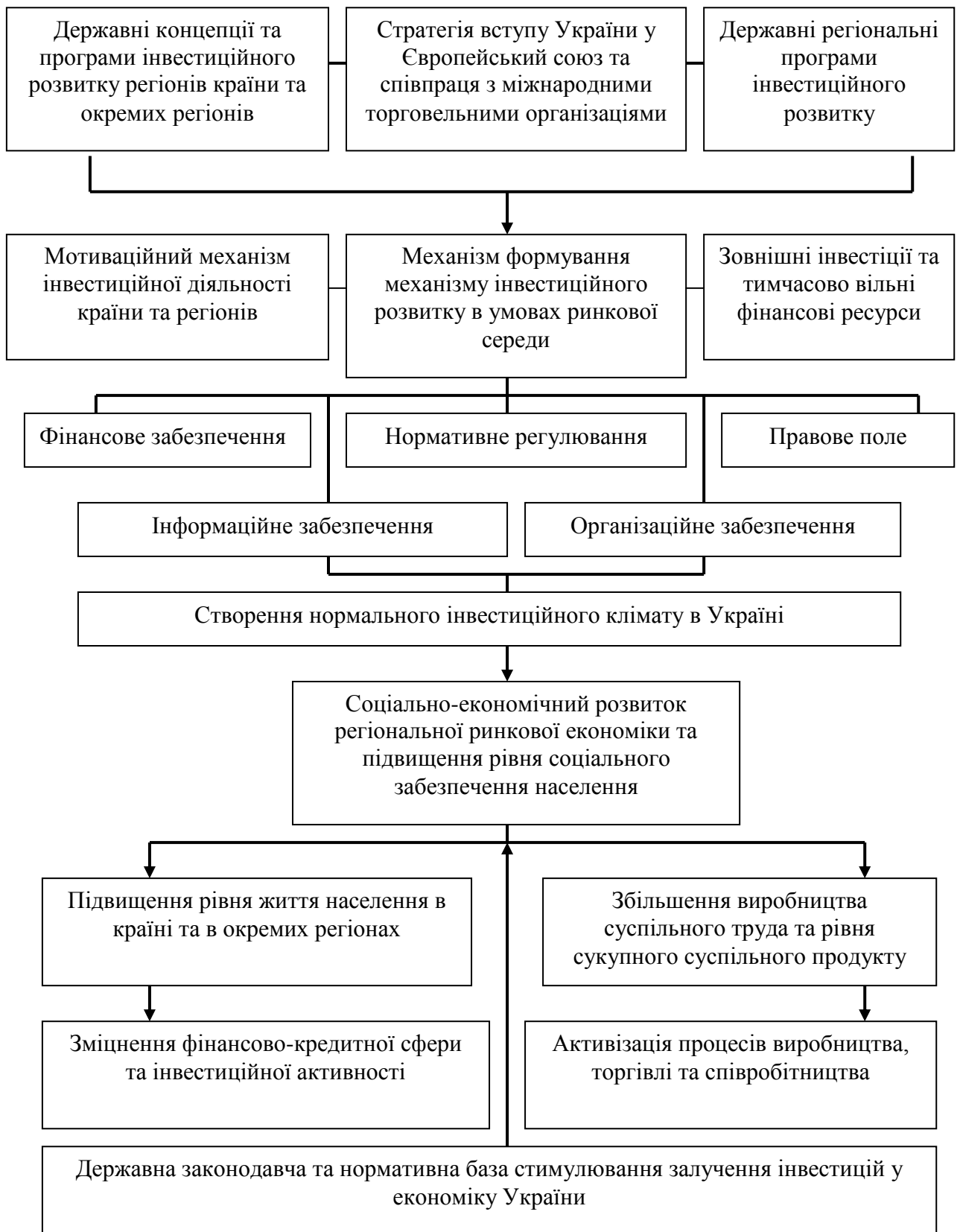


Рис. 1. Економіко-організаційний механізм залучення інвестицій та активізації інвестиційної діяльності України

Розроблений економіко-організаційний механізм залучення інвестицій та активізації інвестиційної діяльності може функціонувати лише разом із ефективним механізмом державних гарантій і системою законодавчого,

нормативного, інформаційного забезпечення іноземних інвестицій, організації системи страхування й перестраховання іноземних інвестицій, сприяння розвитку банківсько-кредитної системи, він повинен включати до себе наступні складові:

- мотиваційний блок забезпечує взаємодію конкретного інвестиційного механізму із зовнішньо - економічним і соціальним середовищем, з відповідними економічними і господарськими механізмами. Мотиваційний блок включає в себе дослідження, послідовне уточнення і деталізацію (до рівня локальних цілей або під цілей) всіх тих мотивів діяльності і економічних очікувань, якими керуються потенційні інвестори при визначенні об'єктів додатку своїх сил і ресурсів, якими вони мають в своєму розпорядженні;

- нормативно-правове регулювання та методичне забезпечення як інституціональні рамки, що регламентує інвестиційну діяльність, засновані на законодавстві України і відповідних нормативних актах, прийнятому на рівні органів місцевого самоврядування, а також на методичних розробках по плануванню і веденню інвестиційної і інноваційної діяльності.

- організаційне забезпечення інвестиційної діяльності включає в себе створення необхідних організаційних структур, що забезпечують дії по ініціюванню, розвитку і контролю за досягненням поставлених цілей.

- планування і управління займають особливе місце в інвестиційних механізмах здійснення різних проектів, забезпечуючи проведення детальних розрахунків рушення інвестиційних ресурсів.

Таким чином, для поліпшення інвестиційної привабливості України необхідно вжити певні заходи, що передбачають впровадження трьох етапів.

На першому етапі: встановлення пріоритетів розвитку країни з урахуванням сучасних економічних, соціальних, політичних загроз та загроз безпеки.

Другий етап має включати деталізацію всіх заходів, їх виконавців, співвиконавців, учасників, термінів проведення, джерел та обсягів фінансування в розрізі різних сфер, їх завдань та цілей.

Третій етап – це контроль за її виконанням та при необхідності її корекція.

Отже, лише комплексний підхід до вирішення проблем, які погіршують інвестиційне середовище в Україні дозволить підвищити обсяги інвестування економіки, що в свою чергу забезпечить покращення ряду інших індикаторів економічного розвитку держави²³.

Несприятливий інвестиційний клімат є одним з основних чинників, що негативно впливають на обсяг надходження інвестицій. На низьку інвестиційну активність впливають також глобалізаційні процеси, зокрема, світова фінансово-економічна криза^{24,25,26}. Також визначено, що однією з

²³ Будякова О.Ю. Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні // О.Ю. Будякова, Л.І. Мерзла. – матеріали II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. – 12 квітня 2018 р. . – С. 395. –с. 29-33.

²⁴ Мельник А.О. Світові економічні кризи: теорія і методологія : монографія / А. О. Мельник. –Київ :

причин світових економічних криз є глобалізаційні процеси (інтеграція, інтернаціоналізація, мондіалізація, лібералізація ринків і економічних сфер)²⁷.

Сьогодні всі активно говорять про глобалізаційні процеси у світі, але що таке глобалізація? Поняття «глобалізм» (від лат. «globus» – куля, тобто такий, що охоплює всю земну кулю) застосовується для визначення стилю у політиці, коли певне питання розглядається і вирішується у контексті загальних для людства проблем, що стосуються всіх і потребують для свого розв'язання спільних зусиль. На межі тисячоліть людство зіткнулося з надзвичайно гострими проблемами, які дістали назву «глобальні» і під якими розумітимемо сукупність суперечливих процесів, що є змістом сучасної кризи світової цивілізації.

Глобальні проблеми створюють загрозу нормальному розвитку і навіть існуванню країн світу, потребують для відвернення цих катастрофічних наслідків спільних зусиль, тобто мають всеохоплюючий, планетарний, глобальний характер. Поняття «глобальні проблеми» походить від французького слова «Global», що означає «всезагальний», «той, що охоплює всю земну кулю». Кожна з глобальних проблем породжена специфічними причинами, зумовленими, з одного боку, специфікою розвитку продуктивних сил, географічним середовищем, рівнем прогресу техніки, природно-кліматичними умовами, тобто речовим змістом суспільного способу виробництва, а з іншого – специфічною суспільною формою, особливістю розвитку відносин власності. За всієї різноманітності причин глобальних проблем існують також спільні для них причинно-наслідкові зв'язки, властиві розвитку технологічного способу виробництва.

Серед глобальних проблем найчастіше фігурують сировинна, продовольча, екологічна, демографічна, енергетична, проблеми миру та роззброєння, подолання бідності та відсталості, які не нові для людства. З розвитком людської цивілізації можуть виникати і вже виникають нові глобальні проблеми. До глобальних стали зараховувати проблему освоєння та використання ресурсів Світового океану, Космосу. Окрім вищеназваних, які стали вже традиційними глобальними проблемами, до їх переліку останніми роками додалися такі як: запобігання поширенню наркотиків; проблеми науки і науково - технічного прогресу; розвиток самої людини, соціально-політичних змін глобального масштабу і цілий ряд інших²⁸. Їх

Нац. наук. центр "Ін-т аграр. економіки", 2014. – 388 с.

²⁵ Світові економічні кризи в економіці України та їх наслідки. Глобальні та національні проблеми економіки. 2014. Вип. 2. С. 108–113.

²⁶ Мельник А.О. Глобалізаційні виміри світової економіки /А.О. Мельник // Вчені записки Університету «КРОК» – К., 2012. – Вип. 32,т.1. – С. 104-109. Будяков В.С. До питання про активізацію інвестиційних процесів у регіоні / В.С. Будяков, В.М. Василенко // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць: у 9 т. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – Вип. 231, т. VIII. – С. 1510-1515.

²⁷ Мельник А.О. Світові економічні кризи: теорія і методологія : монографія / А. О. Мельник. –Київ : Нац. наук. центр "Ін-т аграр. економіки", 2014. – 388 с. (с. 143).

²⁸ Капітон О.В. Глобалістика і глобальні проблеми сучасності / О.В. Капітон [Електронний ресурс].

аналіз дає змогу відзначити, що вони тісно взаємопов'язані. Так, енергетична та сировинна проблеми співвідносяться з екологічною, екологічна – з демографічною, демографічна – з продовольчою і т. д. Важливою ознакою як не нових, так і нових проблем розвитку людської цивілізації є їх глобальний характер, адже вони зачіпають життєво важливі інтереси всіх держав і народів світу, виступають потужним фактором посилення взаємозалежності та цілісності світу, надаючи йому нових інтеграційних рис. Розвиток глобалізації світового господарства змінює пріоритети в глобальних проблемах.

Якщо у 70-80-х роках ХХ ст. головною вважалась проблема запобігання світовій ядерній війні, то нині пріоритетною окремі фахівці вважають екологічну проблему, інші – демографічну, а треті – проблему бідності та відсталості.

Однак усі ці проблеми можна вважати пріоритетними, адже вони безпосередньо пов'язані з виживанням людства, хоча і породжені дією різних факторів, а отже, є об'єктами дослідження таких наук, як міжнародна економіка, соціологія, право, біологія, географія, екологія, океанологія та ін.

Найзагальнішою причиною загострення глобальних проблем, що характеризує технологічний спосіб виробництва, є демографічний вибух, який до того ж супроводжується нерівномірністю зростання населення в різних країнах та регіонах. Демографічний вибух спричиняє загострення таких глобальних проблем, як продовольча, екологічна, сировинна, енергетична. Важливими причинами загострення глобальних проблем, що розглядаються з погляду речового змісту, є: низький рівень впровадження ресурсо- та енергозаощаджувальних, екологічно чистих технологій; швидка урбанізація населення, зростання гігантських мегаполісів; варварське ставлення людини до природи.

Необхідність пошуку шляхів розв'язання глобальних проблем людства породжена тими реальними загрозами, які виникли перед світовим співтовариством. Шляхи розв'язання таких глобальних проблем, як екологічна, паливно-енергетична та сировинна пов'язуються зі швидким розвитком і використанням основних видів відновлюваної енергії, як сонячна, вітрова, океанічна та гідроенергія річок; структурними змінами у використанні існуючих невідновлюваних видів енергії: зростання частки вугілля в енергобалансі національних економік та зменшення газу і нафти, оскільки запасів останніх на планеті менше.

А їх цінність для хімічної промисловості набагато більша. Свою роль у регулюванні зазначених процесів, у розв'язанні глобальних проблем повинні відіграти ООН, МВФ, СОТ, регіональні та галузеві організації, котрі мають великий досвід координації міжнародних зусиль, використання ресурсів, регулювання міжнародних економічних зусиль.

Для розв'язання глобальних проблем людство має в розпорядженні

достатні науково-технічні і матеріальні досягнення, напрацьовано відповідні форми. Серед останніх слід назвати міжнародну комісію з навколишнього середовища і розвитку, яка розробляє програми покращення якості природного середовища та загального екологічного стану.

Ця комісія і ряд інших міжнародних організацій визначають критерії екологічної безпеки, розробляють короткострокові та довгострокові програми захисту навколишнього середовища. Важлива роль в охороні навколишнього середовища належить регіональному співробітництву.

Так, у документах ЄС неодноразово підкреслювалась необхідність розвитку регіональної стратегії у цій сфері і раціонального використання природних ресурсів європейського регіону, який сьогодні є найбільш кризовим в екологічному плані.

Джерелами ресурсів та засобами розв'язання глобальних проблем у нинішніх умовах виступають: офіційна допомога з боку економічно розвинутих країн країнам, що розвиваються; іноземні приватні інвестиції; застосування економічних важелів управління якістю довкілля, зокрема, субсидій і дотацій за виготовлення екологічно чистої продукції, за виконання державних екологічних проектів, екологічні платежі за всі види забруднення довкілля, виплати на охорону природи і поліпшення екологічних результатів, пільгове або дискримінують кредитування, оподаткування і ціноутворення, екологічне страхування тощо; об'єднання зусиль усіх країн світу для розв'язання глобальних проблем; збільшення витрат держав світового співтовариства на подолання насамперед екологічної кризи; створення за рахунок країн, які заподіяли найбільшої шкоди планеті, своєрідного фонду екологічної безпеки з метою ліквідації найзагрозливіших для довкілля джерел небезпеки; посилення відповідальності країн світового співтовариства за збереження природи; стимулювання виробництва таких зразків транспортних засобів, техніки, які б не завдавали шкоди довкіллю, забезпечували економію всіх паливно-енергетичних ресурсів. Лише від нашого свідомого вибору і загальних зусиль залежить майбутнє людства^{29, 30}.

1.3. Проблеми забезпечення економічної безпеки підприємницьких структур в сучасних умовах

Перехід економіки України до ринкової системи господарювання зумовив формування нових структур, які сприяють становленню ринкових механізмів господарювання, розвитку економічної конкуренції, зростанню ефективності виробництва, нарощенню обсягів інвестиційного та

²⁹ Корнієнко В. О. Основні політико-ідеологічні доктрини та глобальні проблеми сучасності: навч. посіб. для студ. / В. О. Корнієнко, Г. Я. Буртяк. — ВНТУ : Вінниц. нац. техн. ун-т. - Вінниця, 2003. — 91 с.

³⁰ Будякова О.Ю. Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні // О.Ю. Будякова, Р.В. Горбенко. — матеріали II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. — 12 квітня 2018 р. — С. 395. —с. 25-29.

інноваційного потенціалів³¹. На думку більшості науковців такою структурою є підприємство, як основна ланка ринкової економіки. Саме воно забезпечує виробництво конкурентоспроможної продукції, виконання робіт, надання послуг, які задовольняють потреби споживачів і суспільства. Особливості створення, функціонування та ліквідації підприємств в Україні закріплено в Господарському Кодексі України, в якому визначено, що підприємство – це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних або особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної та іншої господарської діяльності³².

Підприємство має економічну та юридичну самостійність. Економічна самостійність означає, що підприємство самостійно вирішує яку продукцію виробляти й у якій кількості; з яких ресурсів виготовляти продукцію; яку технологію виробництва використовувати; кому реалізовувати готову продукцію та за якою ціною. Юридична самостійність означає, що підприємство є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків, печатку зі своїм найменуванням та ідентифікаційним кодом, товарний знак (марку).

Підприємства можуть створюватись як для здійснення підприємництва, так і для некомерційної господарської діяльності. Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та отримання прибутку³³. Некомерційні підприємства не мають мети отримання прибутку.

Слід зазначити, що в Україні поняття «підприємництво» дуже часто ототожнюється з поняттям «бізнес» і вважається словами-синонімами. На думку З. С. Варналія підприємництво – це особливий тип господарювання, де головним суб'єктом є підприємець, який раціонально поєднує (комбінує) фактори виробництва на інноваційній основі і власній відповідальності, організує і керує виробництвом з метою одержання підприємницького доходу³⁴. Сутністю підприємництва є формування і реалізація різноманітних благ для отримання прибутку та досягнення соціального ефекту. У західних країнах підприємництво розглядається як особливий тип господарювання, в основі якого лежить пошук нових можливостей виробництва товарів і послуг на основі інновацій та уміння залучення ресурсів із найрізноманітніших

³¹ Горбачевська О.В. Розвиток інтегрованих підприємницьких структур в економічній системі України // О.В. Горбачевська. – Актуальні проблеми економіки. - №5(155). – 2014. – с. 166-170.

³² Господарський Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV станом на 12.08.2015 р.: [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

³³ Господарський Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV станом на 12.08.2015 р.: [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

³⁴ Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики : 4-ге вид., стер. // З. С. Варналій – К. : Знання, КОО, 2008. – 302 с.

джерел ³⁵. Підприємництво в Україні почало розвиватися з 1991 р. Законодавство України не обмежує види підприємницької діяльності, організаційно-правові форми її функціонування як юридичними, так і фізичними особами, що пройшли державну реєстрацію ³⁶.

Поряд з терміном «підприємництво» використовується загальноекономічний термін «бізнес», що характеризує сферу діяльності господарюючого суб'єкта і його економічних інтересів, справу в тій чи іншій галузі підприємництва, коли за наявності певного ризику досягається намічений комерційний успіх. За визначенням економічного словника бізнес (англ. business) – це діяльність, спрямована на одержання прибутку шляхом створення, виготовлення та реалізації певної продукції чи надання послуг або справа, заняття, підприємництво, економічна діяльність, спрямовані на отримання прибутку ³⁷.

За тлумачним словником економіста бізнес – це ініціативна економічна (виробнича, підприємницька, посередницька) діяльність в умовах ринкової економіки, спрямована на створення власної справи для одержання прибутку шляхом використання своєї праці, власних або запозичених коштів ³⁸.

Згідно з вищезазначеними формулюваннями можна зробити висновок, що бізнес є поняттям ширшим, ніж підприємництво, а підприємницька діяльність є частиною бізнесу.

Разом з цим, бізнес може бути підприємницьким. За визначенням Тлумачного словника економіста бізнес підприємницький – це бізнес, об'єктом діяльності якого може бути виробництво продукції, надання послуг, торгівля, комерційно-посередницька діяльність. Все те, що може задовольнити потреби споживачів і пропонується на ринок для придбання, використання, споживання, з метою одержання підприємницького прибутку ³⁹.

Основу будь-якого бізнесу становлять так звані бізнес-структури. Бізнес-структури – це структури, які допомагають створити ефективний підприємницький клімат, забезпечити відповідний рівень конкурентоспроможності, задовольнити потреби населення та підняти як економіку регіону, так і держави на відповідний рівень ⁴⁰. Бізнес-структурою

³⁵ Підприємництво в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mukachevo-rada.gov.ua/index.php/tsnap/item/7614-pidpriemnytstvovukraini>

³⁶ Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні»: № 4618- VI : від 22.03.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>.

³⁷ Завадський Й.С., Осовська Т.В., Юшкевич О.О. Економічний словник. – К.: Кондор. – 2006.. – 351 с. – с. 24.

³⁸ Гончаров С. М., Кушнір Н. Б. Г 65 Тлумачний словник економіста / за ред. проф. С. М. Гончарова. — К.: Центр учбової літератури, 2009. – 264 с. – с.80.

³⁹ Гончаров С. М., Кушнір Н. Б. Г 65 Тлумачний словник економіста / за ред. проф. С. М. Гончарова. — К.: Центр учбової літератури, 2009. – 264 с. – с.81.

⁴⁰ Заїчна О.В. Підприємницький бізнес, як чинник забезпечення конкурентоспроможності регіону // О.В. Зарічна. – Маркетинг і менеджмент у фокусі викликів нової економіки. - Матеріали між нар. наук.-практ. конф. – 26-28 квітня 2018 р. – Ужгород. –с.299-301.

можуть бути різні за видами, формою власності та організаційно-правовою формою підприємства.

Відповідно основу підприємництва становлять підприємницькі структури. На думку І.В. Тирпак, В.І. Тирпак, С.А. Жукова підприємницька структура – це група людей, діяльність яких свідомо координується для досягнення загальних цілей⁴¹. Але частіше термін «підприємницька структура» використовується вітчизняними дослідниками як синонім до терміна «підприємство» або в значенні системи побудови, функціонування, взаємодії окремих частин підприємства. Так, за визначенням Русин-Гриника Р.Р. підприємницька структура як цілісне утворення може формуватися як одне або кілька підприємств, пов'язаних цілями, методами їх досягнення, технологіями, організаційною структурою управління, апаратом управління тощо, то конкурентоспроможність підприємницької структури залежить від конкурентоспроможності її компонентів (підприємств-учасників)⁴².

Все ж таки термін «підприємницька структура» частіше використовується в менеджменті, ніж в економіці. Під ним розуміють склад суб'єктів ринкових відносин, до яких належать тільки ті організаційно-господарські одиниці, метою діяльності яких є одержання прибутку (підприємницького доходу), як кінцевого результату.

З ускладненням умов господарювання спричинених динамічними змінами у зовнішньому середовищі та впливом глобалізаційних процесів підприємницькі структури також ускладнюються. Так, сучасна підприємницька структура – це система економічних, соціальних, політичних та духовних відносин, що пов'язані з задоволенням комплексу потреб власників і співробітників шляхом взаємодії з зовнішнім середовищем, заснованого на взаємозв'язку процесу розвитку зі створенням нових комбінацій факторів виробництва, нових продуктів, ринків, технологій⁴³. Зміна ринкових умов господарювання призводить до об'єднання різних підприємницьких структур в більші, вимагаючи гнучко пристосуватись до зовнішніх змін. В результаті на ринку створюються так звані інтегровані підприємницькі структури. На думку Горбачевської О.В. інтегрована підприємницька структура – це об'єднання самостійно функціонуючих суб'єктів господарювання різних організаційно-правових форм у єдину цілісну систему економічних і фінансових взаємозв'язків з метою отримання синергетичного ефекту та набуття конкурентних переваг⁴⁴. Вхідження окремого підприємства до такої інтегрованої підприємницької структури не перешкоджає подальшому саморозвитку суб'єкта.

⁴¹ Основи економіки та організації підприємництва навч. посібн. І.В.Тирпак, В.І.Тирпак, С.А. Жуков - К.: Кондор, 2011.

⁴² Русин-Гриник Р.Р. Визначення та обґрунтування показників, які характеризують конкурентоспроможність підприємницьких структур // Р.Р. Русин-Гриник. – Економіка і суспільство – №12. – 2017. – Режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/55.pdf.

⁴³ [Кочубей Р.В. Содержание понятия «предпринимательская структура» // Р.В. Кочубей. - Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. - № 1. – Режим доступу: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>]

⁴⁴ Горбачевська О.В. Розвиток інтегрованих підприємницьких структур в економічній системі України // О.В. Горбачевська. – Актуальні проблеми економіки. - №5(155). – 2014. – с. 166-170.

Суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути різноманітні підприємницькі структури, які можна класифікувати за різними ознаками, а саме:

1. Залежно від напрямків діяльності підприємницькі структури поділяються на: виробничі, комерційні, фінансові, консультативні та соціальні.

Виробничі підприємницькі структури здійснюють діяльність, пов'язану з виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг, виробничим споживанням товарів і послуг; а також з інноваційну, науково-технічну та інформаційну діяльність.

Комерційні підприємницькі структури пов'язані з проведенням торгових, торгово-закупівельних, торгово-посередницьких операцій та діяльністю товарних бірж.

Фінансові підприємницькі структури функціонують в банківській, страховій, аудиторській, лізинговій сферах, а також на фондових біржах.

Консультативні підприємницькі структури спеціалізуються на спільному управлінні, адмініструванні, фінансовому управлінні, маркетингу, управлінні персоналом, інформаційних технологіях, наданні спеціалізованих консалтингових послуг.

Соціальні підприємницькі структури – це підприємницька діяльність, спрямована на пом'якшення або вирішення соціальних проблем.

2. Залежно від територіального розміщення підприємницькі структури поділяються на: місцеві, регіональні, національні, міжнародні і світові.

3. Залежно від економічних показників (темів розвитку і рівня прибутковості) підприємницькі структури поділяються на: швидкозростаючі і ті, що повільно нарощують темпи розвитку; високоприбуткові і низькорентабельні організації, що здійснюють низькоризикові і високоризикові види бізнесу.

4. Залежно від інноваційної політики підприємницькі структури поділяються на: структури, що здійснюють творчо-пошукову, продуктивну і революційну діяльність.

5. Залежно від механізму створення, числа засновників (учасників), процесів функціонування та управління підприємницькі структури поділяються на: прості і складні.

6. Залежно від термінів діяльності розрізняють: постійно діючі і тимчасово створювані для вирішення конкретного завдання підприємницькі структури.

7. Залежно від форми власності можуть діяти підприємницькі структури таких видів:

- приватна структура, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);
- структура, що діє на основі колективної власності
- структура, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;
- структура, що діє на основі державної власності;

– структура, що заснована на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності).

8. Залежно від організаційно-правової форми розрізняють підприємницькі структури у вигляді: колективних, державних, казенних, комунальних, спільних підприємств; підприємств зі 100% іноземними інвестиціями; акціонерні товариства; товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повне товариство, командитне товариство, асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, об'єднання підприємств.

В умовах глобалізаційних викликів та зростання нестабільності зовнішнього оточення, ефективний розвиток вітчизняних підприємницьких структур значною мірою залежить від рівня забезпечення їх економічної безпеки.

Враховуючи важливу роль економічної безпеки для безперервного функціонування підприємницької структури, яка є обов'язковою умовою для забезпечення виробництва та збуту продукції, перерозподілу потоків капіталу, здійснення інвестиційних процесів, фінансування колективних та індивідуальних потреб, необхідно запроваджувати високо функціональні та ефективні системи економічної безпеки на вітчизняних підприємницьких структурах.

Економічна безпека являє собою універсальну категорію, що відбиває захищеність суб'єктів соціально-економічних відносин на всіх рівнях, починаючи з держави і закінчуючи кожним її громадянином. Економічна безпека підприємства – це захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, а також спроможність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, що не позначаються негативно на його діяльності.

Зміст цього поняття містить у собі систему засобів, що забезпечують економічну стабільність підприємства, а також сприяють підвищенню рівня добробуту працівників ⁴⁵.

За визначенням Воронкової Т.Є. під економічною безпекою підприємства, організацій, установ, господарств потрібно розуміти власне стан самих підприємств, організацій, установ, господарств, який характеризується наявністю конкурентних переваг, що досягаються ефективним використанням існуючих власних та залучених ресурсів, своєчасним впровадженням комплексу заходів з метою захисту своєї діяльності для максимального досягнення поставлених цілей у

⁴⁵ Сосновська І. М. Поняття та значення економічної безпеки виробничо-господарської діяльності підприємств // І. М. Сосновська. – Ефективна економіка. – №9. – 2015. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4303>

короткостроковому та довгостроковому періоді в умовах постійної зміни навколишнього середовища ⁴⁶.

Тобто вищезазначені суб'єкти соціально-економічних відносин і є досліджуваними підприємницькими структурами.

Суб'єкт системи економічної безпеки підприємницьких структур поділяється на дві групи суб'єктів:

1. Зовнішні суб'єкти – органи законодавчої, виконавчої і судової влади, покликані гарантувати безпеку всіх без винятку законослухняних учасників підприємницьких відносин, причому діяльність цих органів не можуть контролювати самі підприємницькі структури.

2. Внутрішні суб'єкти – особи, що безпосередньо здійснюють діяльність із захисту економічної безпеки підприємницьких структур (працівники власної служби безпеки підприємницьких структур, працівники спеціалізованих фірм, що надають послуги із захисту підприємницької діяльності).

Об'єктом системи економічної безпеки підприємницьких структур виступає стабільний економічний стан структури в поточний і перспективний періоди. Конкретними ж об'єктами захисту виступають різноманітні ресурси: фінансові, матеріальні, інформаційні, кадрові та інші.

В сучасних умовах економічна безпека підприємницьких структур в Україні має розглядатися як єдина цілісна система, діяльність якої спрямована на забезпечення стабільності функціонування та подальшого розвитку із врахуванням стратегічних перспектив та інтересів суб'єктів ринку ⁴⁷. Така система складається з різних складових, упорядкованих в певну ієрархічну структуру (рис. 1 та 2):

В сучасних умовах господарювання з метою подальшого стабільного функціонування кожна підприємницька структура повинна йти шляхом постійного інноваційного розвитку, основою якого є різноманітні інновації.

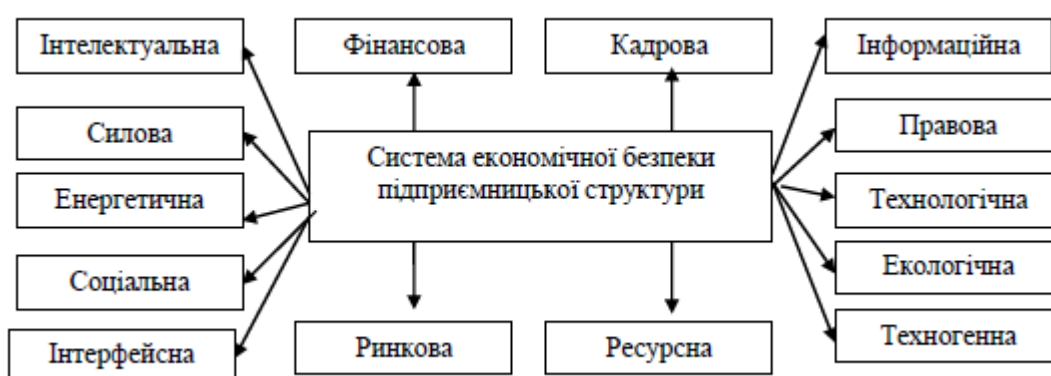


Рис. 1. Складові системи економічної безпеки підприємницької структури

⁴⁶ Ефективність діяльності підприємств в умовах глобалізаційних процесів: монографія / за ред. О. В. Ольшанської, А. О. Мельник, Т. М. Янковець. – К. : КНУТД, 2016. – 390 с. – с. 223.

⁴⁷ Люта О.В. Економічна безпека підприємницьких структур в Україні // О.В. Люта, Н.Г. Пігуль. – The International Scientific and Practical Congress of Economics and Lawyers «Always ahead facing the unknown». – Basel, Switzerland. –October. – 9,2014. - с.219-222.

Разом з тим розробка та впровадження інновацій на підприємницьких структурах мають бути надійно захищеними від дострокового оприлюднення будь-якою іншою підприємницькою структурою без згоди розробника, що є однією з задач інноваційної складової економічної безпеки. Саме тому, інноваційна безпека повинна займати перше місце в системі економічної безпеки сучасної підприємницької структури.

Більшість вітчизняних дослідників серед складових економічної безпеки (наведених на рис. 1) таку складову не виділяють. Частково деякі функції інноваційної безпеки виконує представлена на рис 1 технологічна складова економічної безпеки підприємницької структури. Таким чином з вищевикладеного, можемо визначити ієрархію складових економічної безпеки сучасної підприємницької структури (рис. 2).

Відповідно перший (головний) рівень в системі економічної безпеки сучасної підприємницької структури займає інноваційна складова. Другий рівень займає ринкова складова, однією з задач якої є захист конкурентоспроможності підприємницької структури на ринку. Третій рівень відводиться фінансовій складовій, що сприяє захисту фінансових потоків підприємницької структури.

На рівнях нижчого порядку розташовані функціональні складові економічної безпеки, що стосуються конкретного напрямку діяльності підприємницької структури (технологічний, правовий, кадровий та інші).

Отже, інноваційна безпека є невід'ємною складовою економічної безпеки підприємства що забезпечує його збалансований, проактивний (запланований та стратегічно визначений) інноваційний розвиток у всіх сферах діяльності, спрямований на максимально ефективне використання наявних та безпечно залучення додаткових інвестиційних ресурсів необхідних для забезпечення такого розвитку⁴⁸.

Разом з цим, економічна безпека вітчизняних підприємницьких структур повинна бути забезпеченою як на внутрішньому рівні (рівні самої структури), так і на зовнішньому рівні (у зовнішньому середовищі). На сьогоднішній день серед внутрішніх проблем забезпечення економічної безпеки вітчизняних підприємницьких структур слід виділити такі⁴⁹:

1. Моніторинг та діагностика економічної безпеки підприємницьких структур проводиться періодично і досліджується тільки в статичному аспекті.

2. Управління економічною безпекою підприємницьких структур здійснюється окремо від стратегічного управління.

3. Системи захисту інформації підприємницьких структур оновлюються не часто.

4. Складно здійснити ретельну перевірку контрагентів

⁴⁸ Інвестиційно-інноваційний розвиток в контексті економічної безпеки підприємства: монографія / [Федоренко В.Г., Лагутін Г.В., Денисенко М.П. та ін.] – К.ТОВ «ДКС центр», 2015. – 350 с.

⁴⁹ Шацька З.Я., Христинченко А.А. Економічна безпека вітчизняних підприємств: проблеми та перспективи// З.Я. Шацька, А.А. Христинченко. – Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні. збірник матеріалів II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції. – 12 квітня. – Київ: КНУТД, 2018. – 396 с. – с. 92-95.

підприємницьких структур на предмет їх репутації та порядності ведення бізнесу.



Рис. 2. Ієрархія складових економічної безпеки підприємницької структури (складено автором)

підприємницьких структур на предмет їх репутації та порядності ведення бізнесу.

5. Складно виявити ймовірність розкриття комерційних таємниць персоналом підприємницьких структур на користь конкуруючим структурам.

6. Підвищення рівня ризику від озброєних пограбувань підприємницької структури.

7. Не ефективна оцінювально-аналітична система, як центральна частина управління економічною безпекою підприємницькою структурою.

8. При оцінюванні рівня економічної безпеки підприємницької структури враховуються лише результати її діяльності на поточну дату, та не враховується потенціал, тобто здібності структури до забезпечення її економічної безпеки в майбутньому.

9. При оцінюванні рівня економічної безпеки підприємницьких структур не використовуються декілька альтернативних методичних підходів та не враховуються технологічні особливості структури.

10. Оцінювальні показники економічної безпеки підприємницьких структур не коригуються на коефіцієнт значущості стадії життєвого циклу підприємства та коефіцієнт значущості ринкової стратегії підприємства.

11. Працівники служби економічної безпеки підприємницьких структур недостатньо володіють навичками побудови економіко-математичних

моделей, найсучаснішими пакетами прикладних програм, основними підходами до оцінювання рівня економічної безпеки підприємницьких структур.

Зовнішніми проблемами забезпечення економічної безпеки вітчизняних підприємницьких структур є наступні:

На макрорівні:

1. Природні, які з урахуванням сприятливих кліматичних умов в Україні є другорядними для забезпечення економічної безпеки підприємницьких структур.

2. Техногенні, які з внаслідок високого рівня зносу основних фондів та інфраструктури України є одними з головних для забезпечення економічної безпеки підприємницьких структур.

3. Екологічні, які з урахуванням значного падіння рівня виробництва та слабого впровадження екологічно чистих нових технологій мають значний вплив на забезпечення економічної безпеки підприємницьких структур.

4. Політичні, які з урахуванням входження України до європейського простору є головними для забезпечення економічної безпеки підприємницьких структур.

5. Економічні, які внаслідок кризового стану економіки України є головними для забезпечення економічної безпеки підприємницьких структур.

6. Соціальні, які з урахуванням наявності великої кількості працездатного населення є другорядними для забезпечення економічної безпеки підприємницьких структур.

На мікрорівні:

1. Інноваційні, які внаслідок поступового переходу економіки України «економіки знань» та п'ятого технологічного укладу є головними для забезпечення економічної безпеки підприємницьких структур.

2. Фінансові, які з урахуванням кризи фінансової системи держави є г є головними для забезпечення економічної безпеки підприємницьких структур.

3. Юридичні, що не мають визначального впливу на для забезпечення економічної безпеки підприємницьких структур.

4. Інституційні, які внаслідок докорінної трансформації інститутів в Україні та наявності великої кількості інституційних пасток є головними для забезпечення економічної безпеки підприємницьких структур.

Таким чином, надійний захист економічної безпеки підприємницьких структур можливий, якщо буде забезпечено:

– своєчасне виявлення та внутрішніх та зовнішніх проблем економічної безпеки підприємницьких структур;

– нейтралізація виявлених зовнішніх та внутрішніх проблем;

– впровадження комплексного і системного підходу до організації економічної безпеки підприємницьких структур

– постійне удосконалення системи економічної безпеки підприємницьких структур під впливом глобальних викликів.

1.4. Проблеми соціальної безпеки держави

Сутність цивілізаційного прогресу визначається не тільки пануючим типом господарства але і умовами які забезпечують всебічний розвиток людини. Сучасний період розвитку світу характеризується подальшою диспропорційністю та нестабільністю. Це викликано не тільки загостренням диспропорційних протиріч між рівнем розвитку країн, глобальною фінансовою та економічною кризою яка має системний характер але і нарощуванням військових протистоянь, посиленням протестних настроїв та масовим переміщенням населення з територій військових конфліктів. Відповідно чутливість держав та населення до небезпек зростає і потребує нагального забезпечення безпечного існування.

Соціально-економічний розвиток України сьогодні, відбувається в умовах прямої агресії та повністю віддзеркалює гостроту соціальних проблем. Ці проблеми в значній мірі визначають рівень національної та економічної безпеки держави і суспільства. В таких умовах на перший план висувається проблема безпеки як комплексної характеристики, що задає напрями подальшого розвитку, визначає параметри життєздатності соціально-економічних структур в перебігу глобальних та локальних трансформацій.

Закон України "Про основи національної безпеки України" визначає безпеку як "захищеність життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави, за якої забезпечується сталий розвиток суспільства, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних і потенційних загроз національним інтересам»

Національна безпека є узагальнюючим поняттям, що включає в себе різноманітні види безпеки різних сфер, і перш за все вона включає оборонну (захист зовнішніх кордонів), внутрішню (захист соціально-економічної системи від дестабілізації, захист особи і майна громадян від протиправних посягань), культурно-інформаційну (збереження і розвиток національної культури, інформаційного простору, умов розвитку особистості), екологічну та економіко-енергетичну безпеку. Кожен з цих напрямів має власні джерела безпеки, екзогенні та ендогенні фактори, загрози, які в комплексі дозволяють побачити всю систему проблем теоретичного і практичного характеру, що відносяться до безпеки.

До загроз національній безпеці України відносять: неефективність державної політики щодо підвищення трудових доходів громадян, подолання бідності та збалансування продуктивної зайнятості працездатного населення; кризу системи охорони здоров'я і соціального захисту населення; поширення наркоманії, алкоголізму, соціальних хвороб; загострення демографічної кризи; зниження можливостей здобуття якісної освіти представниками бідних прошарків суспільства; прояви моральної та духовної деградації суспільства⁵⁰.

Соціальній безпеці, як важливої складової національної безпеки, в сучасній науковій літературі присвячено досить великий спектр питань щодо

⁵⁰Закон України про національну безпеку. [Електронний ресурс] <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19>

її змісту, структури функцій і методів забезпечення. Вони знайшли своє висвітлення в працях вітчизняних вчених: А.Базилюка, С.Бандури, О.Барановського, О.Беляєва, О.Білоруса, І.Бінька, Н.Борецької, З.Варналія, О.Власюка, А.Гальчинського, В.Гейця, О.Гончаренко, М.Єрмошенка, Я.Жаліла, Ю.Зайцева, В.Кириленка, С.Кіреєва, А.Колота, Є.Крихтіна, Є.Лібанової, І.Мазур, В.Мунтіяна, О.Новикової, С.Пирожкова, Р.Покотиленка, В.Савчука, А.Сухорукова, А.Чухна, В.Шлемка та інших.

Згідно з Методичними рекомендаціями щодо розрахунку рівня економічної безпеки України «соціальна безпека – це стан розвитку держави, за якого держава здатна забезпечити гідний і якісний рівень життя населення незалежно від віку, статі, рівня доходів, сприяти розвитку людського капіталу як найважливішої складової економічного потенціалу країни». Завдання соціальної безпеки полягає, перш за все, в формуванні умов, що забезпечують стабільний розвиток соціальних відносин, збереження, зміцнення і збагачення буття, тобто захищеності якісного стану соціальних відносин, що забезпечують прогресуючий розвиток особистості, суспільства і держави. Забезпечення соціальної безпеки - це гарантія незалежності країни, умова стабільності й ефективної життєдіяльності суспільства, досягнення успіху.

Однак, не дивлячись на це, чималі групи населення живуть за межою бідності й фактично позбавлені доступу до благ розвитку і залишаються поза увагою влади. Це ставить їх в абсолютно ненормальне, часом навіть маргінальне становище відторгнення від суспільного буття. Тому, в світовій практиці з 1990-го щорічно Програма розвитку ООН готує детальний аналітичний звіт щодо країн світу, серед яких і Україна, про якість життя та людського розвитку (ІЛР). Основні показники, які при цьому застосовуються - не тільки доход на душу населення, а і тривалість життя, рівень освіти, медичної допомоги, тощо. У 2017 році Україна посіла 88-ме місце за рівнем життя серед 189 країн світу. І таким чином увійшла до групи країн з соціальним розвитком вищим за середній. Найвищі бали Україна отримала за позиціями «харчування і базове медичне обслуговування» та «доступ до базової освіти».

В той же час, між Україною та іншими країнами залишаються значні відмінності, коли йдеться про благополуччя населення. Так, середня тривалість життя в Україні обох статей нині становить у середньому 71,1 року. Це, нижче, ніж середній показник у світі — 71,7. І лише на 1,3 року більше, ніж було у 1990-му. Для порівняння — у країнах з дуже високим рівнем розвитку: у Чехії — 78,8, у Польщі — 77,6, в Угорщині — 75,3. У країнах нашої групи: в Туреччині — 75,5, в Грузії — 75 років, в Болгарії — 74,3. І навіть у Молдові, яка належить до країн із середнім розвитком, — 71,7. І це попри те, що в середині 1990-х середня тривалість життя в Україні та Польщі була однаковою.⁵¹

⁵¹ Любомира Коваль. Якість життя в Україні . Оцінка експертів.//Урядовий кур'єр.-2017р.[Електронний ресурс] <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/yakist-zhittya-v-ukrayini-ocinki-ekspertiv/>

А це означає що, дитина, народжена зараз у Норвегії – країні з найвищим ІЛР – ймовірно проживе понад 82 роки і навчатиметься майже 18 років. Водночас хлопчик, народжений в Україні, найімовірніше проживе 63 роки і присвятить навчанню 12 років. Хоча значна нерівність виникає у багатьох країнах, включаючи деякі найзаможніші країни, в середньому такі країни як Україна, де фіксується нижчий рівень людського розвитку, зазнають більших втрат.⁵²

Крім того, ще досі залишається не зламною тенденція скорочення чисельності населення України. Так, за даними Державної служби статистики України населення країни у 2017 році зменшилось на 198100 осіб. При цьому, перевищення кількості померлих над кількістю живонароджених залишається істотним: на 100 померлих - 63 живонароджених. У той же час, за часткою осіб віком 60 років і старше Україна входить до 30 найстаріших країн світу.⁵³

Насьогодні в Україні 11 928 823 пенсіонерів, тобто 26% населення. За шкалою ООН старим населення вважається тоді, коли частка людей у віці 65 років становить понад 7%. Зараз 10 працюючих утримують понад 11 пенсіонерів. Пов'язано з тим, що 25% українців працюють неофіційно.⁵⁴

Тому, одним з найбільш актуальних напрямків вирішення проблем соціальної безпеки є досягнення соціально-демографічної безпеки і її окремих складових, під якою розуміється такий стан суспільства і тенденції його зміни, при якому в державі забезпечуються стабільність і стійкість процесів відтворення населення і гідні умови життя і розвитку особистості, що віддзеркалюється в наступному:

- в можливості постійно підтримувати на рівні не нижче мінімально допустимих норм основні показники, пов'язані з природним відтворенням населення (народжуваність, смертність, природний приріст населення і т.д.), що дозволить забезпечити сталий соціально-економічний розвиток країни в перспективний період;

- здатності зберігати високий рівень здоров'я населення країни;

⁵² Прес – реліз. Індекс людського розвитку: Україна посіла 88 позицію серед 189 країн. [Електронний ресурс] <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2018/human-development-indices--where-does-ukraine-rank--.html>

⁵³ Демографічна та соціальна статистика / Населення та міграція [Електронний ресурс] http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html

⁵⁴ Пенсійна реформа в Україні: чи знизиться рівень бідності. Громадський простір. [Електронний ресурс] <https://www.prostir.ua/?library=pensijna-reforma-v-ukrajini-chy-znyzysya-riven-bidnosti>

- підтримці і збереженні необхідних параметрів якості соціального середовища, яке безпосередньо впливає на безпеку особистості і можливість її розвитку (злочинність, безпека життєдіяльності та ін.);
- здатності протистояти міграційному відтоку населення з території країни в допустимих межах підтримувати міграційний приплив.

Найбільш гострою зі всіх проблем соціальної безпеки є проблема подолання бідності. Це глобальна проблема яка має політичні, юридичні, економічні, соціальні, організаційно-управлінські та психологічні аспекти. Як свідоцтво важливості цієї проблеми слід вважати прийняття Кабінетом міністрів України Стратегії подолання бідності в Україні до 2020 року.

Згідно з визначенням Всесвітнього банку бідність - це неможливість забезпечення прийняттого мінімуму життєзабезпечення. Форми її прояву різнобічні та охоплюють усі сторони життя людей: споживання, охорону здоров'я, освіту, безпеку, самоповагу та інше.

За даними Організації Об'єднаних Націй, зараз в Україні за межею бідності проживає більше 60 відсотків українців. За стандартами ООН, якщо людина витрачає на проживання та продукти харчування менше 5 доларів на день, а на місяць менше 150 доларів, то вона живе за порогом бідності. Якщо в африканських країнах поріг бідності 1,25 долара на день, то в Україні прожитковий мінімум на день становить півтора долара.

Таблиця 1

Межа бідності у світі⁵⁵

№	Країни	USD/день	USD/місяць
1.	США	40	1200
2.	Розвинені країни	14	420
3.	Країни східної Європи (межа ООН)	5	150
4.	Порог бідності у світі	2	60
5.	Україна (прожитковий мінімум)	1,5	41,4
6.	Поріг злиднів у світі	1,25	37,5

Особливістю формування прошарків бідних в Україні є те що до них, можна віднести більшість працюючого населення, оскільки мінімальна заробітна платня становить 3200 грн., що відповідає 119 дол. США в місяць, чи 4 дол. США в день, що також нижче рівня бідності у Східній та Центральній Європі. Із 7,4 млн працюючих в Україні заробітню платню у розмірі мінімальної і нижче отримує 10,3%.

Важливим з точки зору соціальної безпеки є якість трудового життя як забезпечення ефективної зайнятості населення та захисту працівників у сфері праці. Вперше за останні п'ять років на ринку праці України відбулося зростання чисельності зайнятого населення. Однак і сьогодні, за

⁵⁵ ООН: близько 60% населення України живуть за межею бідності. Українська правда.-2017-30 березня/[Електронний ресурс] <https://www.pravda.com.ua/news/2017/03/30/7139761/>

методологією Міжнародної організації праці, в країнах ЄС безробіття складає 7,4%, в Україні - 9,7%, залишаючись досить високим. Крім того, досить стійка тенденція заборгованості по заробітній платі. Так, на 1 вересня 2018 р. вона склала 2712,3 млн.грн. в той час як у 2017 р.- 1231 млн. грн.⁵⁶ Важку ситуацію на ринку праці доповнює і стан соціального забезпечення працюючого населення, невідповідність умов праці необхідним вимогам, низька заробітна плата неповний робочий тиждень чи день, та відсутність соціальних прав та гарантій. І перш за все, це відноситься до формування солідарної пенсійної системи та страхової медицини.

Солідарна пенсійна система не забезпечує українцям забезпечену старість. Так, не дивлячись на те, що середній розмір пенсій на 1 липня 2018 року склав 2562 грн., що на 35,6% більше розміру середньої пенсії на 1 липня 2017 року ще й досі рівень середньої пенсії навіть на 40% не покриває рівень середньої заробітної плати (середня заробітна плата на 1 липня 2018 року - 9170 грн.)⁵⁷

Згідно оцінці МОП, розмір середньої пенсії повинен складати мінімум 40% заробітної плати. У випадку, якщо цей показник зменшується до 20%, то це вважається порушенням прав громадян на соціальний захист. В Україні цей показник складає 35,6%. Для порівняння – у Франції державна пенсія – це 58,8% від середньої заробітної плати, у Германії – 42,2%, у Швеції - біля 70%, в середньому по державам ЄС – 60%.

Реформування пенсійної системи, яке проводиться зараз в Україні, хоч і надає можливість розвитку приватних пенсійних фондів, але не забезпечує державну гарантію.

Бідність як явище соціально-економічного характеру надає негативну дію і в короткостроковій, і в тривалій перспективі на самі різні сфери суспільного життя. При цьому виділяється декілька основних наслідків від збільшення масштабів і глибини бідності, які безпосередньо впливають на динаміку економічного розвитку України, рівень її конкурентоспроможності в глобальному економічному середовищі. Тому потрібні комплексні підходи до вирішення цієї проблеми, які повинні бути спрямовані на зменшення глибини бідності серед усіх верств населення та забезпечення соціальної безпеки держави.

Проблема бідності населення в Україні набуває ще більшого звучання в умовах політичної нестабільності, викликаною зовнішньою агресією та необхідністю зосередити сили економіки на розвитку армії та оборонно-промислового комплексу. Природньо, що в такій ситуації фінансування соціальних програм з підтримки найбільш властивих верств населення не в змозі цілком відповідати запиту суспільства.

⁵⁶ Заробітна плата у серпні 2018 р.//Державна служба статистики України.[Електронний ресурс] http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/infografika/2018/zp/zp_08_2018.pdf

⁵⁷ Мінфін. Індекси. [Електронний ресурс] <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/averagolenice/2018>

Переваження у сукупності всієї системи складових соціальної безпеки негативних параметрів призвело до кризи довіри в українському суспільстві. Як показують дослідження центральною владою задоволено лише 8% респондентів, правовою системою – 4%. Задоволено власним життям – 4%.⁵⁸

У результаті рейтингу найщасливіших країн світу Україна посіла 132 місце зі 155 країн в яких проводилось обстеження у 2016 році.⁵⁹

Економічні, соціологічні, політологічні дослідження показують, що суспільства, засновані на довірі та співпраці, сприяють реалізації людського потенціалу. В економічній літературі все ширше визнається той факт, що соціальні зв'язки і довіра грають важливу роль в підтримці економічного та соціального розвитку .

Але, розглядаючи ті чи інші аспекти соціальної безпеки , не можливо обійти їх взаємозв'язок з економічною безпекою. Економічна безпека традиційно розглядається як якісна найважливіша характеристика економічної системи, яка визначає її здатність підтримувати нормальні умови життєдіяльності населення, стійке забезпечення ресурсами розвитку національного господарства, а також послідовну реалізацію національно-державних інтересів.

Критерії економічної безпеки - це оцінка стану економіки з точки зору найважливіших процесів, що відображають сутність економічної безпеки. Оцінка безпеки за критеріями включає в себе оцінки: ресурсного потенціалу і можливостей його розвитку; рівня ефективності використання ресурсів, капіталу і праці та його відповідності рівню в найбільш розвинених і передових країнах, а також рівню, при якому загрози зовнішнього і внутрішнього характеру зводяться до мінімуму; конкурентоспроможності економіки; цілісності території та економічного простору; суверенітету, незалежності і можливості протистояння зовнішнім загрозам. Це основа соціальної стабільності та створення умов для запобігання і вирішення соціальних конфліктів.

Однак, як свідчить статистика показник ВНД в Україні продовжує залишатися на досить низькому рівні, що є значною проблемою, подолання якої є стратегічно важливим завданням для країни. Так, обсяг ВНД на душу населення складає 2,5 тисячі доларів США , в той час, як на кінець 2016 р середній по світу ВНД склав 10 153 доларів. Показник - 2500 дол. на душу

⁵⁸ Любомира Коваль. Якість життя в Україні . Оцінка експертів.//Урядовий кур'єр.- 2017р.[Електронний ресурс] <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/yakist-zhittya-v-ukrayini-ocinki-ekspertiv/>

⁵⁹ Україна на 132-му місці у рейтингу найщасливіших країн світу – World Happiness Report 2017. [Електронний ресурс] <https://life.pravda.com.ua/society/2017/03/20/223218/>

населення – це рівень світового ВНД 1979 року.⁶⁰ У зв'язку з цим Україна повинна підвищити свій рівень виробництва та експорту готової продукції, що в майбутньому підвищить показник ВВП. Багато чинників нівелюють результати дій влади що направлені на підвищення ВВП, серед них: монополія на ринку важливих галузей економіки (спиртова, вугільна, паливна), корупція, тінізація ринку, війна на сході країни. Для подолання всіх цих проблем необхідно проводити значні і ефективні реформи, які допоможуть досягнути ефективності в майбутньому. Комплексна зважена макроекономічна політика заснована на всебічному аналізі динаміки макроекономічних показників дозволить вивести економіку України із кризового стану та покращити її соціально-економічне становище.

Виходячи з цього, соціальну безпеку необхідно пов'язувати не тільки зі станом соціальної системи, рівнем її рівноваги і здатності до життя і сталого відтворення основних системних елементів, що забезпечують її функціонування, але і з розвитком економічної системи. Для підтримки рівноваги соціальної систем і її безпеки необхідна певне забезпечення у вигляді соціальної та економічної діяльності, яка буде спрямована на те, щоб не порушувати сформовану рівновагу системи, а також на розробку і реалізацію певних заходів, спрямованих на збереження цілісності та стійкості системи.

Для досягнення збалансованості систем слід виходити з розуміння небезпеки, яка формується під впливом загроз та тісно пов'язана зі станом соціальної безпеки. Більшість експертів розподіляють загрози соціальній безпеці по сферам здійснення життєдіяльності суспільства і індивіда та виділяють : загрози в економічній і трудовій сфері (безробіття, низький рівень життя і доходів більшості населення, низький рівень економічної підтримки малого підприємництва, ризик неотримання доходів); загрози в соціальній сфері (відсутність соціальних гарантій, недостатній розмір соціальних і пенсійних виплат, допомог); соціально-політичні загрози (порушення свободи слова, свободи примкнути до тієї чи іншого політичної течії, ризик заняття опозиційної діяльністю, низька політична активність як населення в цілому, так і безпосередніх учасників політичного процесу); загрози в правовій сфері (незахищеність прав і свобод людини і громадянина, відсутність механізмів захисту прав і свобод, «корупціогенність» органів охорони правопорядку ; загрози в духовно-культурній сфері (свободи релігійного та культурного самовизначення); екологічні загрози (проживання в кліматично несприятливій зоні).

У найзагальнішому вигляді ці загрози можна уявити як ті що йдуть ззовні, від інших сфер суспільного життя (насамперед економіки), і небезпеки, що випливають із самої соціальної сфери для економіки, політики, які мають зворотний вплив на соціум. Зниження загроз для

⁶⁰ Доходи України: є повод для оптимізму надовго чи ні-. Газета Сьогодні./2018 р.-03.05.[Електронний ресурс] <https://www.segodnya.ua/economics/enews/dohody-ukrainy-est-povod-dlya-optimizma-no-nadolgo-li-1135243.html>

соціальної безпеки, перш за все, пов'язано з подоланням бідності та розшаруванням населення, поглиблення яких, підсилює небезпеку соціальної катастрофи. Перехід до стадії економічного зростання, забезпечення економічної стабільності означає наростання соціальних ресурсів, розширення меж соціальної безпеки.

Для виявлення загроз соціальної безпеки важливе значення мають не самі показники, а їх порогові значення. Граничні значення - це граничні величини, недотримання значень яких перешкоджає нормальному ходу розвитку різних елементів відтворення соціального розвитку та призводить до формування негативних, руйнівних тенденцій. Наближення до їх гранично допустимій величині свідчить про наростання загроз соціально-економічної стабільності суспільства, а перевищення граничних, або порогових, значень - про вступ суспільства в зону нестабільності і соціальних конфліктів, тобто про реальний підрив соціальної безпеки.

Крім визначення кількісної характеристики індикаторів, велику роль грає якісний аналіз характеру змін їх в процесі моніторингу. При аналізі процесу безпеки виділяються зазвичай три області зміни індикаторів:

- область плавних позитивних або негативних змін у стані системи або передкризова зона, в якій можуть накопичуватися фактори, що сприяють зниженню стійкості і наближенню кризи;

- критична область - зона кризи, в якій порушується поступова зміна системи і можуть початися якісно нові зміни в системі соціальної стабільності суспільства;

- післякризова область може характеризуватися як плавною зміною, так і різкою неконтрольованою по швидкості зміною системи.

Тому, одним із завдань соціальної безпеки є необхідність визначення критеріїв критичного порога всього комплексу індикаторів як для загального визначення, так окремо для кожної складової. При цьому величина певного виду ризиків може бути визначена за наступною формулою:

$$P = \sum_{i=1}^{i-n} W_i K_i$$

P- значення у відносних одиницях певного виду ризиків;

W_i – частка, питома вага, i – го фактору ризику, відсотків;

K_i – вірогідність дії i -го фактору відносно одиниці.

Оцінка вірогідності дії факторів ризику може проводитися за наступною шкалою: до 49 одиниць – мала вірогідність проявлення факторів ризику; від 50 до 74 рівно вірогідні можливості проявлення або відсутності факторів ризику; від 75 до 90 одиниць – певний фактор ризику скоріше всього проявиться; 100 та більше одиниць – достовірне проявлення фактору ризику. Отже, чим більше будуть значення питомої ваги та вірогідності дії різних факторів ризику, тим більше буде потреба спрямувати зусилля держави на стримування та зниження рівня ризиків.

Порогові рівні зниження соціальної безпеки характеризуються гранично допустимим зниженням рівня і якості життя основної маси населення, за межами якого виникає небезпека неконтрольованих соціальних, трудових, міжнаціональних та інших конфліктів; створюється загроза втрати найбільш продуктивної частини

національного «людського капіталу» внаслідок негативної демографічної ситуації.

Визначення кола життєво важливих порогових рівнів пов'язано з тим, що у кожній державі є певний набір критичних параметрів, порушивши які воно втрачає свою самостійність і може перестати існувати як таке. Серед основних з таких параметрів для України є проведення політики збереження населення, яка здатна подолати негативні демографічні тенденції та подолати смертність населення. Вирішення цієї проблеми стикається з необхідністю розвитку на якісно новому рівні медичного забезпечення населення. Не менш важливою є і проблема подолання бідності та розшарування населення, які досягли в Україні крайньої межі та на думку фахівців, можуть призвести до появи каст.⁶¹ Особливої уваги потребує необхідність досягнення соціальної безпеки працюючих, і перш за все, рівня заробітної плати, умов праці та соціального забезпечення. Досягнення гідного рівня і якості життя населення, які задовольняють сучасним світовим стандартам. Підтримання та збереження необхідних параметрів якості соціального середовища, яке безпосередньо впливає на безпеку особистості і можливість її розвитку (злочинність, безпека життєдіяльності та ін.). Здатність протистояти міграційному відтоку населення з території країни і в межах, які підтримують міграційний приплив.

Це вимагає розробки соціальної стратегії заснованої на системному підході, яка б дала можливість створити умови для самореалізації населення країни ,в цих дуже непростих умовах, при обмежених внутрішніх і зовнішніх ресурсах. В основі даної соціальної стратегії має лежати збереження соціальної безпеки країни як основи стабільного та успішного розвитку держави та поєднання інтересів держави, суспільства і особистості. Для цього, соціальну стратегію треба розглядати у трьох площинах: перша - інституціональна – має безпосереднє відношення до формальних інститутів і чинних норм, друга характеризує якість соціальної структури, третя – рівень людського потенціалу.

Інституційна система характеризується через чотири функції: стабілізаційну, адаптаційну, інноваційну і інтеграційну.

Стабілізаційна функція дозволяє визначити, як рівень інститутів і норми забезпечують стабільність і стійкість економіки країни, визначають якість життя

⁶¹ Любомира Коваль. Якість життя в Україні . Оцінка експертів.//Урядовий кур'єр.- 2017р.[Електронний ресурс] <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/yakist-zhittya-v-ukrayini-ocinki-ekspertiv/>

населення, та обґрунтувати напрями удосконалення інститутів та норм.

Адаптаційна функція, полягає в здатності інститутів суспільства своєчасно і конструктивно відповідати на соціальні і природні катаклізми, на глобальні виклики з боку світової спільноти. Дія цієї функції повинно забезпечувати стійкість і безпеку країни в період нестабільного середовища.

Інноваційна функція безпосередньо пов'язана з економічною безпекою та має значення для успішного соціально-економічного розвитку держави в сучасному світі. Так, в сучасних умовах збільшується розрив між рівнями життя населення країн, що йдуть по шляху модернізації, і країн переважно сировинної орієнтації. Економіка, орієнтована на сировину, не тільки обмежує можливості економічного розвитку, а й призводить до подальшої поляризації доходів і загострення соціальних проблем.

Сенс інтеграційної функції полягає в сприянні за допомогою інституційної системи і нормативного регулювання культурної та соціальної інтеграції самих різних співтовариств: етнічних груп, релігійних конфесій, різних поколінь і т.п.

Говорячи про інтеграційні функції діючих інститутів, важливо підкреслити, що система соціальної безпеки створюється не тільки для того, щоб реагувати на загрози державним інтересам. Дієвий механізм досягнення соціальної безпеки складається з обліку всієї сукупності суспільних, державних і особистих інтересів в їх балансі і взаємодії.

Другий площина, яка забезпечує системний підхід - це характеристика якості соціальної структури. Даний параметр має тісний зв'язок з інституційним, але дозволяє відстежувати насамперед структурні зміни суспільства. В ідеалі соціальна структура покликана забезпечувати відносну рівність життєвих шансів людей і помірні масштаби бідності, мінімізувати несправедливі соціальні нерівності. Однак численні дослідження показують, що поки жодне з цих умов в Україні не виконується, і стан соціальної структури зараз не може відповідати вирішенню завдань соціальної безпеки.

Людський потенціал суспільства, який складається з соціально-демографічного потенціалу суспільства, соціоекономічного та соціокультурного компонентів людського потенціалу – третя площина соціальної стратегії – найменш керована сфера, вплив на яку може здійснюватися тільки через соціальну структуру, на яку, в свою чергу, впливає інституційна система.

Досягнення соціальної безпеки, на основі соціальної стратегії та включення всіх аспектів системного підходу, буде сприяти цілісності і стійкості функціонування і розвитку соціуму в цілому, забезпеченню захисту від загроз життєво важливих інтересів людини.

У всьому різноманітті проблем соціальної безпеки країни особливе місце займає регіональний аспект. Соціальна безпека регіону це не тільки реальна захищеність від соціальних загроз, а й сукупність заходів, що забезпечують передумови для стабільного розвитку соціуму, високу якість соціального управління та досягнення оптимального співвідношення інтересів.

Регіональний рівень вирішення проблем передбачає вироблення певної регіональної політики соціальної безпеки, як частини загальної соціальної стратегії, яка включає:

- виділення і аналіз економічного механізму забезпечення соціальної безпеки які обумовлені її властивістю зв'язувати в собі елементи, що належать обом сферам розвитку території – економічній і соціальній;
- проведення постійного соціологічного моніторингу для комплексного аналізу соціальної безпеки регіону;
- розробку програм по виявленню негативних обставин і попередження виникнення нових загроз.

При цьому, саме регіональний рівень вирішення проблем соціальної безпеки дозволяє виділити найбільш економічно та соціально вразливі демографічні та професійні групи населення і досягти адресності соціальних пільг та гарантій. Отже, актуальність питань соціальної безпеки обумовлена поширенням соціальних загроз, пов'язаних зі зниженням рівня і якості життя населення, відсутністю або неефективністю механізмів подолання бідності, скороченням тривалості життя і збільшенням смертності, підвищенням рівня безробіття в країні та кризи довіри населення. В сукупності ці загрози можуть порушити межі стабільності розвитку соціуму та привести до незворотних наслідків. Тому, визначення порогових рівнів соціальної безпеки дозволяє перешкоджати наростанню негативних тенденцій збалансовувати інтереси та досягати соціальної взаємодії. Соціальна безпека, як система, вимагає реалізації і підтримки високого ступеня інтеграції всіх частин і підсистем, не тільки тих, з яких складається, а і взаємопов'язаних систем (економічної, політичної та ін.) та сама є складовою національної безпеки розвитку держави.

1.5. Вітчизняне сільське господарство як ресурсна основа для розвитку харчової промисловості в контексті вирішення глобальної продовольчої проблеми

Вирішення продовольчої проблеми вимагає формування продовольчого фонду, достатнього для задоволення потреб населення в основних видах харчової продукції. Головну роль у формуванні продовольчого фонду будь-якої країни відіграє національне сільське господарство. Україна має значні сільськогосподарські ресурси, однак існують і проблеми розвитку сільського господарства, які негативно впливають на вирішення продовольчої проблеми. В Україні сільське господарство є провідною сферою національної економіки, в якій зайнято значна частка населення. Його роль в національній економіці визначається таким: забезпечення потреб держави у продовольстві; забезпечення продовольчої незалежності й економічної безпеки; розвиток експортного потенціалу; підвищення матеріального добробуту населення. Розвиток сільськогосподарського сектору залежить від розміру інвестицій, форм організації господарства, використання традиційних або інноваційних технологій, а також від низки природних та біологічних чинників. Тому аграрний сектор є одним із найбільш ризикових секторів економіки.

Аналіз проблем розвитку сільського господарства України здійснювала низка дослідників: Безп'ята І.В.⁶², Дем'яненко М.Я., Кісіль М.І., Лупенко Ю.О.⁶³, Мельник А.О.⁶⁴, Назаренко І.М.⁶⁵ та ін. Незважаючи на значний доробок вітчизняних та зарубіжних учених, нині недостатньо досліджень, присвячених вивченню потенціалу сільського господарства України як ресурсної основи для розвитку харчової промисловості в контексті вирішення глобальної продовольчої проблеми.

Земля є основою розвитку сільського господарства. Загальна земельна площа України на 01.01.2016 р. складала 60354,9 тис. га, з яких 42726,4 тис. га, або 70,8 %, – сільськогосподарські угіддя. При цьому Україна володіє 1/3 світових запасів найродючіших чорноземів, які є найбільш сприятливі для вирощування сільськогосподарських культур. У структурі сільськогосподарських угідь України рілля займає 76,2 % (32,5 млн. га), що значно більше, ніж у європейських країнах і США (табл. 1).

Таблиця 1.

Структура сільськогосподарських угідь України та інших країн світу⁶⁶

Країна	Всього сільськогосподарських угідь, млн. га	у тому числі			
		рілля, млн. га	% ріллі у складі сільгоспугідь	Природні кормові угіддя, млн га	% природних кормових угідь у складі сільгоспугідь
Україна	42,7	32,5	76,1	7,8	18,3
Австрія	3,5	1,4	40	2,0	57,1
Білорусь	9,4	5,6	59,6	3,1	33
Велика Британія	17,6	5,7	32,4	11,1	63,1
Іспанія	30,2	13,7	45,4	10,3	34,1
Канада	73,4	45,7	62,3	27,9	38
Німеччина	17,1	11,8	69	5,2	30,4
Польща	18,7	12,6	67,4	4,0	21,4
Росія	210,2	122,6	58,3	78,0	37,1
Румунія	14,8	9,4	63,5	4,8	32,4
США	426,9	173,5	40,6	239,2	56
Франція	30,3	18,5	61,1	11,1	36,6
Швейцарія	1,6	0,4	25	1,1	68,8

⁶². Безп'ята І.В. Особливості залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор економіки // Економіка і суспільство. — 2016. — Вип. No 4. — С. 67—71.

⁶³. Стратегічні напрями інвестиційного забезпечення розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / Ю.О. Лупенко, М.Я. Дем'яненко, М.І. Кісіль [та ін.]; за ред. Ю.О. Лупенка та М.І. Кісіля. — К.: ННЦ ІАЕ, 2012. — 66 с

⁶⁴. Мельник А.О. Напрямки трансформації зовнішньоекономічної політики аграрної сфери в Україні і світі // Формування глобальних і регіональних ринків сільськогосподарської сировини та продовольства: монографія під ред. Ю.О. Лупенка, М.І. Пугачова: К. : ННЦ «ІАЕ», 2015. — С.256-284.

⁶⁵. Назаренко І.М. Аналіз інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств регіонів України // Проблеми економіки. — 2015. — No 4. — С. 136 - 143.

⁶⁶. Eurostat. Retrieved from: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/browse-statistics-by-theme>

За часткою природних кормових угідь у загальній площі сільгоспугідь (18,3 %) Україна значно поступається іншим країнам світу – в більшості європейських країн цей показник коливається в межах 30–40 %, а у Великій Британії і США становить 63,1 і 56,0 % відповідно. Усе це свідчить про високий рівень розорюваності земель, що обумовлює значне навантаження на ґрунтовий покрив та його ерозію

Українські землі характеризуються високим рівнем природного ресурсного потенціалу. Високий рівень придатності для вирощування всіх традиційних для України зернових культур мають 29,5 млн. га (93,8 % загальної площі орних земель). Із них землі, придатні для вирощування озимої пшениці, становлять 27,1 млн. га, ячменю – 28,1 млн. га, кукурудзи – 17,6 млн. га, соняшнику – 14,3 млн. га, цукрових буряків – 7,0 млн. га. Сільськогосподарське виробництво в Україні ведеться на особливо цінних землях, загальна площа яких становить 14,9 млн. га., або 36 % від площі сільськогосподарських угідь, у т.ч. у складі орних земель їх налічується 43,7 %⁶⁷

Економічна ефективність використання сільськогосподарських угідь в Україні характеризується позитивною динамікою (табл. 2). Зростає виробництво продукції рослинництва, врожайність сільськогосподарських культур, їхні валові збори.

Таблиця 2.

Показники розвитку рослинництва в Україні⁶⁸

Показник	2000	2005	2010	2016	%
Урожайність сільськогосподарських культур, ц/га					
Зернові культури	19,4	26,0	26,9	46,1	238
Цукрові буряки (фабричні)	176,7	248,2	279,5	481,5	272
Соняшник	12,2	12,8	15,0	22,4	184
Картопля	121,6	128,4	132,5	165,8	136
Овочі	112,3	157,1	173,6	210,5	187
Плоди та ягоди	38,4	63,7	78,2	101,9	265
Валовий збір сільськогосподарських культур, тис. тонн					
Зернові культури	24459,0	38015,5	39270,9	66088,0	270
Цукрові буряки (фабричні)	13198,8	15467,8	13749,2	14011,3	106
Соняшник	3457,4	4706,1	6771,5	13626,9	394
Картопля	19838,1	19462,4	18704,8	21750,3	110
Овочі	5821,3	7295,0	8122,4	9414,5	162
Плоди та ягоди	1452,6	1689,9	1746,5	2007,3	138
Валова продукція рослинництва у постійних цінах 2010 р., млн. грн.	92838,9	114479,9	124554,1	185052,1	199

⁶⁷ Заяць В. М. Розвиток ринку сільськогосподарських земель : монографія / В. М. Заяць. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 166 с.

⁶⁸ Сільське господарство України 2016. Статистичний збірник / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

Майже вдвічі зросла урожайність усіх основних культур (за винятком картоплі), це обумовило суттєве зростання валового збору, особливо соняшнику – майже у 4 рази, та зернових культур – у 2,7 рази. Валова продукція рослинництва збільшилася у два рази.

Тваринницька галузь також мала позитивну динаміку розвитку, однак у меншій мірі (табл. 3). Обсяг продукції тваринництва за 2000-2016 рр. у цінах 2010 р. збільшився лише на 20%, однак порівняно з 2010 роком валова продукція зменшилася. Виробництво м'яса в цілому збільшилося на 40%, однак це відбулося за рахунок м'яса птиці, обсяг якого збільшився у 6 раз. Виробництво найбільш цінної групи м'яса великої рогатої худоби (яловичини та телятини) скоротилося на половину. Зменшилося також виробництво молока.

Таблиця 3.

Показники розвитку тваринництва в Україні⁶⁹

Показник	2000	2005	2010	2016	%
Валова продукція тваринництва у постійних цінах 2010 р., млн. грн.	58183,3	65125,9	70332,4	69588,4	120
М'ясо (у забійній масі), тис.т	1662,8	1597,0	2059,0	2323,6	140
яловичина та телятина	754,3	561,8	427,7	375,6	50
Свинина	675,9	493,7	631,2	747,6	111
м'ясо птиці	193,2	496,6	953,5	1166,8	604
баранина та козлятина	17,2	16,2	21,0	13,4	78
Молоко, тис. т.	12657,9	13714,4	11248,5	10381,5	82
Яйця, млн. шт.	8808,6	13045,9	17052,3	15100,4	171
Вовна, т.	3400	3195	4192	2072	61
Середній річний удій молока від однієї корови, л	2359	3487	4082	4735	201
Середній річний настриг вовни від однієї вівці, кг.	3,0	3,5	3,4	2,8	93

Отже, показники розвитку тваринництва значно гірші, ніж в рослинництві, що виступає гальмом для формування ресурсної бази низки галузей харчової промисловості.

Незважаючи на те, що сільське господарство України розвивається, воно має низку проблем, що позначаються на можливостях розвитку харчової промисловості. До таких проблем слід віднести, *по-перше*, низьку продуктивність і рослинництва, і тваринництва. Хоч урожайність основних сільгоспкультур зростає, вона значно відстає від досягнутого рівня в країнах-членах ЄС та США. Так, в Україні в 2017 р. урожайність пшениці була на рівні 41 ц./га, в той час як в Європі середня врожайність досягає 60 ц/га. Річний удій молока від однієї корови в Україні не досягає 5 т., в європейських країнах він на рівні 6,5-7 т., а в США – перевищив 10 т. Низька продуктивність аграрного виробництва знижує валовий випуск

⁶⁹ Сільське господарство України 2016. Статистичний збірник /Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

сілськогосподарської продукції та обумовлює високі витрати виробництва і ціни на неї.

По-друге, значний обсяг сілськогосподарського виробництва здійснюється в господарствах населення. У 2016 р. тут вироблялося 39% продукції рослинництва та більше 54% продукції тваринництва⁷⁰. Виробництво у господарствах населення є менш продуктивним та менш якісним, оскільки тут нижчий рівень механізації та використання новітніх технологій, значно нижчий рівень контролю за якістю. Це обумовлює низьку якість сировини для харчової промисловості.

По-третє, має місце значна розбіжність у рентабельності різних видів сілгосппродукції. Якщо продукція рослинництва в основному є рентабельною (у 2015-2016 рр. рентабельність виробництва пшениці складала майже 40%, соняшника – 60-70%, цукрових буряків – 25%, а плодів, ягід, винограду – 50-90%), то вирощування ВРХ, овець та кіз було збитковим (рентабельність становила -30, -40%, навіть виробництво птиці мало або низьку, або від'ємну рентабельність. Це зумовлено техніко-технологічною відсталістю господарств та низькою продуктивністю тварин і призводить до згорнення виробництва продукції тваринництва, що підриває ресурсний потенціал багатьох галузей харчової промисловості.

По-четверте, на сучасному етапі в Україні експортується значна кількість сілськогосподарської продукції у непереробленому вигляді. Так, у товарній структурі експорту сілськогосподарської та продовольчої продукції переважає натуральна продукція рослинництва. У 2016 р. вона складала 53%, в тому числі зернові культури – 40%, жири та олії тваринного або рослинного походження – 26%. Частка готових продуктів харчування знижується, у 2016 р. вона становила лише 16%, хоч у 2010 р. вона складала 25,9%⁷¹. Надмірний експорт сілськогосподарської сировини звужує ресурсні бази вітчизняної харчової промисловості та вказує на недостатньо виважену й ефективну політику стосовно комплексного й збалансованого розвитку агропромислового комплексу України, що негативно позначається як на добробуті населення, так і на доходах державного бюджету.

Незважаючи на зазначене Україна має сприятливі базові умови для розвитку харчової промисловості у вигляді розвиненого сілського господарства, яке спирається на потужні природні ресурси та сприятливий для агровиробництва клімат.

Підвищується роль вітчизняної харчової промисловості і в контексті викликів глобалізації. Розглянемо лише два аспекти цього процесу: участь у глобальних ланцюжках створення вартості та у вирішення глобальної продовольчої проблеми.

Участь у глобальних ланцюжках створення вартості. Процеси міжнародного розподілу праці та глобалізації посилили процеси фрагментації

⁷⁰ Там само, с. 46.

⁷¹ Там само, с. 30.

виробництва та взаємопов'язаності економік різних країн. А лібералізації зовнішньої торгівлі, активізація міжнародного руху капіталів, розвиток транспортної, фінансової інфраструктури, комунікаційних та інформаційних систем, прискорення темпів технологічних змін створили необхідні передумови для формування глобальних ланцюгів створення вартості (ГЛСВ). Ланцюг створення доданої вартості включає всі бізнес-процеси, які повинні бути виконані від моменту проектування товару, запуску у виробництво до постачання кінцевого продукту споживачам. У складі доданої вартості можуть бути наукові розробки, консалтинг, навчання, впровадження, маркетинг тощо. На сьогоднішній день такі ланцюги є основою міжнародного виробництва, рушійною силою світової торгівлі та драйвером економічного розвитку країн, які приймають участь у ГЛСВ. Дослідники відзначають, що країни, які були включені в глобальні ланцюги створення доданої вартості, здебільшого у виробничі ланцюги ТНК, мали прискорення економіки⁷². Тому вітчизняним підприємствам необхідно більш активно включатись у глобальні ланцюги доданої вартості.

Згідно з теорією вертикальної спеціалізації, яка була запропонована Д. Хуммельсом⁷³ у 2001 р., існує три умови існування ГЛСВ: 1) процес виробництва кінцевої продукції складається з декількох етапів; 2) дві або більше країн послідовно створюють додану вартість у процесі виробництва кінцевої продукції; 3) принаймні одна країна використовує в процесі виробництва проміжну продукцію імпортного походження, яка надалі стає частиною експорту до третіх країн або до країн її походження.⁷⁴ Дослідження вітчизняними науковцями можливості участі галузей промисловості України у ГЛСВ показує, що харчова промисловість має кращі можливості для цього, ніж інші галузі (окрім металургійної). Так, розрахункові значення показників імпортої компоненти в експорті (ICE) та частки галузі у валовому експорті (IEd) за період 2009-2015 рр. для виробництва харчових продуктів; напоїв та тютюнових виробів становили 48,5(ICE) та 10,22(IEd), лише металургія мала кращі значення і співвідношенні цих показників (відповідно 67,55 і 20,5), інші види промислової діяльності мали низьку частку у валовому експорті.⁷⁵

Обсяг доданої вартості в харчовій промисловості зростає (табл. 4), за 5 років вона збільшилася на 50,8%. Її частка у вартості виробленої продукції змінювалась і складала близько ¼ частини. Якщо порівняти з переробною

⁷² Самойленко Л.Б. Вплив глобальних ланцюгів доданої вартості на українську індустрію інформаційних технологій/ Л.Б. Самойленко // Ефективна економіка. - 2016.- № 3. // <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4834>

⁷³ Hummels D., J. Ishii and K.-M. Yi (2001) "The nature and growth of vertical specialization in world trade", *Journal of International Economics*, Vol. 54. – № 1. – P. 75–96

⁷⁴ Конрад Ю.В., Мельник Т.М. Промисловість України у глобальних ланцюгах створення вартості/ Економіка і суспільство. - Випуск № 8 / 2017. – С. 153- 159.

⁷⁵ Конрад Ю.В., Мельник Т.М. Промисловість України у глобальних ланцюгах створення вартості/ Економіка і суспільство. - Випуск № 8 / 2017. – С. 157.

промисловістю в цілому, то там показники доданої вартості дещо кращі: у переробній промисловості її обсяг зріс на 51,5%, а частка становила 25%.

Таблиця 4

Додана вартість та її частка у вироблені продукції харчової промисловості⁷⁶

Роки	Обсяг виробленої продукції, млн. грн.	Додана вартість за витратами виробництва, млн. грн.	Частка доданої вартості у виробленій продукції, %
2012	274651,2	68287,0	24,9
2013	252871,9	40944,9	16,2
2014	301704,3	86142,4	28,6
2015	389124,5	95568,0	24,6
2016	452129,4	102973,1	22,8
2016 у% до 2012	164,6	150,8	X

Отже, підприємствам харчової промисловості необхідно нарощувати обсяги доданої вартості та забезпечити зростання її частки у валовій продукції. Це можна шляхом поглибленої переробки сільськогосподарської сировини, розширення асортименту продукції, використання більш складних технологій виготовлення продуктів харчування з метою підвищення якості.

Участь у глобальних ланцюгах доданої вартості дає українським виробникам такі можливості як: 1) доступ до глобальних ринків та розширення збуту; 2) модернізацію технологій, що обумовлює якісні і кількісні зміни в людському капіталі за рахунок освоєння нових компетенцій; 3) залучення прямих іноземних інвестицій.

На необхідність інтеграції до світових ланцюгів доданої вартості сказано і в проекті Стратегії розвитку промислового комплексу України на період до 2025 року. Однак для цього в харчовій промисловості України необхідно забезпечити розвиток міжнародної кооперації та міжнародної торгівлі, підвищення технологічного рівня виробництва і якості товарів, спрощення зовнішньоекономічних торгових процедур (митні та пограничні процедури), покращення логістики.

Харчова промисловість України робить вагомий внесок у *вирішення глобальної продовольчої проблеми*. Україна є одною з провідних країн світу, яка забезпечує власні потреби у багатьох видах продовольства та експортує майже 30% обсягу виробленої в АПК продукції.

Враховуючи те, що за прогнозами попит на їжу зросте до 2050 року на 70% виникає потреба в виробництві близько 1 млрд. тон злакових понад існуючого обсягу. Цей виклик адресований передусім Україні, адже вона стоїть на третьому місці в світі за їх експортом. А якщо врахувати, що ЄС – це союз групи окремих країн, а США перевершують нас за площею майже в 16 разів, то Україна є найпродуктивнішою в цьому плані країною (рис. 1).

⁷⁶ Діяльність суб'єктів господарювання 2016. Статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2017. – С.320, 323.

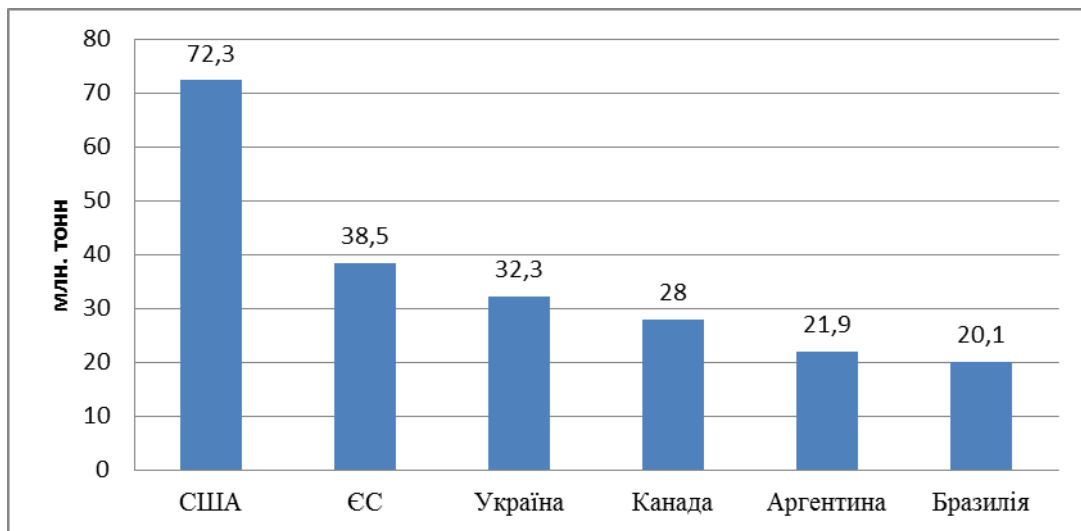


Рис. 1. Обсяги експорту зернових у світі у 2015 році ⁷⁷

Від поставок з України агропродовольчої продукції безпосередньо залежать стан харчування населення деяких регіонів світу, особливо Близького Сходу. Це робить інвестиції в АПК нашої країни питанням глобальної продовольчої безпеки. Тому Світовий банк працює над програмою вкладень коштів в АПК України, відводячи їй ключову роль у вирішенні проблеми глобального голоду. Це означає, що необхідно не лише нарощувати обсяги виробництва продукції сільського господарства і харчової промисловості, але й збільшувати обсяг її експорту.

Слід відзначити, що вітчизняна харчова промисловість має значний експортний потенціал. Сукупний обсяг експорту харчової промисловості у 2016 році склав 15253 млн. дол. (45,4% загального обсягу експорту), порівняно з 2011 роком він зріс на 19%. Однак найбільший обсяг експорту цієї продукції був досягнутий у 2012 році – 17906 млн. доларів США, що на 17% було більше рівня 2016 р.

Таке зниження експорту обумовлено в основному втратою ринків Росії. Позитивним є відновлення у 2016 р. темпів зростання експорту продовольстві після трьох років його падіння.

Україна є також імпортером продовольства, яке складає конкуренцію вітчизняній харчовій промисловості. Зменшення імпорту за 2012-2016 рр. на 40% в цілому позитивно позначилися на розвитку вітчизняної галузі. Коефіцієнт покриття експортом імпорту у 2016 р. порівняно з 2011 р. зріс на 95,5% і склав 3,95 (табл. 5.).

Безмитні квоти на ввезення деяких товарів харчової промисловості в країні ЄС у 2016 році українські виробники повністю використали, а саме за п'ятьма групами товарів: мед натуральний, цукор, крупи та борошно, виноградний та яблучний соки, кукурудза.

⁷⁷ Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.worldbank.com

Харчова промисловість України має значні досягнення в експортній діяльності.

Таблиця 5.

Експорт та імпорт продукції підприємств харчової промисловості⁷⁸

Показник	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Імпорт продовольства та сировини для його виробництва, млн. дол. США*	6347	7514	8187	6052	3407	3862
Темпи зростання імпорту продовольства та сировини для його виробництва, у % до попереднього року*	110,1	118,4	109,0	73,9	56,3	113,4
Частка продовольства та сировини для його виробництва в загальному обсязі імпорту*, %	7,4	8,4	9,6	9,9	8,8	9,6
Експорт продовольства та сировини для його виробництва, млн. дол. США*	12804	17906	17039	16671	14479	15253
Частка продовольства та сировини для його виробництва в загальному обсязі експорту*, %	18,4	25,5	26,2	30,2	40,9	45,4
Темпи зростання експорту продовольства та сировини для його виробництва, у % до попереднього року*	128,9	139,8	95,2	97,8	86,85	105,3
Коефіцієнт покриття експортом імпорту	2,02	2,38	2,08	2,75	4,25	3,95
Експортна квота*	0,08	0,1	0,09	0,13	0,16	0,16
Імпортна квота*	0,04	0,04	0,04	0,05	0,04	0,04

Незважаючи на втрату ринку Росії і проблеми транзиту через її територію у країни СНД, українські виробники розширюють географію своїх зовнішніх поставок. Компанії шукають вихід на зовнішні ринки також через падіння попиту в Україні. Якщо раніше внутрішній ринок був більш привабливою з точки зору маржі, оскільки було зростання попиту, то сьогодні ціни не мають більше такої можливості до збільшення через обмеженість купівельної спроможності населення.

Експортний потенціал харчової промисловості робить її привабливою для інвесторів. Однак, для підвищення ефективності капіталовкладень українській харчовій промисловості необхідно змінювати пріоритети своєї діяльності, модернізувати виробництво, запровадити сучасний маркетинг та менеджмент для гнучкого пристосування до мінливої кон'юнктури зовнішнього ринку.

1.7. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму та стратегічні вектори для України

У сучасних умовах глобалізації та інтернаціоналізації туристична галузь посідає важливе місце у світовому економічному просторі, оскільки є не тільки прибутковою сферою діяльності, а й засобом міжкультурної

⁷⁸ Платіжний баланс і зовнішній борг України за 2010—2015 роки. Сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.bank.gov.ua.

* власні розрахунки

комунікації людей з різних країн та регіонів світу та формування в них світогляду та розуміння перспектив розвитку людства. Це особливо підкреслює актуальність дослідження світового ринку туристичних послуг в умовах українських реалій та з точки зору підготовки фахівців з туристичного бізнесу у закладах вищої освіти.

Аналізуючи основні тенденції функціонування туристичної галузі у найбільш розвинених країн світу можна сформулювати необхідні висновки для визначення перспектив розвитку туризму в Україні. Прогнози світової туристичної організації повинні стати ключовим вектором для подальшого розвитку туристичної галузі в нашій країні⁷⁹.

Значний внесок у вивчення світового ринку туристичних послуг зробили багато науковців та дослідників. У галузі міжнародних відносин проблемами розвитку міжнародного туризму займалися такі вчені, як А.Ю. Александрова, М.Б. Біржаков, Г.М. Долматов, О.О. Любіцева, М.П.Мальська, М.З.Мальський, М.М.Мацях, Д.В.Ніколаєнко, Е.А.Окладникова, А.А.Самойленко, Дж. К. Тейлор Н., А.Д.Чудновский, І.М.Школа тощо. Проте багато питань, що стосуються дослідження та аналізу світового ринку туристичних послуг, у тому числі на основі використання прогнозів Всесвітньої туристичної організації, залишаються недостатньо вивченими. Особливо це стосується проблем дослідження основних тенденцій світового ринку туристичних послуг та визначення стратегічних напрямів перспективних шляхів розвитку туристичної індустрії в Україні⁸⁰.

У сучасних реаліях мобільного світу, в якому все змінюється швидко навколо нас, глобалізаційні процеси глибоко проникли у більшість сфер людської діяльності, і туризм не є виключенням. Сучасна людина теж стає «глобальною» через легкий доступ до засобів масової інформації, який розповсюджує інформацію, культурні цінності, створює сучасний простір без меж, який є бажаним для більшості людей.

Це нове бажання бути в постійному русі, пізнавати нові й нові місця, випробувати свої можливості не вдома, а безпосередньо на новому місці. І таке складне бажання людини перетворилось на сучасний туризм, який є надзвичайно популярним сьогодні у всьому світі.

Отже, в основі всіх подорожей лежить бажання людини одержати незвичні враження, потяг до задоволення, насолоди, тобто гедоністичні мотиви. Адже сучасне розвинуте суспільство не тільки інформаційне, але й рекреаційне⁸¹. Чимало мислителів минулого вважали, що саме прагнення до задоволення є мотивом всіх людських дій. Задоволення як таке, насолода,

⁷⁹ Економіка України в глобальному і внутрішньому вимірі: монографія/ [Федоренко В.Г., Грищенко І.М., Новікова О.Ф. та ін.]; за ред. В.Г. Федоренка, І.М. Грищенка, Т.Є. Воронкової – К. : ТОВ «ДКС центр», 2017. – 344 с.

⁸⁰ В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули, у 2017 році [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

⁸¹ Дорогунцов С. І. Екологія:[навч.-метод. посіб.] //К.: КНЕУ. – 1999. – 152 с.

здатні представляти для індивіда цінність саму по собі та визначальним чином впливати на мотиви його вчинків. Пригодницький, екстремальний, карнавальний, фестивальний туризм здатний задовольнити ці людські потреби. А різноманітність вимог виступає рушійною силою розвитку туристичної галузі .

Філософія туризму – це, насамперед, філософське розуміння людини, яка перебуває в «полоні» туристичних подій.

«Туризм є однією з найважливіших рушійних сил економіки і одне з головних джерел зайнятості. Він сприяє поліпшенню умов життя мільйонів людей по всьому світу», - заявив Генеральний секретар Всесвітньої туристичної організації при ООН Талеб Ріфаї в Лондоні на відкритті виставки World Travel Market.

Туризм збільшує загальну економічну активність, і це збільшення активності є позитивним. Часто цей позитивний вплив на економічну активність неточно визначається як «користь» туризму, як це пояснюється нижче. Увагу тут зосереджено на міжнародному туризмі як важливому секторі потенційного зростання для багатьох країн⁸².

Швидке зростання туризму зумовлює збільшення доходів домогосподарств та державних надходжень через ефекти мультиплікаторів, поліпшення платіжного балансу та зростання туризму, що сприяє державній політиці.

В останні десятиліття широко вивчено взаємозв'язок між туризмом та економічним зростанням, як у розвинутих країнах світу, так і в країнах, що розвиваються. У цілому, існує причинно-наслідковий зв'язок між туризмом та економічним зростанням.

Міжнародна туристична індустрія країни може бути визначена як сума внутрішньої діяльності, яка безпосередньо підтримує споживання товарів та послуг іноземних туристів у країні^{83,84}.

Відповідно до визначення Всесвітньої туристичної Організації Об'єднаних Націй, міжнародний туризм включає діяльність осіб, які подорожують та залишаються в місцях, що знаходяться за межами постійних місць проживання на період, що не перевищує 12 місяців, для дозвілля, бізнесу та інших цілей.

На основі цього широкого визначення індустрія туризму включає в себе всі соціально-економічні види діяльності, які безпосередньо та / або опосередковано беруть участь у наданні товарів та послуг туристам.

Стандартна міжнародна класифікація туристичної діяльності (SICTA) визначає 185 заходів, пов'язаних з постачанням матеріальних благ та послуг,

⁸² Заячківська, Г. А. Закономірності функціонування ринку міжнародних туристичних послуг [Текст] / Г.А. Заячківська // Інноваційна економіка. – 2012. - № 32.6. – С. 182–187.

⁸³ Кожухівська, Р.Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку [Текст] / Р.Б. Кожухівська // Інноваційна економіка. – 2012. - № 29.3. – С. 43–49.

⁸⁴ Ольшанська О.В. Регіон як просторова соціально-економічна система / О.В. Ольшанська // Актуальні проблеми економіки.– 2011.– № 117.– Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/3731/1>.

які мають значні зв'язки з сектором туризму. До них відносяться послуги різних секторів, таких як транспорт та зв'язок, готелі та житло, продукти харчування та напої, культурні та розважальні послуги, банківська та фінансова діяльність, реклама.

Отже, туризм є однією з найбільших у світі галузей та категорій міжнародної торгівлі, що визначається вражаючою мережею соціально-економічної діяльності та інфраструктурою, необхідною для її підтримки^{85,86}.

Протягом декількох останніх десятиліть міжнародна туристична діяльність демонструє суттєве та стійке зростання як доходів, так і кількості туристів.

Міжнародні туристичні надходження сьогодні зросли до 7% від світового валового продукту, що в грошовому еквіваленті складає більше 1,3 млрд дол. США, і в подальшому прогнозується лише зростання цього сегменту послуг (рис.1).

Зростаюча кількість нових туристичних напрямків по всьому світу позитивно впливає на інвестування та розвиток регіонів.

Протягом останніх шестидесяти років туризм зазнав постійної експансії та диверсифікації та став одним із найбільш привабливих та найбільш зростаючих секторів економіки у світі.

Незважаючи на те, що основна частина міжнародної туристичної діяльності досі зосереджена в розвинутих країнах та регіонах Європи, Північної та Південної Америки, значне поширення нових туристичних ринків також спостерігається і в країнах, що розвиваються.

За даними Всесвітньої туристичної організації два традиційно найбільш привабливих для туристів регіони - Європа та Америка, у 1950 році привертали разом 96% світових туристів.

Однак до 2009 року ця цифра знизилася до 68% на користь країн, що розвиваються та знаходяться у різних регіонах Азії та Тихого океану, на Близькому Сході та в Африці.

Міжнародний туризм став одним з основних видів економічної діяльності та важливим джерелом надходжень в іноземній валюті та зайнятості в багатьох країнах цих регіонів. Саме тому розвитку туризму приділяється велика увага в національних стратегіях економічного зростання багатьох країн світу.

Питання удосконалення та подальшого стимулювання туристичної галузі включені до порядку денного багатьох міжнародних конференцій з проблем сталого розвитку.

⁸⁵ Туристичні потоки [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm.

⁸⁶ INTERNATIONAL TOURISM IN THE OIC COUNTRIES : PROSPECTS AND CHALLENGES 2010 [Електронний ресурс] // SESRIC. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.sesric.org/files/article/419.pdf>.

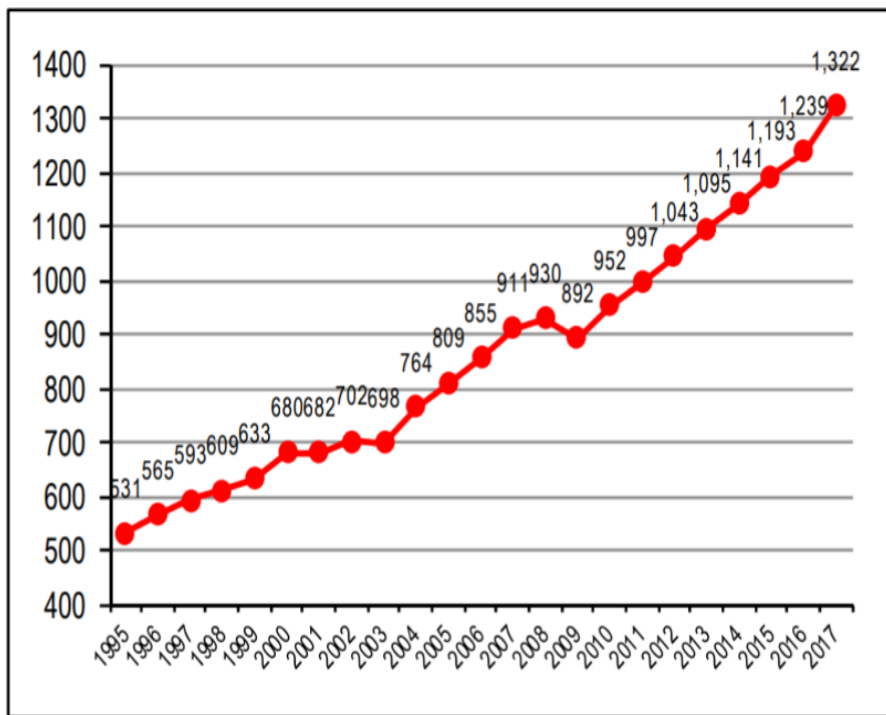


Рис.1. Міжнародні туристичні надходження (млн дол. США)
Джерело: UNWTO⁸⁷

Туризм завжди був і залишається основною категорією міжнародної торгівлі послугами. Окрім надходжень, отриманих у пунктах призначення, міжнародний туризм також сприяє розвитку і вдосконаленню інфраструктури різних країн світу.

Загальна кількість наданих послуг міжнародного пасажирського транспорту нерезидентам у 2017 році за даними Всесвітньої туристичної організації становить 4 млрд дол. США у грошовому еквіваленті. У цілому, світовий туризм сприяє зростанню обсягів світового експорту.

Розглядаючи помісячно прибуття міжнародних туристів протягом останніх років можна побачити найбільшу активність саме у літній період. Найвищий пік - це липень, серпень, а також новорічні свята (рис.2).

Варто відзначити, що саме така динаміка туристичних подорожей вже як стійка тенденція спостерігається саме на світовому рівні. Також ми вже можемо бачити позитивну динаміку на початку 2018 року, які на світовому рівні вищі ніж минулого року на початок календарного періоду.

Необхідно відмітити, що останнє десятиліття в цілому характеризується справжнім світовим туристичним бумом. Незважаючи на нестійку політичну світову ситуацію, посилення міжнародних конфліктів, туристи лише тимчасово змінюють свої вподобання та напрямки, але не відмовляються від подорожей. З січня по серпень 2018 року в туристичних напрямках у всьому світі було зареєстровано 901 млн міжнародних

⁸⁷ UNWTO Tourism highlights [Електронний ресурс] // unwto. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>.

туристських прибуттів, що на 56 мільйонів більше, ніж за той же період 2017 року.

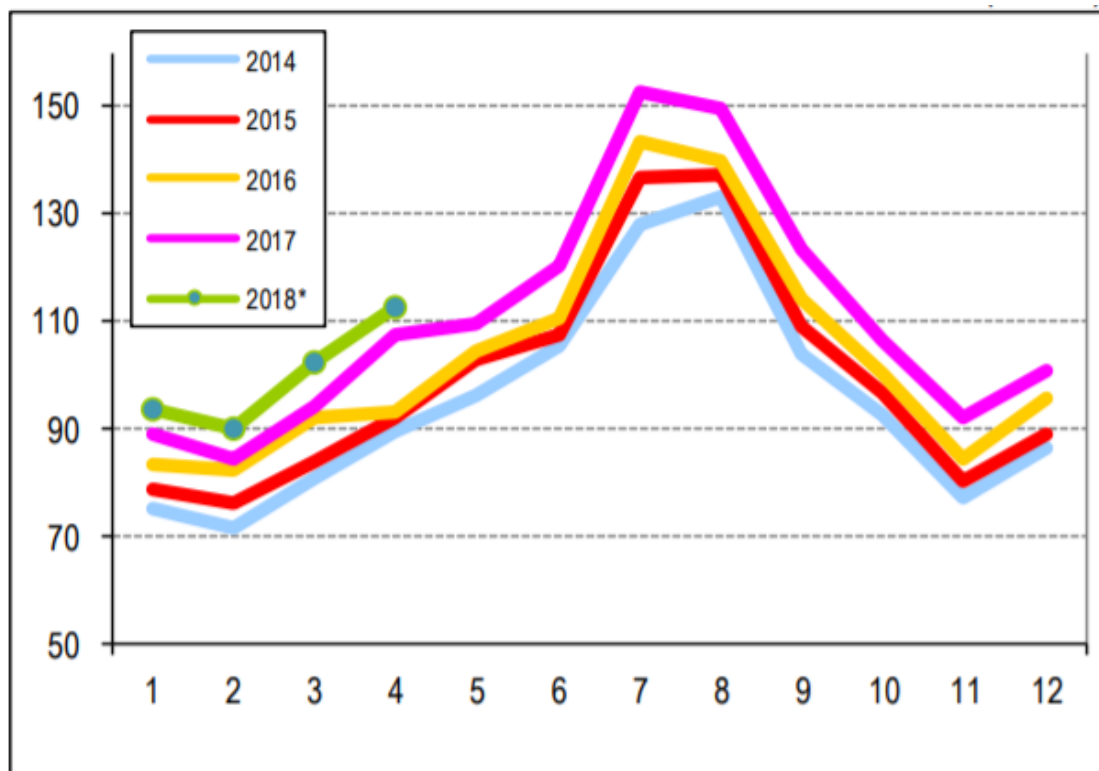


Рис.2. Міжнародні туристичні прибуття, динаміка по місяцям (млн дол.США)

Джерело : UNWTO⁸⁸

Йдеться про значне зростання обсягу туристичної галузі, яке складає 7%. Це набагато перевищує зростання, що спостерігалось в попередні роки. З огляду на оптимістичні прогнози на місяці, що залишилися, можна припустити, що 2018 рік стане для міжнародного туризму восьмим поспіль роком безперервного активного зростання⁸⁹.

Якщо говорити про показники зростання по регіонах, то за даними Всесвітньої туристичної організації, найбільш значне зростання спостерігалось в Африці (+ 9%) і Європі (+ 8%). В Азії і Тихоокеанському регіоні (+ 6%), на Близькому Сході (+ 5%), і в Американському регіоні (+ 3%)⁹⁰.

⁸⁸ UNWTO Tourism highlights [Електронний ресурс] // unwto. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://turizam.ide3it.com/Ak.god.%202017-18/MT_2017-2018/UNWTO%20Tourism%20Highlights%202016.pdf.

⁸⁹ UNWTO World Tourism Barometr [Електронний ресурс] // unwto. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: UNWTO Tourism highlights [Електронний ресурс]//unwto. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ttr.tirol/sites/default/files/2018-02/UNWTO%20Barometer%20Vol.%2016%20%28Januar%202018%29.pdf>

⁹⁰ UNWTO World Tourism Barometr [Електронний ресурс] // unwto. – 2018. – Режим доступу до ресурсу:

Ці значні результати були підтверджені експертами з усього світу, які брали участь в опитуванні в рамках підготовки Індексу довіри ЮНВТО. Вони надали розиткові туристичної галузі в період з травня по серпень 2018 року вельми високу оцінку. На думку опитаних експертів, прогноз на останні чотири місяці 2018 р залишається позитивним.

Якщо говорити про цілі туристичних подорожей, то за даними Всесвітньої туристичної організації у 2017 році вони були такими:

- 53% становили подорожі, спрямовані на відпочинок, оздоровлення та святкові поїздки;
- 27 % - подорожі, пов'язані з релігійними та медичними аспектами, а також відвідуванням рідних і близьких;
- 13% - ділові та професійні подорожі;
- 7% - інші причини подорожей.

За рівнем використанням транспортних засобів під час подорожей місця розподілились так:

- 55 % припадало на найбільш популярні у масовому використанні авіап перевезення;
- 39% - автотранспортні перевезення;
- 4% - водне транспортування (разом із круїзним туризмом);
- 2% - залізничні перевезення.

У подальшому прогнозується лише збільшення надходжень від міжнародного туризму. Зокрема Всесвітня туристична організація робить акцент на країнах, що розвиваються, як для пошуку нових шляхів їх розвитку, так із точки зору зацікавленості в них у міжнародних туристів.

Найбільше зростання туристичних потоків за регіонами очікується в Азії і в Тихоокеанському регіоні, де прогнозується збільшення прильоту до 331 мільйону осіб з перспективою досягнення 535 мільйонів до 2030 року (+ 4,9% на рік). Прогнозується, що Близький Схід та Африка більш ніж подвоять кількість заїзду туристів за цей період - з 61 до 149 млн осіб⁹¹.

За прогнозами у 2030 році частка країн, що розвиваються, у загальних надходження до світового ринку туристичних послуг складатиме 57% (у порівнянні з 35 %, які є на сьогодні). Саме тому орієнтація України на ефективне входження до світового ринку туристичних послуг є надзвичайно важливою.

Важливим також є питання інвестицій в туризм. Хоча інвестиції в послуги - це добре розвинена економічна діяльність у розвинутих країнах, вона все ще відстає у своєму розвитку в багатьох країнах, що розвиваються. Інвестиції у сервісно-орієнтовані проекти, особливо в галузі туризму, часто розглядаються в більшості країн, що розвиваються, як завдання високого

http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/files/ONT_2018-05-04_03047.pdf.

⁹¹ UNWTO World Tourism Barometr [Електронний ресурс] // unwto. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: UNWTO Tourism highlights [Електронний ресурс]//unwto. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ttr.tirol/sites/default/files/2018-02/UNWTO%20Barometer%20Vol.%2016%20%28Januar%202018%29.pdf>.

ризик. Відповідно, хоч вони можуть мати потенціал природного туризму, для деяких бідних та найменш розвинених країн все ще дуже важко отримати доступ до розумного фінансування своїх туристичних проектів навіть тоді, коли їм вдається вирішити проблеми ідентифікації та планування проектів.

З іншого боку, питання розробки послідовних стратегій в галузі туризму є однією з проблем, з якими стикаються багато країн, які все ще відчують труднощі в досягненні інтегрованої політики у сфері туризму, зважаючи на постійні конфлікти інтересів між державними департаментами та туристичними приватними агентствами. Це питання, як правило, у багатьох випадках пов'язане з відсутністю ефективного управління, регулювання та наявності інституціональних основ діяльності туризму.

Практично всі національні ринки повідомили про збільшення витрат на туризм у 2017 році, що свідчить про продовження значного попиту на міжнародний туризм у всіх регіонах світу. Як країни, що розвиваються, так і розвинуті країни стимулювали зростання, очолюване Сполученими Штатами Америки, де туристи витратили більше 12 млрд доларів на поїздки за кордон. Китайські туристи витратили ще 8 млрд доларів, бразильські - 5 млрд доларів. Високі витрати на туризм відображають посилення взаємозв'язку між візовим режимом та глобальним економічним підйомом.

Слід особливо відзначити, що сучасна міжнародна туристична діяльність продемонструвала зростаючу тенденцію до диверсифікації та змін. Це викликає складнощі для багатьох країн, у тому числі з відносно розвиненою туристичною галуззю, щоб уникнути швидких та складних потреб міжнародних туристів.

В умовах висококонкурентного міжнародного туристичного ринку та з огляду на появу нових туристичних напрямків, поліпшення умов, які сприяють розвитку сучасного туризму, це не є легким процесом. Нарешті, але не в останню чергу, це проблема недостатньої безпеки туризму в деяких країнах. У цьому контексті варто зазначити, що безпека туристів є основним чинником будь-якої успішної індустрії туризму і тому повинна стати однією з основних цілей планування та управління туризмом. Проблеми з безпекою туризму негативно впливають на репутацію приймаючих країн. У зв'язку з цим негативні сприйняття та політична нестабільність згубно впливають на перспективи розвитку туризму в багатьох країнах світу.

Проте, незважаючи на всі ці проблеми та на скромну частку країн, що розвиваються на світовому туристичному ринку, у цих країнах все ще існує широкий спектр можливостей для розвитку сталого міжнародного туристичного бізнесу. Це вимагає прийняття чітко визначених довгострокових стратегій, а також узгоджених планів та програм на національному рівні для короткострокових перспектив, які супроводжувались би процесом створення сприятливого середовища співпраці на регіональному рівні. У цьому контексті, актуальними будуть рекомендації, які можуть бути запропоновані як на національному рівні, так і на рівні міжнародної співпраці.

На національному рівні сприяння розвитку сталого туризму повинно бути невід'ємною частиною національних планів та стратегій розвитку. Цілі та програми дій з розвитку туризму повинні зосереджуватися на стимулюванні економічних, соціальних, культурних та екологічних стимулів туризму.

Стратегії сталого розвитку туризму слід конкретно окреслити та сформулювати за умов консультації з приватним сектором та іншими відповідними зацікавленими сторонами в галузі туризму. Проекти та стратегії розвитку туризму повинні враховувати та включати питання екологічної стійкості та подолання бідності. Уряди та приватний сектор повинні приділяти велике значення цим питанням.

На сьогодні в Україні склалась доволі непроста ситуація з точки зору розвитку міжнародного туризму та нашого місця на міжнародній арені. Складна політична ситуація, воєнні дії на сході країни, анексія АР Крим та економічна нестабільність - все це негативно впливає на стан туристичної індустрії в Україні. За даними Державної прикордонної служби найбільший пік відвідування України іноземними туристами припав на 2013 рік, уже в наступному році кількість іноземних туристів зменшилась у 2 рази⁹².

Протягом 2014-2017 років спостерігається незначна позитивна динаміка, але і сьогодні ця цифра не досягла рівня 2013 року. Лідерами з відвідування є туристи із сусідніх країн: Білорусі, Молдови, Польщі, Угорщини тощо. За метою – переважно це поїздки приватного характеру, а не туризм. Тому сьогодні необхідно зробити акцент на якісному представленні України саме на міжнародній туристичній арені.

Правильна маркетингова компанія, клієнтоорієнтованість на нові країни та завоювання абсолютно нових туристичних ринків може надзвичайно позитивно вплинути на стан економіки країни в цілому. І з огляду на таку позитивну світову динаміку та прогнози, необхідно якісно використати сучасну ситуацію та можливості⁹³.

Підсумовуючи, слід зазначити, що туристична галузь є ефективним засобом реалізації людських цінностей: свободи, гідності, дружелюбності, щирості, толерантності. Аксіологічний аспект туристичної діяльності є одним із вагомих визначень філософії туризму. Результатом короткотермінових поїздок є поглиблення власних уявлень про власні цінності та ціннісний світ іншого.

В залежності від наслідків міжлюдських контактів відбувається корекція ціннісних орієнтацій індивіда, перегляд власних уявлень про переваги чи вади «відмінного від твого» способу життя. Міжнародний туризм здатний розв'язувати цілу низку взаємопов'язаних проблем високого

⁹² Туристичні потоки [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm.

⁹³ Кожухівська, Р.Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку [Текст] / Р.Б. Кожухівська // Інноваційна економіка. – 2012. - № 29.3. – С. 43–49.

суспільного звучання. Одна із них – забезпечення інтеграції нашого «розірваного світу».

Завдяки прямим та спонтанним контактам, що здійснюють туристи-представники різних культур, туризм сприяє забезпеченню у світовій спільноті атмосфери добросусідства. Учасники таких зустрічей своїм спілкуванням витворюють альтернативну Інтернету живу мережу кроскультурної комунікації. Туристське спілкування – одна із універсальних форм міжособистісних зв'язків, яка перетворилася на важливий чинник, що визначає зміст життя людства.

З економічної точки зору, глобалізаційні процеси у туризмі проявляються у формуванні стратегічних альянсів і створенні глобальних гравців туристичної сфери (авіакомпанії, готельні мережі, туроператори), що супроводжується розширенням глобальних туристичних ринків, горизонтальною та вертикальною інтеграцією галузі та посиленням конкуренції серед існуючих туристичних напрямків у всьому світі.

Окрім цього існує вика кількість суперечливих думок щодо плюсів і мінусів глобального буму у туризмі, але це не зменшує попит на такий вид послуг. Туризм стає невід'ємною частиною сучасного світу та загального способу життя, є безпосереднім чинником економічної та соціальної глобалізації через його складний характер і вплив на всі інші людські сфери життя.

Світовий ринок туристичних послуг переживає підйом по всіх напрямках, і поява нових туристичних шляхів лише позитивно сприймається іноземними туристами. Найбільш активними залишаються туристи з Північної Америки, Європи, Східної Азії та інших найбільш платоспроможних країн та регіонів.

Підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі на світовому туристичному ринку є пріоритетом для багатьох країн. Для України це має стати також позитивним прикладом.

Поступове вдосконалення інфраструктури, заохочення внутрішніх та зовнішніх інвестицій в індустрію туризму, участь у міжнародних виставках та популяризація туристичного диверсифікованого продукту на різних рівнях в подальшому надасть можливість для існування в Україні високорентабельної туристичної сфери та допоможе зайняти нашій державі достойне місце на міжнародному ринку туристичних послуг.

1.8. Формування корпоративної культури туристичного підприємства в умовах економічної кризи

Вплив корпоративної культури на економічну безпеку підприємства

Явище корпоративної культури визначається сукупністю найбільш важливих положень, прийнятих членами підприємства, які одержують вираження в заявлених підприємством цінностях, які задають людям

орієнтири їх поведінки і дій. Корпоративна культура і ступінь її розвитку в сучасних умовах чинить сильний вплив на результати діяльності підприємства, позицію підприємства на ринку, а в сукупності на економічну безпеку.

Проблема взаємообумовленого розвитку економічної безпеки та корпоративної культури підприємства актуалізується ускладненням господарських зв'язків та посиленням конкурентного середовища у зв'язку з активним включенням національної економіки у світогосподарські зв'язки та глобалізацією.

Дослідження проблем корпоративної культури у сфері антикризового управління та економічної безпеки в даний час є гостроактуальним предметом уваги з боку топ-менеджменту.

Особливо це увагу зростає на порозі 2019 р., коли в Україні політологи та економісти побоюються економічної кризи, пов'язаної з швидким зростанням курсу національної валюти по відношенню до долара і євро.

Забезпечення зростання економіки, зміцнення конкурентних позицій підприємств на національному і світовому ринку вимагають переосмислення сформованих уявлень про сутність механізму взаємовідносин між корпоративною культурою, економічною безпекою та ефективністю підприємницької діяльності.

Проблематику корпоративної культури досліджували багато економістів, менеджери та управлінці. Кібанов А. Я. визначає корпоративну культуру як «набір найбільш важливих положень, що застосовуються членами організації та одержують вираження в заявлених організацією цінностях і нормах, які дають людям орієнтири їх поведінки і дій»⁹⁴.

С. П. Робінс американський автор серії книг з теорії організації та загального менеджменту образно розглядає корпоративну культуру як «соціальний клей, який допомагає утримувати цілісність організації за рахунок створення прийнятних стандартів мислення і поведінки»⁹⁵. Автор книги «Organization Theory: Tension and Change» Девід Джефі трактує корпоративну культуру як систему загальних переконань, вірувань і цінностей, що направляють і підтримують організаційну поведінку⁹⁶.

⁹⁴ Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень. – Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С. 64-71.

⁹⁵ Артеменко М.Г. Корпоративна культура: мотиви управлінської діяльності. - Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. – № 917. Серія: Філософія. Філософські перипетії. – 2010. – С. 91-99.

⁹⁶ Бала О.І., Муқан О.В., Бала Р.Д. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види. – 2010. – №682. – С. 11-15.

Корпоративна культура – це система матеріальних і духовних цінностей, проявів, взаємодіючих між собою, властивих цій компанії, що відображають її індивідуальність і сприйняття себе та інших у соціальному та матеріальному середовищі, що виявляється в поведінці, взаємодії, сприйнятті себе і навколишнього середовища⁹⁷. Вона дозволяє спрямувати колектив на ефективну роботу, якісно виконувати роботу і мати свою індивідуальність, атмосферу і відмінні характеристики від конкурентів, що є запорукою успіху, особливо в умовах кризи.

Криза впливає на організаційну культуру, адже часто в такому положенні проводять оптимізацію витрат: урізання зарплат, скорочення співробітників, що тягне за собою зміну корпоративного духу, настрою колективу, відношення до роботи. Якщо вжити заходів, пристосувати культуру до ситуації, вибудувати план дій і змін, підготувати колектив і керівника, саме корпоративна культура стане головним помічником у подоланні кризової ситуації.

В умовах корпоративної культури керівництву слід сконцентрувати свою увагу на таких інструментах організаційної культури як події, систему відкритого управління, навчання працівників і їх мотивацію, а так само соціальну відповідальність перед персоналом. Тобто корпоративна культура в умовах антикризового управління означає створення командного духу в компанії з допомогою гармонізації загальної мети з цілями персональними; прийняття відповідальності за результат команди; ситуаційне лідерство й гнучку зміну стилю у відповідності з особливостями завдання; прийняття єдиного командного вирішення та узгодження його з членами команди.

Сучасним керівникам, необхідно задуматися, як вижити в економічній кризі. На даний момент купівельна спроможність населення України падає, ціни на товари і послуги зростають, співробітники компаній налякані і перебувають у стані невизначеності.

Керівник стикається з двома основними проблемами, як вести себе і підняти корпоративний дух, вселити в працівників силу і віру, а також як утримати колектив і не втратити цінних співробітників.

Доцільно дотримуватися наступних рекомендації по підвищенню корпоративного духу в умовах кризи та для забезпечення економічної безпеки:

По-перше, розглянемо три моделі поведінки керівника в антикризовому управлінні:

- Зразковий лідер. Його поведінка відрізняється авторитетом, впливом, а дії чітко визначені антикризовою політикою компанії. Цю роль може виконувати як власник, так і найманий керівник

⁹⁷ Іваницька Н.Б. Концепції мотивування персоналу до формування корпоративної культури на машинобудівному підприємстві. – 2010. – №683. – с. 294-299.

- Непохитний лідер. Власник діє, впевнений, можливо проводить мозкові атаки, стратегічні сесії
- Соціальний лідер. Керівник проводить конференції, наради зі своїми співробітниками, скорочує дистанцію з колективом

По-друге, в ситуації кризи необхідно приділяти особливу увагу навчанню співробітників. Знання співробітників повинні бути актуальні і спрямовані на ефективну роботу.

Будь-яке навчання-це фінансові витрати, тому до форми навчання потрібно підійти серйозно і знайти малобюджетний варіант навчання: наставництво; майстер-класи досвідчених співробітників; інструктаж; відрядження; щоденні наради; стратегічні бесіди; обмін досвідом; самоосвіта; інтернет-конференції; дистанційне навчання; створення корпоративної бібліотеки.

В-третьє, мотивація персоналу необхідна, тим більше в умовах кризи. Опитування, проведене дослідницьким центром «SuperJob» показав, що мотивація персоналу - обов'язкова умова подолання кризи. Так як організація не може використовувати матеріальні методи мотивації, вдаються до нематеріальних, а саме: колективні заходи, змагання всередині організації, упор на дух компанії, спільний інтерес подолати кризу, показувати цінність кожного співробітника.

По-четверте, керівник прагне скоротити витрати і найчастіше необхідно вдаватися до скорочення штату. Але і таку неприємну процедуру можливо зробити безболісно як для співробітника, так і для організації. Тут може бути використана модель персоналу «20: 70: 10». Це означає, що 20% співробітників — це ключові фахівці, 70% — лінійний персонал, а 10% — працівники, які не приносять відчутної користі для компанії. Стратегія компанії в частині управління персоналом будується виходячи з цієї моделі⁹⁸.

По-п'яте, у сфері соціальної відповідальності посилити турботу про психологічне здоров'я. Колектив знаходиться у стані стресу і розрядження обстановки буде доречним. Проявляти увагу до важливих подій кожного співробітника (весілля, день народження), влаштовувати різні активні заходи, лотереї, фотоконкурси.

По-шосте, існують такі можливі елементи економічної безпеки⁹⁹:

1. Загрози економічній безпеці можуть виникнути в результаті зіткнення інтересів членів колективу.

2. Планована структурно-процесна схема забезпечення економічної безпеки підприємства базується на узгодженій взаємодії семи модулів -

⁹⁸ Лопухова К.О. Вплив корпоративної культури на соціальні процеси підприємства. – Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 31. – С. 216-219.

⁹⁹ Семикіна А. Корпоративна культура та її роль у розвитку трудового потенціалу. – Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. – 2010. – №15.

компонентів: виробництво, технологія, економіка, кадри, організаційна культура, інновації, регулювання.

3. Базовою метою забезпечення економічної безпеки підприємства є досягнення максимальної фінансової стійкості функціонування структурних підрозділів і визначення перспектив росту для досягнення завдань фінансово-господарської діяльності підприємства, поза підпорядкованості об'єктивних і суб'єктивних загрозам.

4. В цілях забезпечення економічної безпеки і захисту інтелектуальної власності на підприємствах необхідно вводити суворий порядок роботи з інформацією і доступом до неї, що включає в себе комплекс стратегічних, адміністративних, правових, організаційних, інженерно-технічних, соціально-психологічних заходів, що ґрунтуються на правових нормах і на організаційно-розпорядчих положеннях керівника підприємства.

Ефективне забезпечення економічної безпеки здійснюється такими інструментарно-технологічними засобами, як: прийняття комплексних виробничих, комерційних, фінансових рішень і режимних питань усіма зацікавленими підрозділами підприємства; здійснення оцінки інформації та об'єктів, що підлягають захисту; персоналізація відповідальності; формування і включення функціональних обов'язків робітників, вимог до умов праці, службових інструкцій спеціалістів і працівників адміністрації щодо дотримання умов безпеки в колективний договір, контракт, трудову угоду, правила трудового розпорядку; організацію уніфікованого діловодства, порядку зберігання, перевезення носіїв комерційної таємниці.

Важливість корпоративної культури, є очевидним фактом у всьому світі. Всі великі компанії мають сильну корпоративну культуру, спрямовану на головні цінності і принципи організації. Вміло використовуючи інструменти корпоративної культури, керівник може побудувати сильну, успішну команду з якою можливо подолати кризу і зберегти власну компанію.

Корпоративна культура як основний елемент менеджменту підприємства

Процеси глобалізації сучасного світу виступають каталізатором розвитку інтеграційної господарської діяльності на рівні суб'єктів господарювання, а зростаючий рівень міжнародної конкуренції змушує їх шукати шляхи об'єднання зусиль у боротьбі за виживання і досягнення більш високих ринкових позицій. Одним з основних елементів інституціоналізації ринкової економіки є розвиток корпоративного сектора. Однією з умов досягнення сталого розвитку є забезпечення економічної безпеки держави, тому перед Україною постала проблема створення ефективних інститутів і механізмів забезпечення її економічної безпеки. У науковій літературі категорія «економічна безпека» трактується по-різному. Узагальнене визначення. Економічна безпека підприємства – це стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання загрози забезпечення стабільного функціонування підприємства в даний час і в майбутньому. Як показує світовий досвід, високий рівень безпеки є

гарантією незалежності країни, визначальною передумовою стабільного розвитку економіки і суспільства. Сьогодні в Україні ефективними та найпоширенішими організаційно-правовими формами суб'єктів господарювання є товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ) 22,6% та акціонерні товариства, тобто корпоративні утворення, що актуалізує проблеми формування системи корпоративної безпеки підприємства.

Вибір стратегії корпоративної безпеки, яка покликана забезпечити досягнення бажаної мети підприємства, – кінцевий етап процесу її формування. Безпосередньому досягненню бажаного результату сприяє успішна реалізація стратегії. На жаль, етап реалізації стратегії у системі стратегічного управління вітчизняних підприємств часто недооцінюють, тим самим створюючи суттєві перешкоди для діяльності підприємств. Досвід зарубіжних країн показує, що корпоративні структури, найчастіше акціонерні компанії, є основою сучасної економіки. Акціонерна форма господарювання виникає, перш за все, для того, щоб концентрувати розрізнені капітали з метою більш продуктивного застосування. Надалі на перший план у діяльності акціонерних товариств висувається мінімізація виробничих витрат в умовах недосконалої конкуренції і максимально можлива реалізація переваг корпоративної організації бізнесу.

Економічна реалізація акціонерної форми власності полягає в двох взаємозалежних процесах. По-перше, у розвитку відносин спільного привласнення умов виробництва, що виникають на основі об'єднання індивідуальних капіталів, а по-друге, у привласненні доходу як кінцевого результату корпоративного підприємства. Корпоративна безпека включає в себе безліч понять, регламентів і систем: режим захисту комерційної таємниці, внутрішня робота із співробітниками з метою запобігання негативних явищ, бізнес розвідка і економічна безпека, інформаційно-аналітична робота в інтересах безпеки, технічний та фізичний захист майна та співробітників. Зазначене вище далеко не повний перелік напрямів роботи в забезпеченні безпеки крупного комерційного підприємства. Корпорації вибирають свої пріоритети в розвитку вищевказаних напрямків забезпечення безпеки, це залежить від оцінки ступеня загроз, який в свою чергу залежить від виду і масштабу діяльності компанії. Як правило, оцінку загроз проводить або керівник, або начальник служби безпеки, або незалежний аудитор в галузі безпеки. Оцінка загроз постійно корегується в процесі розвитку бізнесу.

Найбільш актуальною сьогодні є внутрішня робота корпорацій з співробітниками з метою запобігання негативних явищ, яка проводиться різними методами. Відзначимо роботу з джерелами усередині компанії з виявлення інформації сигнального (небезпечного) характеру, постановку конкретних завдань співробітникам безпеки з контролю за виконанням тих чи інших режимних заходів, затверджених спеціальним наказом по організації, а також технічні методи і способи контролю. Стосовно технічних заходів контролю існують проблеми при їх проведенні стосовно співробітників, ця процедура повинна в обов'язковому порядку

закріплюватися письмовою згодою самого співробітника при прийомі на роботу, тільки тоді це буде законним. У роботі з співробітниками дуже важлива і профілактична робота: перевірки при прийомі на роботу, профілактичні бесіди, застережливі співробітників від протиправних та небезпечних для компаній дій, регулярні заняття із співробітниками по режиму захисту комерційної таємниці та інші заходи.

Роль корпоративної безпеки в забезпеченні життєдіяльності підприємства, її успішного просування в бізнесі дуже важлива. Це підтверджують статистичні дані про витрати на забезпечення безпеки в провідних західних компаніях. Іноді витрати в цій області досягають, за різними даними, до 30% від прибутку підприємства.

Особливим фактором формування на підприємствах системи корпоративної безпеки є формування на підприємстві корпоративної культури, зацікавленості у здійсненні захисту підприємства осіб (як всередині підприємства, так і з оточуючого зовнішнього середовища), які визначають основні напрямки та пріоритети його діяльності, від яких залежить стабільність роботи господарюючого суб'єкта, життєздатність та сам факт існування його на ринку, зокрема: власники, інвестори, керівництво, кредитори, партнери (як існуючі, так і потенційні).

Поглиблення ринкових відносин, зміна форм власності, методів управління та кризові процеси в економіці визначають необхідність пошуку нових методів підвищення ефективності діяльності організацій. У сучасних умовах господарювання саме корпоративна сфера діяльності є дуже поширеною, яка динамічно розвивається з кожним роком. Корпоративні утворення сформували окремий сектор економіки, який потребує всебічного аналізу. Особливим об'єктом дослідження виступає процеси формування та ролі корпоративної культури на ефективність діяльності організації.

Корпоративна культура є комплексним поняттям. Корпоративна культура – це сукупність пануючих в організації ціннісних уявлень, норм і зразків поведінки, що визначають зміст і модель діяльності співробітників незалежно від їх посадового становища і функціональних обов'язків. На кожному підприємстві корпоративна культура складається зі самостійних напрямків: культура умов праці, культура засобів праці і трудового процесу, культура міжособистісних відносин, культура управління та культура працівника. Науковці виділяють два основних підходи до розуміння сутності корпоративної культури: прагматичний та феноменологічний. З погляду феноменологічного підходу корпоративна культура – явище, яке неможливо формувати та яке має лише опосередкований вплив на ефективність діяльності організації. В центрі уваги прагматичного – можливість свідомого формування корпоративної культури, її важлива роль в процесі управління підприємством в цілому.

Посткризові явища в економіці України, в техногенній сфері, в культурі суспільства породжують ряд серйозних проблем: нестача фінансів, нестабільність зайнятості та доходів, відсутність політичної безпеки та

безпеки для навколишнього середовища¹⁰⁰. На сучасному етапі розвитку суспільства розвиток корпоративних інститутів може бути використаний як для вирішення найважливіших економічних, соціальних, екологічних проблем, так і виступати загрозою національному суверенітету, поглинання національної економіки. Україна сьогодні поставила перед собою завдання сформувати якісно нове інституціональне середовище, яке сприятиме підприємницькій активності та економічному зростанню на базі структурно-інноваційних перетворень і запровадженню механізмів соціально-ринкової економіки за умови подолання протиріч між державою і суб'єктами господарювання. Відбувається переосмислення теоретичних позицій з питання взаємодії між суб'єктами влади і власності, представників держави і бізнесу.

Численні випадки порушень нормальних взаємин між підприємствами і суспільством, корпораціями та їх акціонерами у всьому світі стали приводом до інтенсивного перегляду не тільки прикладних, але і фундаментальних принципів організації взаємин між власниками влади (акціонерами), власниками повноважень (менеджерами), власниками знань (представниками техноструктури підприємств) і власниками праці (працівниками). Існуючі варіанти теорії підприємства (фірми) як економічної системи не забезпечують розвиток методології корпоративного управління в напрямку більш ефективної роботи підприємств та економіки в цілому¹⁰¹.

Підвищений інтерес до проблеми вибору форми корпоративного управління, способів формування сучасної її моделі обумовлений низькою ефективністю функціонування української економіки, заснованої на нерозвиненій системі корпоративного управління. Дослідження механізмів акумулювання та розміщення капіталу, мотивації діяльності фірм в цілому і окремих працівників, ступеня ринкової саморегуляції компаній відносяться до визначальних факторів, які входять в оцінку ефективності функціонування суб'єкта господарювання.

Дослідження ролі корпоративної культури передбачає вивчення документів, спостереження за стилем управління, довірче спілкування із співробітниками на всіх рівнях ієрархії організації. Збір інформації дозволяє створити профіль організаційної культури, в якому відображаються: зміст цінностей, їх узгодженість, загальна спрямованість. Ціннісні орієнтації інтерпретуються однозначно і поділяються усіма або більшістю учасниками організації; організація створює умови, які мотивують працівників бути

¹⁰⁰ Благов Ю. Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю.Е. Благов // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2006. – Сер.8., Вып. 2. – С. 3–24.

¹⁰¹ Богатырев М. Р. Организационная культура: Сущность и роль в системеуправления : дисс. ... к. э. н. / М.Р. Богатырев. – Москва : МГУ, 2005.

причетними до неї, вважати, що життєдіяльність організації тісно пов'язана з їх власною діяльністю, і вони взаємозалежні.

У процесі дослідження впровадження ефективно діючої корпоративної культури на підприємстві А.А. Томпсон запропонував застосовувати п'ять етапів¹⁰²:

1. Аналіз внутрішніх організаційних процесів підприємства.

Склад роботи: аналіз стратегій розвитку підприємства, стиль керівництва та прийняття рішень, наявність та поточний стан елементів корпоративної культури, виявлення проблем та невирішених питань тощо.

Очікуваний результат: рекомендації щодо вирішення виявлених проблемних питань, розроблення концепції новітньої моделі корпоративної культури.

2. Аналіз психологічного клімату на підприємстві.

Склад роботи: анкетування та інші види досліджень співробітників підприємства.

Очікуваний результат: розроблення рекомендацій щодо усунення конфліктів та інших проблем співробітників підприємства.

3. Формування моделі корпоративної культури.

Склад роботи: формалізація кожного елемента корпоративної культури, а саме: власна історія, місія, стратегічне бачення, фірмовий стиль, етичний кодекс та традиції.

Очікуваний результат: формування положення щодо корпоративної культури конкретного підприємства.

4. Впровадження моделі корпоративної культури

Склад роботи: інформування співробітників підприємства щодо впровадження корпоративної культури, пояснення їм доцільності та ефекту від даного методу мотивації.

Очікуваний результат: прийняття заданої моделі корпоративної культури та всебічна її підтримка.

5. Підтримка моделі корпоративної культури.

Склад роботи: розроблення методики оцінки та контролю за впровадженням корпоративної культури, визначення відповідальних осіб та їх обов'язків. Очікуваний результат: досягнення максимального ефекту від впровадження корпоративної культури як методу мотивації співробітників.

Корпоративна культура дуже сильно відрізняється в залежності від бізнесу. Одна справа, виробнича організація, де практично повинен бути повний порядок і дуже чітка ієрархія підпорядкування, інша справа – сучасні українські підприємства, де є більш гнучка жива корпоративна культура. Наприклад, ІТ-компанії, де керівники проектів часто молодше, ніж підлеглі. У зазначеному випадку можуть бути ефективно використані відносини на рівних, коли начальник – друг і партнер.

¹⁰² Євтушевський В.А. Корпоративне управління / В.А. Євтушевський. – К. : Знання, 2006. – 406 с.

За даними компанії Kelly Global Workforce Index, яка провела опитування 170 тис. респондентів в 30 країнах світу, більше третини працюючого населення в світі готові змінити місце роботи. В Європі, Америці та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні люди готові до змін для підвищення почуття власної значущості. Українці погоджуються міняти роботу на користь кращої зарплати і кар'єрного зростання.

Найвищий рівень незадоволеності серед співробітників в Європі – 43% опитаних заявили про те, що часто замислюються про бажання змінити місце роботи. На Американському континенті подібні настрої присутні лише у 28%, і лише 9% налаштовані на зміни в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні.

Наведені дані показують, що роботодавці повинні додатково застосовувати методи підвищення лояльності співробітників підприємства. На думку більшості експертів, просте збільшення зарплати не може гарантувати того, що співробітник залишиться в компанії: завжди знайдеться хтось, хто зможе запропонувати такі ж умови, і при цьому зацікавити широким спектром завдань, інноваційними проектами, більшою замученістю і відповідальністю за кінцевий результат. Треба не стільки підвищувати зарплату, скільки створювати умови для роботи групи (відділу) та підприємства в цілому. Тому саме корпоративна культура, заснована на філософії спільної долі, буде виконувати в організації наступні функції:

- додання роботі людини сенсу не тільки в матеріальному, але також у плані моральному, духовному;
- соціального партнерства працівників з керівництвом організації, почуття спільності (солідарності) усіх рівнів працівників навколо цінностей, норм, традицій, що підвищує їх відповідальність за якість діяльності;
- формування морально-етичних цінностей і установок, що підсилює реалізацію інтелектуального та творчого потенціалу співробітників.

Таким чином корпоративна культура – це потужний інструмент, що дозволяє об'єднати трудову ініціативу всіх співробітників. Своєчасна діагностика і спостереження за станом лояльності співробітників організації – така ж необхідна задача в управлінні, як і звичний підбір і розвиток персоналу.

Корпоративна культура виступає ефективним інструментом мотивації персоналу підприємства та підвищення якості виробництва. Корпоративна культура покликана формувати внутрішню мотивацію співробітника, надавати ґрунт для його творчої реалізації, що тільки позитивно буде впливати на ефективність діяльності організації та надасть можливість для подальшого динамічного розвитку.

Корпоративна культура туристичного підприємства

Корпоративна культура являє собою систему правил, норм, стандартів, моделей поведінки, цінностей, поглядів, які важливі для організації та визначають її стосунки з зовнішнім (клієнти, інвестори, партнери та ін.), а також внутрішнім (колектив) світом.

Незважаючи на те, що корпоративна культура як складова системи управління сучасної організації набуває все більшу значимість для її

ефективного функціонування, поточний рівень культури часто не тільки не сприяє реалізації поставлених цілей і досягнення максимально можливих фінансових результатів, але й ще перебуває під впливом суперечливих відносин до неї. Отже, можна стверджувати, що проблеми управління в контексті регулювання корпоративної культури як стратегічної домінанти, яка є не тільки системоутворюючою, але і соціально значущою в забезпеченні нормального ринкового функціонування підприємств в жорстких умовах конкуренції, представляються актуальними.

Розкрити суть організаційної культури допоможе визначення її складових елементів. Залежно від ступеня розвитку корпоративної культури набір таких елементів може бути абсолютно різним. Але, яким би він не був, важливо, щоб положення не суперечили один одному, були спрямовані на досягнення спільної мети та являли собою не просто набір / перелік / список, а взаємопов'язану систему. У зв'язку з цим, актуально постає проблема зміцнення та розвитку сфери туристичного бізнесу для забезпечення відповідного рівня якості туристичних послуг та розробки ефективної сучасної моделі вітчизняного конкурентоспроможного туризму на світовому ринку туристичних продуктів. Проблема пошуку методів побудови ефективної системи управління, сприяє подальшому обслуговуванню туристів, а в цілому та розвитку туристської організації в індустрії світового туризму¹⁰³.

Відповідно до моделі ефективності корпоративної культури, її вплив розглядається через ряд процесів, з яких, для сфери туризму, варто виділити три:

- кооперація між індивідами та частинами організації;
- контроль;
- комунікації.

Проблема туристського бізнесу в тому, що він безпосередньо залежить від чинників зовнішнього середовища, таких як сезонність, політична нестабільність та інші. У свою чергу, специфіка туристського продукту - відносно низька динаміка вдосконалення, що так само не контролюється туристською фірмою¹⁰⁴. Основні складові потенційно успішного продукту, такі як якість готелів, маршрути і транспортування приймаються операторами і туристичними фірмами як єдиний ресурс, багато вже створено іншими людьми, і, в подібній ситуації, коли конкуренти часто оперують одними і тими ж літаками, готелями, пляжами і програмами на перший план виходить мистецтво управляти і вміння створити «композицію».

¹⁰³ Жукова, М.А. Менеджмент в туристському бізнесі: Навчальний посібник - 2-е вид. стер. / Жукова, М.А. - М. : КНОРУС, 2006. - 192 с.

¹⁰⁴ Клевченков, М. Г. Етика та культура підприємництва в сфері міжнародного туризму / М.Г. Клевченков, 2011. - 240 с.

Зовнішній бік корпоративної культури складається з взаємовідносин туристичної організації зі споживачами, з партнерами по бізнесу, з творчого росту компанії.

Вплив корпоративної культури на роботу організації проявляється в наступних нормах:

- ототожнення співробітниками власних цілей з метою організації та з організацією в цілому через прийняття її норм;
- реалізація норм, розпорядчих прагнення до досягнення цілей;
- формування стратегії розвитку підприємства.

Досягнутий обсяг освіченості може допомогти компанії грамотно працювати, відсутність культури, навпаки, буде шкодити нормальній реалізації його ділової поведінки. Персонал в індустрії туризму є найважливішою складовою частиною кінцевого продукту, одним з основних ресурсів конкурентних переваг організації, та, отже, якість обслуговування в туристських організаціях залежить від майстерності та професіоналізму її працівників. Задоволення клієнта в сфері обслуговування досягається ввічливістю персоналу та його чуйністю¹⁰⁵. Для мотивації праці співробітників використовується широкий арсенал засобів - професійне навчання, участь в ознайомлювальних турах, оплата медичної страховки, пільги на придбання авіа- та залізничних квитків, пільги при проживанні в готелі. Від співробітників потрібне постійне підвищення кваліфікації, складання бізнес-планів на сезони продажів, навчання нових співробітників.

Отже, аналіз специфіки організаційної культури підприємства, в тому числі туристського, дозволяє оцінювати ступінь стабільності організації, її конкурентоспроможність, припустити можливі напрямки управлінських рішень, а також збільшити обсяг продажів, реалізації, шляхом формування і розширення клієнтської бази.

Фактором підвищення конкурентоспроможності туристичної організації, а також ефективності виробництва туристського продукту та управління є корпоративна культура, яка являє собою складну багаторівневу систему взаємовідносин організації і споживача її послуг. Психологічний клімат в організаціях індустрії туризму залежить від різних чинників, в тому числі від стилю і методів керівництва, особистісних якостей керівника. Різний ступень згуртованості колективу формується на підставі сприятливого оточення на роботі. У переважній більшості випадків, керівник здатний вплинути на формування сприятливого психологічного клімату, задаючи такі базові установки, які визначають порядок взаємовідносин в колективі. У деяких організаціях індустрії туризму сприятливу обстановку

¹⁰⁵ Муллабаев Р.Ю. Причины конфликтов та методи їх подолання в туристському бізнесі // Гуманітарні наукові дослідження. 2015. № 9 - [Електронний ресурс] -. URL: <http://human.snauka.ru/2015/09/12588>

співробітники оцінюють як єдиний і головний мотивуючий фактор в їх діяльності.

На сьогоднішній день важко знайти керівника, який би не чув про поняття «організаційна» або «корпоративна культура. Корпоративна культура виконує таку важливу функцію як інтеграція процесів і ресурсів організації, що призводить до створення єдиного бачення майбутнього організації всіма співробітниками, творчо залученими в процес. Сильна корпоративна культура інтегрує всіх працівників організації навколо досягнення мети та завдань організації завдяки досягненню особистих цілей працівників. Адаптація до зовнішнього середовища в умовах економічної кризи країни, всебічне втручання в процеси глобалізації стає однією з актуальних функцій корпоративної культури. Сильна корпоративна культура створює нове ставлення до якості продукції (послуг), що виражається в підвищенні рівня зацікавленості в результатах своєї праці, дбайливому ставленні до інструментів і засобів праці, а також у дружньому та уважному ставленні до клієнтів організації, тим самим підвищуючи конкурентоспроможність організації на ринку.

Як вже зазначено вище, увага до формування сильної корпоративної культури багато в чому пов'язана з бажанням організацій підвищувати результативність в області якості у відповідності з вимогами міжнародних стандартів ISO серії 9000 і зміцнювати свій сталий розвиток. Одним з найважливіших принципів системи менеджменту якості виступає залученість співробітників, котра, в свою чергу, є найвищим ступенем мотивації. В умовах тривалої економічної кризи в країні, що призводить до зниження заробітної плати і скорочення форм матеріального стимулювання, розвиток форм нематеріальної мотивації стає особливо актуальним. Підвищити рівень мотивації співробітників до стану залученості без застосування форм матеріального стимулювання досить складно. Однак, якщо взяти до уваги особливості національного характеру, то можна відобразити в корпоративній культурі організації ті норми, правила і цінності, які найбільш близькі українцям. Варто зазначити, що однозначно охарактеризувати український національний характер досить складно.

Стандартизація менеджменту якості на основі ISO 9001 дає лише основи для стабільного задоволення споживача, однак у кожній галузі є свої особливі вимоги і специфіка. Для більш повного забезпечення задоволеності споживача в галузях створюються власні галузеві моделі систем менеджменту якості у вигляді окремих стандартів або у вигляді Рекомендацій по впровадженню ISO 9001.

Якість надання туристичних послуг є одним з головних чинників успішної діяльності будь-якої туристичної організації.

Управління якістю туристичних послуг – це процес, який включає в себе визначення характеру і обсягу вимог до обслуговування, оцінку фактичного рівня якості, розробку і здійснення заходів щодо забезпечення підвищення якості.

Керівництво туристичної організації, перш за все, має визначити і документально оформити політику у сфері якості. Політика в області якості повинна бути спрямована на досягнення наступних цілей:

- обліку і задоволеності вимог споживача;
- забезпечення дотримання професійних туристичних стандартів;
- безперервне підвищення якості туристичних послуг;
- ефективності надання туристичних послуг.

Досягнення високого рівня якості неможливо без ефективної системи управління. Для забезпечення результативного та нормального функціонування системи якості потрібно її документальне регламентування. Все більше і більше клієнтів довіряють організаціям, який запровадив систему управління якістю та у яких є сертифікат відповідності в даній області. По-перше це дозволяє підвищити конкурентоспроможність організації перед іншими організаціями, які не мають сертифікат відповідності. По-друге, з'явиться довіра клієнтів до надання послуг. По-третє поліпшуються економічні показники діяльності. Національна система управління якістю туристичних послуг, особливо, повинна бути спрямована на підвищення якості внутрішнього туристичного продукту і досягнення її конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринку. Рівень якості туристської послуги має відповідати структурі попиту населення з урахуванням платоспроможності різних груп, демографічних та інших особливостей. Висока якість туристичного продукту повинна дозволити задоволення фізичних та культурних потреб громадян, сприяти формуванню їх духовних цінностей, виховання патріотизму серед громадян України.

Урядом країни схвалено Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Цей документ розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь. Запровадження Стратегії передбачається за напрямками, серед яких: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, імплементація законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму. Тому питання якості і стандартів обслуговування є вагомим вимогою для підприємств туристичної галузі.

Прагнення стимулювати виробництво товарів, конкурентоспроможних на світових ринках, ініціювало створення нового загально організаційного методу безперервного підвищення якості всіх організаційних процесів, виробництва та сервісу. Цей метод отримав назву – загальне управління якістю. Основна ідея філософії Total Quality Management (Загальне управління якістю) укладена щодо ключових позицій якості продукції та послуг, спрямованих на максимальне задоволення потреб клієнтів. Природно, цим процесом треба управляти, і без серйозної і методичної

роботи з вибудовування системи управління якістю в компанії не обійтися. Причому якість повинна стати першочерговим для всіх процесів на виробництві. Саме послідовний розвиток ідеї підвищення TQM підказало необхідність зрозумілою кількісної оцінки, наскільки відповідають існуючі системи якості компаній підходам TQM - і Європейський фонд менеджменту якості (European Foundation for Quality Management) розробив свою модель «Business Excellence» («переваги в бізнесі»), що є зараз однією з найавторитетніших в оцінці реальних успіхів компаній щодо застосування TQM.

TQM є і центральною ідеєю в японських підходах до управління якістю. TQM передбачає, що немає місця традиційного протиставлення кількості продукції і її якості. Якщо ж буде необхідно різко наростити випуск продукції, можуть бути прийняті будь-які заходи, які не ведуть до зниження якості.

Точно так же TQM говорить і про те, що не є взаємовиключними поняттями якість і ефективність. Раніше багато компаній вважали, що у них немає іншого вибору - або досягати високої якості продукції, або забезпечити низьку ціну.

Варто відзначити один з важливих компонентів TQM - його застосування призводить до повного перерозподілу відповідальності щодо забезпечення якості в компанії.

Для підприємств сфери гостинності і обслуговування доцільно взяти до уваги принципи TQM. Вони можуть гармонійно застосовуватися при розробці корпоративних кодексів та стандартів.

За останні роки відбулися кардинальні зміни, і вже майже всюди на зміну "ринку продавців" прийшов "ринок покупців". І в цій ситуації рівень якості став реальним конкурентною перевагою для більшості компаній.

Насамкінець варто зазначити і основну проблему для впроваджують процедури TQM, і це - людський фактор. Такі серйозні зміни, які тягне за собою впровадження TQM, обов'язково відібуваються і на корпоративній культурі, і на що склалася десятиліттями процесом. І більшість з цих змін торкнуться багатьох співробітників підприємства. Від волі та послідовності керівництва компанії залежить, чи зможе вона подолати ці проблеми і зробити своїх співробітників прихильниками цих перетворень.

Отже, корпоративна культура являє собою систему, що складається з принципів, норм, правил, способів дій, основних цінностей і переконань, що спрямовують діяльність людей для досягнення поставленої організацією мети. Система повинна бути перевірена часом і стати звичною для працівників, сприяти взаємодії і узгодженості дій співробітників на всіх рівнях управління організації, і мати можливість передаватися новим співробітникам в якості зразка для виконання.

Виходячи з узагальнення теоретичних джерел, досвіду світової та вітчизняної практики, аналітичних оцінок особливостей корпоративної культури на туристичному підприємстві вважаємо, що на підприємствах України назріла практична необхідність вдосконалення підходу до

визначення пріоритетних напрямів та завдань формування позитивної корпоративної культури, адекватної вимогам часу та потребам гармонійного розвитку відносин між працею і капіталом.

РОЗДІЛ 2. «ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У КОНТЕКСТІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ СТАНДАРТІВ ОБЛІКУ

2.1. Формування інформаційних потоків бізнес процесів в системі управлінського обліку

Інформаційне забезпечення управління відрізняється розширеними сферами застосування прикладних рішень, зростаючими обсягами здійснення господарської діяльності, що потребує додаткових даних та вирішення поточних заходів на основі повної аналітичної інформації. Тому постає необхідність використовувати удосконалені розширені інформаційні потоки в умовах використання новітніх технологічних засобів обробки та узагальнення облікової інформації. Класичний підхід до визначення сучасних інформаційних потоків зводиться до відслідковування руху інформації між структурними підрозділами підприємства і зовнішнім середовищем. Слід відзначити, що саме бухгалтерська система має стати на підприємствах основним джерелом інформаційних потоків для прийняття управлінських рішень, із методологічними основами, що ґрунтуються на потребах користувачів різного спрямування.

Аналіз останніх публікацій. Широкого розповсюдження висвітлення питань дослідження інформаційних потоків управлінського обліку висвітлені у працях вітчизняних науковців Атамаса П.Й.¹⁰⁶, Голова С.Ф.¹⁰⁷, Кірейцева, Г.Г.¹⁰⁸, Кузнєцової С.А.¹⁰⁹, Радіонової Н.Й.¹¹⁰, Пантелеєва В.П.¹¹¹, Петренко

¹⁰⁶ Атамас П.Й. Управлінський облік: 2-ге вид. Навчальний посібник – К.: ЦУЛ, 2009. – 440 с.

¹⁰⁷ Голова С.Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку: Монографія. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 522 с.

¹⁰⁸ Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник: - за ред. проф. Г.Г. Кірейцева. – Київ: ЦУЛ, 2002. 496 с.

¹⁰⁹ Кузнєцова С. Управлінська бухгалтерська звітність: проблеми створення. / С.Кузнєцова // Бухгалтерський облік і аудит. - № 11. – 2008. – С. 15-24.

¹¹⁰ Радіонова Н. Й. Методика формування збалансованої системи показників як інструмента стратегічного управлінського обліку / Н. Й. Радіонова // Стратегічні вектори соціально-економічного розвитку на мікро- та макрорівні : Всеукраїнська науково-практична конференція (17-18 листопада 2016 р., м. Полтава). — 2016. — С. 175-178.

С.М.¹¹², Пушкаря М.С.¹¹³, Скрипник М.І.¹¹⁴, Сопка В.В.¹¹⁵ та інших. Але на сьогодні ще не визначено єдиних організаційних підходів щодо формування управлінської звітності, створення її повноцінної системи. Саме такі дослідження мають бути проведені і вирішити основні комплексні завдання у даній сфері з метою подальшого їх удосконалення.

Мета дослідження полягає в необхідності розробки організаційних підходів до створення системи управлінської звітності на сучасних підприємствах.

Ефективність управлінських систем значною мірою визначається досконалою організацією інформаційних технологій обліку. Сучасні інформаційні технології дають досить потужні можливості для здійснення інформаційного забезпечення при виконанні управлінських функцій. Для того щоб технології забезпечили високу ефективність управлінських рішень необхідно правильно організувати обробку та використання інформаційних потоків. Основними для оцінки інформаційного потоку є наступні класифікаційні показники: джерело виникнення, напрямок руху потоку; обсяг переданих даних; терміни доставки інформації рис.1.

Управлінські рішення мають сприяти проведенню бізнес процесів на підприємстві, бути направленими на досягнення його стратегічної мети – досягнення максимального прибутку. Відповідно важливим організаційним елементом є ідентифікація витрат, пов'язаних з втіленням та ефективним запровадженням управлінських рішень. В теоретичному та емпіричному відношенні розрізняють витрати, що пов'язані з прийняттям певного ділового рішення, мають відношення до нього і витрати які мають опосередковані властивості впливу на діяльність. Для оптимізації витрат у завдання облікової служби входить ретельне визначення класифікації витрат і проведення їх оцінки, співставлення із отриманими доходами та надати

¹¹¹ Пантелеєв В.П. Внутрішньогосподарський контроль: методологія та організація: монографія. К.: ДП «Інформ.-анліт. Агентство», - 2008. – 491 с.

¹¹² Петренко С.М. Інформаційне забезпечення внутрішнього контролю господарських систем: Монографія. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. - 290 с.

¹¹³ Пушкар М.С. Тенденції та закономірності розвитку бухгалтерського обліку в Україні (теоретико-методологічні аспекти): Монографія.-Тернопіль: Економічна думка. 1999. – 422 с.

¹¹⁴ Скрипник М. І. Організація обліку витрат у розрізі центрів витрат та центрів відповідальності / М. І. Скрипник // Облік і фінанси АПК. — К.: ТОВ ЮФ “Юр-Агро-Вест”. — 2011. — № 1. — С. 46-49. — Режим доступу: <http://magazine.faaf.org.ua/organizaciya-obliku-vitrat-u-rozrizi-centriv-vitrat-ta-centriv-vidpovidalnosti.html>.

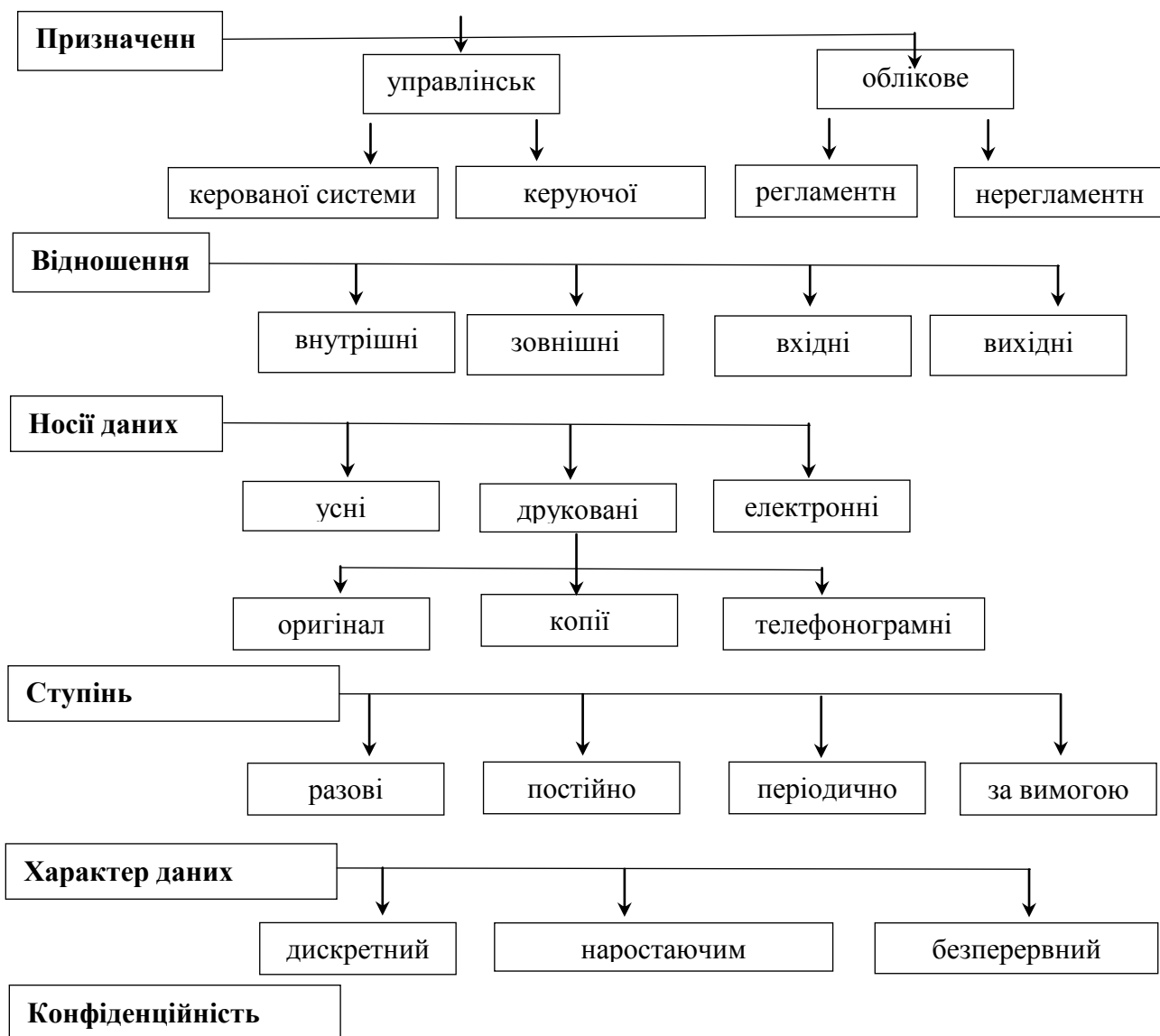
¹¹⁵ Сопко В.В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством / В.В. Сопко. – К.: КНЕУ, 2006. – 526 с.

повноцінну інформацію менеджерам для прийняття варіативного рішення купувати чи виробляти. Відповідно доцільно розмежувати відповідність загальних витрат та витрат на можливість (майбутніх альтернативних витрат). Прийняття рішень щодо майбутнього не враховує понесені витрати (тобто історичні незворотні витрати), вони не мають значення для обґрунтування рішення, а лише можуть служити інформаційною базою для трендового прогнозування.

Майбутня вартість може бути визначена як вартість, що виражена в грошовому еквіваленті, умови позбавлення наступної найкращої можливості для того, щоб досягнути основну мету, відповідно витрати виступають як сума грошей, яка буде витрачена для досягнення основної мети.

Приймання рішень супроводжується врахуванням релевантних витрат відповідно до їх класифікації на монетарні статті і статті немонетарного характеру.

Монетарними показниками можуть виступати показники, що визначаються на підставі даних фінансового обліку, які мають грошову оцінку (витрати матеріалів, розмір витрат на оплату праці, витрати на збут).



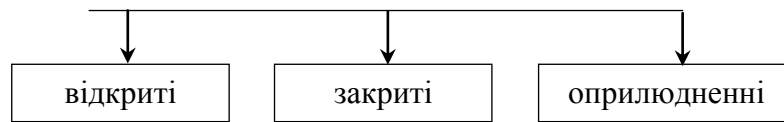


Рис. 1. Класифікація інформаційних потоків підприємства

Немонетарними статтями можуть виступати витрати пов'язані із зміною законодавства, зміною рівня конкуренції на ринку, запровадженням нових технологій, надійність контрагентів підприємства.

Під інформаційними процесами розуміється сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених процесів виявлення, аналізу, введення, відбору, передачі, обробки, зберігання, пошуку даних за що має відповідати бухгалтерська служба. Традиційним для інформаційних систем обліку є виявлення джерел інформації, налагодження взаємодії інформаційних потоків та їх передача користувачам. Інформаційна система обліку має бути представлена безліччю різних структурованих даних.

З точки зору управління важливим показником є періодичність виникнення інформаційних потоків. Регулярні потоки піддаються контролю і обробці, ніж нерегулярні, що носять випадковий характер. Синхронні інформаційні потоки передаються паралельно і одночасно, породжують їх потоками іншого виду (матеріальними, фінансовими, сервісними та іншими). В цьому випадку отримуємо інформацію в режимі реального часу (online).

Формування інформаційних потоків має необхідність врахувати складові джерела даних, що утворюють певний набір даних, що можуть оброблені програмно-апаратними засобами реалізації та передані зацікавленим користувачам. Відповідно інформаційні потоки традиційно утворюють три основні складові системи: керована система, керуюча система і зовнішнє середовище підприємства, що об'єднанні інформаційною системою обліку (рис. 2).

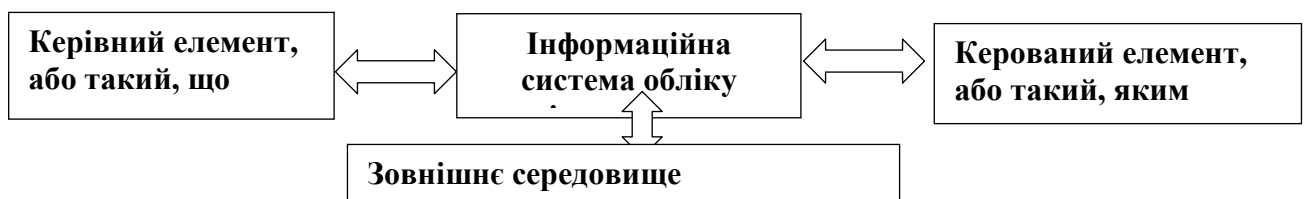


Рис.2. Інформаційна система обліку як елемент інформаційних потоків підприємства

Організація інформаційних потоків обліку в режимі реального часу - найважливіша умова ефективного управління підприємством. У цьому зв'язку елементом забезпечення такого підходу є використання елементів управлінського обліку. По скільки фінансовий облік носить чітко регламентовані параметри і характеризується встановленою періодичністю формування та подання інформації, що недостатньо для прийняття управлінських рішень. Відповідно управлінський облік має забезпечити рух інформації залежно характеру змін даних у часі безперервно і дискретно до інформаційних потоків підприємства. Безперервний інформаційний потік

представляє собою набір постійних даних за певний період. Дискретний інформаційний потік характеризується кінцевою безліччю значень і в залежності від вихідного стану приймає значення, пов'язані з певним станом об'єкта. Виходячи з фізичної сутності і процесу, властивого процесам управління, можна виділити деякі важливі різновиди безперервних і дискретних функцій, що відображають реальні інформаційні потоки підприємства.

1. Безперервні постійні інформаційні потоки мають описати реальний стан підприємства в будь-який момент часу. При цьому не накладається ніяких обмежень на вибір моменту часу і на вибір значення самих даних. Прикладом може бути інформація про виручку за реалізацію продукції по підприємству.

2. Безперервні дискретні інформаційні потоки виникають при використанні (аналізі) безперервних даних за певний період. У цьому випадку аналізу підлягають фіксовані моменти часу розраховані через інтервал, який зазвичай визначається властивостями вихідного господарського процесу і вимогами до точності отримання даних. Інформаційні потоки можуть приймати будь-які миттєві значення, але вони визначені лише для дискретних значень часу. Прикладом є розрахунки із дебіторами і кредиторами.

3. Дискретні постійні інформаційні потоки (очікувані) орієнтовані на кінцеві проміжні розрахунки економічних показників аналітичних значень, які враховують планові (нормативні) значення за певний миттєвий відрізок часу для будь-якого значення. Дискретизація інформаційних потоків пов'язана із управлінням діяльністю відділів (підрозділів) підприємства, що визначається необхідною координацією вихідних величин для прийняття рішень. Прикладом є рівень витрат на виробництво певного виду продукції окремим підрозділом.

4. Дискретні інформаційні потоки мають бути підґрунтям для прийняття оперативних управлінських рішень для визначення рівня окремого показника, який має бути підґрунтям для прийняття рішень. Дискретизація інформаційних потоків проходить як по рівнях, так і по періодах. Наприклад, забезпечення транспортом кількості відвантажень товарних поїздок.

Конфігурація фізичних інформаційних потоків визначається відповідно до документообороту підприємства, наявністю схем затвердження та передачі документів. У той же час за структурою передачі документів можна виділяти основні варіанти з яких буде складатися будь-яка інформаційна система.

1. Радіальна структура інформаційних потоків характерна для передачі одних і тих же даних (документів) декільком споживачам інформації.

2. Мережева структура виникає, коли отримані дані (документи) одним споживачем передаються потім кільком наступним об'єктам комунікації. (Наприклад, відомості про прибуття імпортного вантажу передаються в митницю, експедитору і вантажоодержувачу).

3. Послідовна структура забезпечує передачу даних по ланцюжку, який наприклад, може відповідати логістичній доставці товару і т.д.

Для документування процесів доставки вантажів відповідно до руху матеріального потоку характерна радіальна, послідовна і мережева структура інформаційних потоків. Інформаційні потоки постачання матеріальних цінностей буде являти собою комбінацію ланцюжків інформаційних потоків рух документів. Склад інформаційних потоків повинен функціонально забезпечувати такі інформаційні потреби користувачів:

- збір інформації в режимі реального часу про місцезнаходження, зміст і стан ідентифікованих об'єктів обліку, партій і окремих вантажів, контейнерів, піддонів і т. п. ;
- об'єднання зібраної інформації з плановими завданнями і графіками, своєчасне і швидке оновлення цих об'єднаних даних і їх розсилка суб'єктам управління;
- ефективна організація використання інформації в процесах з метою зниження витрат.

При розгляді інформаційних потоків необхідно враховувати, що будь-яка інформація отримується споживачем після прийняття повідомлення, що має бути корисним та визначеним.

З появою ЕОМ почалася активна розробка програмного забезпечення, що дозволяє вирішувати різноманітні завдання, для людини важкоздійснювані або рутинні. Як правило, це передача, зберігання і доступ до великих обсягів даних, а також обробка, моделювання і візуалізація інформації. Відбулася якісна зміна ситуації в плані доступності комп'ютерних технологій для масового споживача. На ринку програмного забезпечення персональних комп'ютерів з'явилися продукти, що дозволяють вирішувати ряд практичних завдань, в тому числі завдання інформаційно-технічної підтримки функціонування бізнес процесів.

У ринковому секторі одними з перших стали з'являтися програми автоматизації бухгалтерського обліку, правові та довідкові системи. Але для вирішення управлінських завдань, прикладних розрахунків та інших завдань дані програми виконували, як правило, одну спеціалізовану функцію, були однокористувацькими та могли надавати лише локальний доступ до електронних ресурсів. Нинішній стан використання інформаційних технологій характеризується різноманітністю програмного забезпечення і технологій, що відображають як рівень розвитку апаратного забезпечення ПЕОМ, так і рівень розуміння розробниками методології створення програмного забезпечення. Сьогодні намітилась концепція розвитку програмного забезпечення для формування інформаційних потоків бізнес процесів від облікових рішень до планування ресурсів.

Практика розробки та застосування прикладних комп'ютерних систем все очевидніше показує, що управління бізнес процесами неможливо без успішного впровадження комплексних інформаційних систем, що описують всі напрямки функціонування суб'єктів господарювання і його ресурси, в тому числі людські, матеріальні, фінансові та ін.

Разом з тим, постійно зростає кількість різнорідного спеціалізованого програмного забезпечення для прийняття управлінських рішень, що використовується в межах одного підприємства, в результаті чого формування та обробка одного і того ж інформаційного ресурсу знаходить різний опис, що відображається в різних програмних прикладних рішеннях. Це призводить до дублювання даних та інформаційного хаосу, додаткової необхідності навчати користувачів роботі з різним програмним продуктам через не уніфіковані інтерфейси і, втрату робочого часу при використанні із інформаційними ресурсами підприємства.

Відповідно до поставлених вимог інформаційний аспект функціонування сучасних підприємств зводиться до таких напрямів:

- Неповне документування діяльності підприємства із використанням ПЕОМ та високе значення людського фактора;
- зростання обсягів інформації, що потребує зберігання і відповідно ускладнення обробки інформації за встановленими параметрами;
- різнорідність інтерфейсів програмного забезпечення комп'ютеризованих робочих місць і в зв'язку з цим низька взаємозамінність співробітників;
- невисокий рівень підготовки співробітників в плані використання сучасного програмного забезпечення ПЕОМ;
- дезінтегрованість даних і відсутність єдиного інформаційного середовища бізнес процесів компанії.

Тенденції уніфікації інформаційних ресурсів компаній:

- текстові процесори і електронні таблиці перестають бути програмним засобом;
- зростає потреба в доступі до інформації через Інтернет для мобільних користувачів, територіально віддалених підрозділів, а також контрагентів даної компанії;
- підвищується потреба компанії у безперервному навчанні співробітників,
- підвищується необхідність в системах, які об'єднують життєво важливі елементи організації і створюють єдине інформаційне середовище.

Відповідно до встановлених емпіричних досліджень можна сформулювати сучасні вимоги до впровадження комплексних інформаційних систем, що відповідають формуванню інформаційних потоків бізнес процесів. Метою впровадження інформаційних комплексів є підвищення ефективності роботи компанії за рахунок організації системи регулярного менеджменту з використанням комп'ютерних технологій, що збільшують продуктивність праці облікового персоналу і дозволяють приймати більш виважені управлінські рішення. Побудова системи вимагає розробки і реалізації заходів дотримання ряду правил (регламентів) як в процесі проектування і впровадження, так і в ході її експлуатації.

Організація представляє собою систему, в яку входять різноманітні об'єкти і суб'єкти, які взаємодіють між собою і мають низку характеристик інформаційних атрибутів. При цьому необхідно вирішити ряд завдань, щоб

підтримати дану систему в рівновазі або перевести її в інший стан, наприклад. при проведенні запланованих удосконалень і впровадження інновацій, що цілеспрямовані на дії, що відносять до категорії управління, тобто здійснення впливу на об'єкт, суб'єкт або цілісну систему з метою одержання необхідного результату - зміни контрольованих атрибутів, що представляє система управлінського обліку підприємства ¹¹⁶.

Системний аналіз дозволяє виявити об'єкти, суб'єкти, підсистеми, їх атрибути і їх функції, а також встановити взаємозв'язок між ними і сформувати модель діяльності компанії, відображуючи поточний стан її розвитку. У процесі системного аналізу можна з'ясувати, що існуюча модель організації не є оптимальною по ряду критеріїв. Її оптимізація може дозволити компанії зайняти більш вигідне становище на ринку товарів і послуг ¹¹⁷.

У період переходу від однієї моделі до іншої необхідно здійснювати управління змінами. Наприклад, концепція BPI (Business Process Improvement) виділяє кілька рівнів вдосконалення бізнес-процесів: хаос, контроль, оптимізація, адаптація, «світовий клас».

При впровадженні КІС (комп'ютерної інформаційної системи) відбувається процес «взаємного відображення» і зближення реальної моделі управління компанією та моделі, реалізованої в інформаційним ресурсом. Різноманітні функції програмного забезпечення КІС, реалізують можливість її адаптації до специфіки діяльності компанії і гнучкість налаштувань дозволяють розробити інформаційну модель обліку з різним рівнем деталізації, з різною періодичністю представлення. КІС забезпечують введення, зберігання, пошук і виведення даних необхідної для тієї чи іншої категорії користувачів формі, тим самим створюючи інформаційну систему підтримки прийняття управлінських рішень різних рівнів управління.

Впровадження КІС передбачає розробку і проведення програми дій, що включають заходи за рішенням організаційних, технічних, фінансових, соціальних та інших завдань компанії. Побудова КІС поетапно охоплює різні аспекти діяльності компанії і різні підсистеми реальної моделі. У зв'язку з цим можна впевнено говорити про те, що з плином часу комплексні інформаційні системи будуть містити різноманітну і деталізовану інформацію, що відображає діяльність компанії, її бізнес процесів, кількість персоналу буде адаптована і використовувати КІС в межах своїх посадових обов'язків.

Використання КІС пов'язано із життєвим циклом експлуатації тому необхідно передбачити зміну формальних відкритих описів завдань,

¹¹⁶ Шпак В.А. Організація бухгалтерського обліку: Концептуальний підхід: Монографія. – К.: Бізнес Медіа Консалтинг, 2011. – 312 с.

¹¹⁷ Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток; За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. — К.: КНЕУ, 2001. — 540 с.

форматів, інтерфейсів і регламентів, доступних будь-якому учаснику протягом розробки та експлуатації комплексних інформаційних систем.

Висновки. Отже, одним із завдань формування інформаційних потоків компанії є оцінка системи на базі встановлених критеріїв. До них можна віднести вартість проектування і запровадження інформаційного ресурсу відповідно до якості сформованих інформаційних потоків, динаміка витрат праці при формуванні облікових даних і представлення їх зацікавленим користувачам, витрат на підготовку користувачів системи. Доцільно в системі передбачити комплексний підхід до її запровадження за модульним принципом, який передбачає функціонування підсистем облікового (фінансового, кадрового, управлінського, податкового), проведення моніторингу бізнес процесів за встановленими параметрами за певні періоди, аналізу і планування використання ресурсів підприємства.

2.2. Визнання та оцінка елементів фінансової звітності в системі стандартів US GAAP

В сучасних умовах господарювання швидко розвиваються інтеграційні процеси, що впливають на характер економічних та соціальних відносин, на загальну політичну ситуацію в світі та відкривають широкі можливості для економічної співпраці держав. За таких умов постає необхідність формування фінансової звітності відповідно до вимог міжнародної практики, що реалізується в основному за Міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ) та загальноприйнятими принципами бухгалтерського обліку США (US GAAP).

Для того, щоб фінансова звітність задовольняла потреби користувачів, тобто відповідала поставленим цілям, вона повинна складатися з певних елементів. Під елементами розуміються результати операцій та інших подій, пов'язаних з діяльністю підприємства, які відображені в фінансовій звітності у вигляді укрупнених економічно однорідних груп.

В американських Концептуальних основах, на відміну від МСФЗ, виділяють 10 елементів фінансової звітності (Положення про концепції № 6): активи, зобов'язання, власний капітал, інвестиції власників, вилучені засоби власників, доходи від основної діяльності, доходи від іншої діяльності, витрати, пов'язані з основною діяльністю, інші витрати, сукупний прибуток [¹¹⁸, с. 202].

Перші три елементи відносяться до характеристик стану ресурсів, вимоги по відношенню до ресурсів і частку власників в ресурсах підприємства на певний момент часу; інші відносяться до другого типу і описують результати операцій, подій і обставин, що вплинули на підприємство за певний період.

Виділення в якості самостійних елементів інвестицій та вилучених засобів власників обумовлено традиційним для американської практики

¹¹⁸ Михайлович А.П. Бухгалтерський учет в зарубежных странах: Учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп., – Мн.: ООН “Мисанта”, ООН “ФУАинформ”, 2003. – 202 с.

підходом, коли активи, зобов'язання і власний капітал трактуються як елементи, що характеризують стан підприємства на певний момент часу, а інші елементи – як різні причини їх змін.

Концептуальні основи американських стандартів виділяють у якості самостійних елементів фінансової звітності доходи від основної діяльності, доходи від іншої діяльності, витрати, пов'язані з основною діяльністю, інші витрати. Це обумовлено тим, що доходи і витрати від основної діяльності виникають внаслідок найбільш важливої, центральної діяльності підприємства, інші доходи і витрати пов'язані з не операційною діяльністю підприємства і їх окреме представлення у фінансовій звітності є корисним для користувача. При цьому відмічається, що доходи і витрати від основної та іншої діяльності в цілому аналогічні і по суті не відрізняються.

Виділення сукупного доходу як окремого елементу є спірним і часто критикується різними дослідниками. Соловйова О.В. стверджує, що з одного боку – він виокремлений як окремий елемент в роботах багатьох зарубіжних спеціалістів і в Положенні про концепції № 6, проте, з іншого боку, – в тексті того ж Положення вказується, що доходи і витрати від основної та іншої діяльності є компонентами сукупного доходу, тобто його можна трактувати як узагальнюючу категорію, а не як окремий елемент. Відповідно підхід МСФЗ, де сукупний дохід не виділяється окремим елементом є більш логічним [119, с. 198-199].

Слід додати, що термін “пасив” в американських стандартах не застосовується, а розглядається як два окремі елементи: зобов'язання та власний капітал. Доходи від основної діяльності, доходи від іншої діяльності, витрати, пов'язані з основною діяльністю, інші витрати характеризують результати господарської діяльності і, як правило, відображаються в звіті про прибутки та збитки. Ці ж самі елементи беруть участь у формуванні інформації в інших звітах. Дані елементи можуть бути класифіковані в залежності від сутності і функціональної ролі в господарській діяльності тим чи іншим чином, щоб задовольнити вимоги користувачів. Таким чином, Концептуальні основи лише задають загальний підхід до визначення елементів фінансової звітності. Розглянемо визначення елементів фінансової звітності відповідно до американських концептуальних основ (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення елементів фінансової звітності, що виділяються в американських концептуальних основах

Елемент	Визначення	Джерело
Актив	Ймовірні майбутні економічні вигоди, отримані або контролюються окремою компанією в результаті угоди або минулих подій	(SFAC 6, ст. 25)
Зобов'язання	Ймовірні майбутні втрати економічних вигод, що виникають у результаті існуючих зобов'язань конкретної компанії	(SFAC 6, ст. 35)

¹¹⁹ Соловьева О.В. Международные стандарты финансовой отчетности. Концептуальные основы подготовки и представления финансовой отчетности / О.В. Соловьева. – М.: Эксмо, 2010. – 288 с.

	передати активи або надати у майбутньому послуги іншим компаніям в результаті минулих операцій або подій	
Власний капітал	Залишкова частка в активах суб'єкта господарювання після вирахування всіх його зобов'язань	(SFAC 6, ст. 49)
Інвестиції власників	Довгострокове вкладення капіталу власниками з метою отримання прибутку	(SFAC 6, ст. 65)
Вилучені засоби власників	Вилучення власниками раніше вкладеного капіталу у діяльність підприємства	(SFAC 6, ст. 71)
Доходи від основної діяльності	Надходження активів суб'єкта господарювання або погашення його кредиторської заборгованості (або комбінація того і іншого) в результаті постачання або виробництва товарів, надання послуг або інших операцій, що складають її основну діяльність	(SFAC 6, ст. 82)
Доходи від іншої діяльності	Надходження активів суб'єкта господарювання або погашення його кредиторської заборгованості (або комбінація того і іншого) в результаті постачання або виробництва товарів, надання послуг або інших операцій, що не складають її основну діяльність	(SFAC 6, ст. 84)
Витрати, пов'язані з основною діяльністю	Вибуття або інше використання активів або створення кредиторської заборгованості (або поєднання того і іншого) в результаті поставки або виробництва товарів, надання послуг або здійснення інших видів діяльності, що складають основну діяльність підприємства, що триває далі	(SFAC 6, ст. 80)
Інші витрати	Вибуття або інше використання активів або створення кредиторської заборгованості (або поєднання того і іншого) в результаті не основної діяльності підприємства	(SFAC 6, ст. 81)
Сукупний дохід	Визначається як зміна власного капіталу за звітний період, за рахунок всіх операцій та подій, за виключенням подій, пов'язаних з інвестиціями і вилученнями зі сторони власників. Поняття сукупного доходу з'явилося відносно не давно. Це пов'язано з тим, що частина доходів і витрат стала відображатися не в звіті про прибутки і збитки, а напряму у власному капіталі.	(SFAC 6, ст. 98)

*Джерело: визначено на основі [120]

Отже, визначення елементів фінансової звітності в концепціях тісно взаємопов'язані, оскільки всі терміни визначаються через поняття активів.

Для того, щоб елемент був відображений у фінансовій звітності, він повинен не тільки задовольняти визначення, але й критерій визнання. Відповідно до американських Концептуальних основ визнання – це процес формального запису, відображення в обліку або включення в статтю фінансової звітності підприємства як активу, зобов'язання, доходу тощо.

Відповідно до американських Концептуальних основ елемент та інформація про нього повинні задовольняти чотири фундаментальні критерії, щоб бути визнаним і повинен визнаватися, коли ці критерії виконані:

– визначення – елемент відповідає визначенню елемента фінансової звітності;

¹²⁰ Statement of Financial Accounting Concepts №. 6 Elements Of Financial Statements. Qualitative Characteristics of Accounting Information //www.fasb.org/pdf/con6.pdf

– вимірювання – елемент має відповідну оцінку, яку можна виміряти з достатнім ступенем надійності;

– доречність – інформація про нього може вплинути на рішення користувачів;

– надійність – інформація має такі риси, як: справедливе представлення, можливість перевірки та нейтральність. Окрім того, вказується, що визнання охоплює як перше визнання, так і визнання змін в елементі або виключення раніше визнаних елементів. В американських концептуальних основах:

– у сам критерій визнання включаються визначення елементів;

– у сам критерій визнання включаються якісні характеристики інформації (основні – доречність, надійність; обмеження – затрати/вигоди); при цьому пояснюється, що оцінку доречності та надійності визнання необхідно проводити виходячи з необхідності досягнення цілей фінансової звітності;

– такий критерій, як вимірюваність, включає в себе підходи до визначення різних видів оцінок елементів (розглядається визначення історичної вартості, поточної вартості, ринкової вартості тощо) [¹²¹, с. 99]. Основні відмінності в особливостях вимог критеріїв визнання відповідно до американських та міжнародних стандартів наведені в табл.2.

Таблиця 2

Порівняльна характеристика вимог до критерію визнання відповідно до американських та міжнародних стандартів [¹²², с. 210-211]

Характеристика ознак критерію визнання	Американські концептуальні основи	Концептуальні основи МСФЗ
Визначення елемента	Включається до критерію визнання	Не включається до критерію визнання, але включається до визначення процесу визнання
Застосування до елементів	Активи, зобов'язання, доходи, витрати	Активи, зобов'язання, доходи, витрати
Вірогідність притоку/відтоку майбутніх економічних вигід	Визначається	Визначається
Надійність вимірювання (оцінка)	Визначається	Визначається
Доречність інформації	Визначається	Не визначається
Надійність інформації	Визначається	Не визначається
Обмеження затрати/вигоди	Визначається	Не визначається
Поріг суттєвості	Визначається	Специфікується як одна з умов визначення критерію

¹²¹ Соловьева О.В. Международные стандарты финансовой отчетности. Концептуальные основы подготовки и представления финансовой отчетности / О.В. Соловьева. – М.: Эксмо, 2010. – 288 с.

¹²² Соловьева О.В. Международные стандарты финансовой отчетности. Концептуальные основы подготовки и представления финансовой отчетности / О.В. Соловьева. – М.: Эксмо, 2010. – 288 с.

		визнання
Різні види оцінки	Визначається	Видам оцінки присвячений окремий розділ
Виділення різних стадій визнання (перше визнання, наступна оцінка, зупинення визнання)	Не виділяється	Не виділяється

Отже, в цілому підходи до визнання елементів в звітності співпадають. Проте, критерії визнання в американських Концептуальних основах містять більшу кількість дублюючої інформації (повторюється вимога визначення елементів, доречності і надійності інформації, порогу суттєвості і обмеження затрати/вигоди), а також інформацію про види оцінки, що носить самостійний характер і не відноситься безпосередньо до визнання.

Інтернаціоналізація і глобалізація економічних процесів у світовому масштабі, розвиток міжнародного ринку капіталу потребує уміння формувати та розуміти звітність, складену відповідно до міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) та загальноприйнятих принципів бухгалтерського обліку US GAAP. Тому ще одним актуальним питанням з точки зору формування корисної для прийняття рішень фінансової звітності є оцінка елементів для відображення у звітності.

Особливості оцінки елементів фінансової звітності в системі американських стандартів розглядали такі дослідники, як: М.Ф. Ван Бреда, Джерард М. Зак., О.В. Соловйова, Е.С. Хендріксен, Дж. Хітз, І.Т. Хорнгрен, М.С. Янг та інші.

Оцінка – це процес визначення грошової величини, в якій елемент фінансової звітності визнається і відображається в балансі та звіті про прибутки та збитки. Слід відзначити, що дане питання є найменш розробленим в діючих Концептуальних основах, адже не має конкретних вказівок щодо того, в яких ситуаціях який вид оцінки обрати, а існує їх перелік [¹²³, с. 89].

Можливість використання різних видів оцінки часто обговорюється у зв'язку з питанням правомірності існування моделі різних видів оцінки, якій протиставляється існування одного виду оцінки. Проте Концептуальні основи американських та міжнародних стандартів передбачають застосування моделі змішаних оцінок. В американських концептуальних основах названі практично ті ж види оцінки, що і в МСФЗ, причому прямо вказується, що нинішня практика оснований на моделі змішаних оцінок. В цілому, наявність різних видів оцінки обумовлена різними потребами різних користувачів.

Відповідно виділяють наступні види оцінки:

- первісна (історична) вартість;
- поточна вартість;

¹²³ Касьяненко Т.Г. Преобразование финансовой отчетности предприятия для целей оценки бизнеса : учеб. пособие / Т.Г. Касьяненко. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 167 с.

- вартість реалізації;
- справедлива вартість;
- приведена вартість.

Первісна вартість для активів трактується як сума грошових коштів або їх еквівалентів, що сплачені в момент придбання активу; для зобов'язань: сума грошових коштів або інших надходжень, отриманих в результаті виникнення зобов'язання або в деяких випадках – сума грошових коштів або їх еквівалентів, яку передбачається виплатити для задоволення зобов'язання в ході нормальної господарської діяльності.

Переваги: є надійною, коли основана на реальних операціях, співставляє затрати з реалізованими доходами, для більшої кількості компаній має змогу надавати інформацію, необхідну для управління.

Недоліки: є суб'єктивною, коли базується на прогнозах; базується на застарілих даних, ігнорує нереалізовані доходи.

Поточна вартість для активів трактується як сума грошових коштів або їх еквівалентів, які повинні б бути виплачені, якби подібний актив придбався в даний час; для зобов'язань – недисконтована вартість грошових коштів або їх еквівалентів, яка б знадобилася для погашення зобов'язань в даний момент. Дана оцінка також часто називається вартістю заміщення.

Переваги: є надійною, коли існує ринок для співставлених, заміщених активів; показує вартість “входу” для нових на ринку підприємств.

Недоліки: суб'єктивна, коли технології та ринки змінюються і коли базується на прогнозах і оцінках [¹²⁴, с. 145].

Вартість реалізації (погашення) для активів трактується як сума грошових коштів або їх еквівалентів, яка б могла бути отримана від реалізації активу в нормальних умовах в даний момент; для зобов'язань – недисконтована величина грошових коштів, яку передбачається заплатити для погашення зобов'язання в ході нормальної господарської діяльності. Модифікованим варіантом вартості реалізації є чиста вартість реалізації, що являє собою вартість реалізації, що є вартістю реалізації за вирахуванням витрат на реалізацію.

Переваги: надійна, якщо основана на реальному ринку або реальній реалізації; показує чисту вартість продажу і, відповідно, альтернативні затрати; показує очікувану вартість скоригованих на ризик майбутніх грошових потоків від деяких активів. Недоліки: суб'єктивна, коли відсутня реальна ринкова вартість [¹²⁵, с. 59].

Приведена дисконтована вартість для активів трактується як продисконтована величина майбутніх чистих грошових потоків, які очікується отримати від даного активу в ході нормальної господарської

¹²⁴ Вахрушина М. А. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: учеб. пособие / М. А. Вахрушина, Л. А. Мельникова, Н. С. Пласкова; Под ред. М. А. Вахрушиной. – М. : Вузовский учебник, 2009. – 320 с.

¹²⁵ Вахрушина М. А. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: учеб. пособие / М. А. Вахрушина, Л. А. Мельникова, Н. С. Пласкова; Под ред. М. А. Вахрушиной. – М. : Вузовский учебник, 2009. – 320 с.

діяльності; для зобов'язань – дисконтована величина чистих відтоків грошових коштів, які, як передбачається, будуть необхідні для погашення зобов'язання в ході нормальної грошової діяльності.

Недоліки: суб'єктивна, оскільки базується на прогнозах; виміряє зміни в очікуваннях, а не реальні результати. Переваги: показує приведену вартість очікуваних грошових потоків і оцінку доходу з економічної точки зору [¹²⁶, с. 201].

Трактування поняття справедливої вартості відповідно до міжнародних та американських стандартів дещо відрізняється. У відповідності до МСФЗ справедлива вартість – це вартість, за якою активи можуть бути обміняні, а зобов'язання погашені в угоді між обізнаними, незалежними і бажаючими це зробити сторонами (МСФЗ 2)¹²⁷. Американські стандарти дещо інакше трактують цей термін: справедлива вартість – це вартість, яка б була отримана при продажу активу або виплачена при передачі зобов'язання в звичайній операції між учасниками ринку на дату оцінки. Для даного визначення деталізується поняття активів і зобов'язань, ціни принципового (найбільш вигідного) ринку; учасників ринку; визначається оцінка за справедливою вартістю для активів і зобов'язань; обговорюються можливі методи оцінки для визначення справедливої вартості; представляється ієрархія справедливої вартості. Переваги: надійна, коли основана на активному ринку; показує вартість продажу, відповідно, і альтернативні затрати в результаті утримання активу; показує очікувану вартість, скориговану на ризик майбутніх грошових потоків від деяких активів; ряд фінансових аналітиків вважають її єдиною інформацією, допустимою для прийняття рішень. Недоліки: суб'єктивна, коли немає надійної ринкової вартості.

Поняття “справедливої вартості” вперше з'явилося в американських стандартах бухгалтерського обліку на початку 90-х років, коли комітетом зі стандартів бухгалтерського обліку США (FASB) були випущені стандарти FAS 105 і 107 (1991 р.), що визначали правила розкриття інформації про фінансові інструменти. В цих стандартах мова йшла не про облік фінансових інструментів за справедливою вартістю, а про розкриття інформації про справедливую вартість фінансових інструментів, які в бухгалтерських книгах і звітах відображались по фактичним витратам. Пізніше в FAS 115 (1993 р.), що встановлював правила обліку боргових і дольових цінних паперів справедлива вартість введена в процес обліку і звітності цінних паперів, що були призначені для продажу. Аналогічна тенденція спостерігалась і в МСФЗ, проте починаючи з 1995 р. Таким чином, найбільш розвинені системи

¹²⁶ Соловьева О.В. Международные стандарты финансовой отчетности. Концептуальные основы подготовки и представления финансовой отчетности / О.В. Соловьева. – М.: Эксмо, 2010. – 288 с.

¹²⁷ Міжнародні стандарти фінансової звітності: [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=92410&cat_id=92408

бухгалтерських стандартів – МСФЗ і US GAAP – розвиваються в напрямку широкого використання справедливої вартості як категорії обліку, а не лише розкриття інформації.

Слід відзначити, що спочатку в FAS 107 використовувався термін “ринкова вартість”, проте він сприймався великою кількістю спеціалістів досить вузько: як вартість, що складається виключно на активному вторинному ринку. Тому даний термін був замінений на “справедлива вартість”.

Велика кількість зарубіжних спеціалістів трактують справедливу вартість як деяке “середнє” та “ідеальне” поняття. “Справедлива вартість являє собою специфічну гіпотетичну ринкову вартість за ідеальних умов” [¹²⁸, с. 326].

“Парадигма справедливої вартості основана на парадигмі корисності для прийняття рішень, яка була встановлена як офіційна ціль розробки стандартів...в той час як модель первісної вартості виникла в результаті різних впливів, серед яких необхідність оцінки діяльності менеджерів, оцінка за справедливою вартістю була введена з посиленням на чітко встановлену ціль звітності: надання інформації, корисної для прийняття рішень інвесторів, щоб вони змогли оцінити вірогідність майбутніх грошових потоків від інвестицій в цінні папери фірми” [¹²⁹, с. 323].

Проте, у зв’язку з глобальним економічним спадом, що відбувся в 2008 р. велика кількість дослідників задалися питанням: чи не є однією з причин цього оцінка за справедливою вартістю?

Аргументи “за” і “проти” цього методу висловлюються впродовж багатьох років. Основний аргумент на користь оцінки за справедливою вартістю всіх активів і зобов’язань полягає в тому, що така інформація несе в собі велику цінність для інвесторів та інших користувачів фінансової звітності. Облік за справедливою вартістю дає в більшій мірі нинішню картину фінансового стану організації, ніж облік за первісною вартістю. У будь-якому випадку використання обліку за справедливою вартістю буде розширюватись. І американські, і міжнародні стандарти бухгалтерського обліку тепер містять широкі вимоги щодо використання справедливої вартості.

Аргумент “за” відображення активів і зобов’язань за історичною вартістю полягає в тому, що ця вартість рідко є суб’єктивною. На відміну від обліку за справедливою вартістю, який може вимагати постійного застосування професійного судження і спеціальної експертизи, облік за первісною вартістю частіше за все об’єктивний і такі суми легко обґрунтувати.

Проте, слід виділити основні проблемні моменти щодо використання

¹²⁸ Hitz J.-M/ The Decision Usefulness of Fair Value Accounting – A Theoretical Perspective. – European Accounting Review, Vol. 16. № 2. 2007. – С. 326

¹²⁹ Hitz J.-M/ The Decision Usefulness of Fair Value Accounting – A Theoretical Perspective. – European Accounting Review, Vol. 16. № 2. 2007. – С. 326

оцінки за справедливою вартістю:

– сам термін “справедлива вартість” є спірним, так як складається думка про те, що всі інші оцінки є “несправедливими”;

– є спірним необґрунтоване занадто широке використання даного виду оцінки, так як збільшується можливість маніпуляцій з оцінкою статей балансу і відповідним відображенням прибутків та збитків [¹³⁰, с. 112].

Велика кількість спеціалістів відмічають загальний напрям збільшення використання оцінки за справедливою вартістю замість первісної. “У звітність включається все більше і більше інформації, що основана на справедливій вартості і ця тенденція буде продовжуватись” [¹³¹, с. 97].

В опублікованому в грудні 2008 р. документі “Доповідь і рекомендації до розділу 133 закону “Про термінові міри економічної стабілізації в 2008 р.”: дослідження обліку за поточними цінами” SEC не лише дозволила використання обліку за справедливою вартістю, але й розширила сферу його застосування ¹³².

SFAS 159 “Право вибору справедливої вартості для фінансових активів і фінансових зобов’язань” означає нову важливу фазу посилення ролі обліку за справедливою вартістю в ГААП США. Відповідно до SFAS 159 підприємства можуть обирати облік за справедливою вартістю по відношенню до багатьох активів і зобов’язань.

Відповідно до SFAS 159 більшість фінансових активів і зобов’язань можуть обліковуватись за справедливою вартістю. Фінансові активи зазвичай включають грошові кошти, участь в капіталі інших компаній, дебіторську заборгованість та деякі інші суми. Не дозволяється обліковувати за справедливою вартістю лише деякі активи і зобов’язання, серед яких: участь в компаніях, які повинен консолідувати власник, деякі активи і зобов’язання, що виникли в результаті використання планів виплат працівникам, активи і зобов’язання, пов’язані з орендою і депозитами за вимогою.

Відносно активів вибір обліку за справедливою вартістю означає, що активи, які раніше обліковувалися за найменшою із первісної або справедливої вартості (тобто можна було робити разові коригування справедливої вартості, якщо вона опускалася нижче первісної, але у випадку, якщо вона перевищувала первісну, коригування не здійснювались), тепер постійно відображаються за справедливою вартістю. Це означає, що якщо справедлива вартість активу зростає вище його первісної вартості, в фінансовій звітності визнається дохід, а актив переоцінюється до більшої з двох вартостей. Відповідно до обліку за історичною вартістю в обліку

¹³⁰ Соловьева О.В. Международные стандарты финансовой отчетности. Концептуальные основы подготовки и представления финансовой отчетности / О.В. Соловьева. – М.: Эксмо, 2010. – 288 с.

¹³¹ Leuz C. IAS versus U.S. GAAP: Information Asymmetry-based Evidence from Germany’s New Market // Journal of Accounting Research. – 2003. – No. 41. – P. 427-445.

¹³² ОПБУ США: теория и практика: [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://edu.gaap.ru/companies/pwc/seminars/opbu_usa/none

відображалось лише зниження справедливої вартості нижче первісної, але ніколи не відображалось її перевищення.

Керівництво по використанню справедливої вартості SFAS 157 є значно ширшим, в порівнянні з IFRS. У визначенні справедливої вартості в GAAP спеціальне значення мають наступні елементи:

– Звичайна угода – мається на увазі, що справедлива вартість основана на звичайній угоді. Це означає аналіз ринку за період, що передує даті змін, це вибір типових зразків аналогічних угод. Звичайний продаж – це той продаж, що проводиться не в результаті ліквідації чи інших важких для підприємства обставин, Ознаки вимушених угод можуть включати: недостатність часу для вивчення ринку активу, який необхідно реалізувати впродовж найближчого часу; наявність єдиного покупця або обмеженого кола покупців; юридична вимога продати актив. Чи є угода звичайною або надзвичайною визначається за допомогою професійного судження. На базі цього може і виникнути ризик махінацій на базі використання справедливої вартості, якщо угода не є звичайною. Тому було випущено додаткове керівництво щодо цього питання.

– Основний або найбільш привабливий ринок – передбачає, що угода повинна проводитись на звичайному ринку, ринок повинен бути самим крупним за обсягами продажу даного виду активу. Очевидно, що найкращим є наявність активного ринку, тобто ринку, на якому угоди проводяться досить часто, без примусу, а учасники є незалежними один від одного. Зразком такого ринку є фондова біржа, дилерський ринок.

– Витрати на виконання угоди в порівнянні з витратами на доставку – справедлива вартість повинна встановлюватись без урахування витрат на виконання угоди. Проте, якщо доставка активу на ринок зменшить доходи, то необхідно це врахувати.

– Найкраще використання активу – найкраще використання означає, що воно фізично можливе, юридично законне і фінансово вигідне. Це також вимагає професійного судження, що може стати фактом маніпуляцій: викривлення найкращого використання активу з метою завищення його справедливої вартості [¹³³, с. 26-27].

Слід звернути увагу і ще на один аспект застосування справедливої вартості. Справа в тому, що облік за справедливою вартості та розкриття інформації про справедливу вартість – це різні способи розкриття інформації щодо справедливої вартості, що мають різні наслідки як з точки зору відображення фінансових даних у звітності, так і з точки зору аналізу цих даних користувачами звітності.

Відображення активів за справедливою вартості призводить до зміни не тільки даних в балансі, а й фінансових результатів діяльності підприємства, що відображаються в звіті про прибутки та збитки і звіті про

¹³³ Джерард М. Зак. Справедливая отчетность – соблазны манипулирования отчетностью. Новые глобальные риски и методы их выявления. Пер. с англ. – М. : Маросейка, 2011. – 230 с.

зміни в капіталі, в той час як розкриття інформації щодо справедливої вартості надає користувачеві додаткові дані для аналізу діяльності підприємства, не змінюючи при цьому даних звітності. Значні складності при розподілі справедливої вартості виникають в умовах відсутності активного ринку. В цьому випадку значна частка відповідальності за прийняте рішення щодо оцінки активу лежить на менеджменті підприємства. Однак прихильники справедливої вартості вказують на те, що органи управління підприємства краще, ніж будь-хто інший, обізнані про справедливую вартість активів, якими володіє підприємство, тому основна складність в даному випадку зводиться до наявності відвідних доказів правильності зробленої оцінки.

Ще однією проблемою застосування даного методу оцінки є витратність методу обліку за справедливою вартістю, тому що впровадження даного методу замість методу обліку за фактичного витратами, безумовно, вимагає додаткових витрат.

І, нарешті, однією з найбільших проблем щодо обліку за справедливою вартістю є дотримання одного з ключових принципів бухгалтерського обліку – принципу обачності. Вважається, що використання справедливої вартості порушує даний принцип, тому при підготовці звітності слід мінімізувати різного роду невизначеності, які можуть виникати.

Джерард М. Зак [¹³⁴, с. 50] виділяє наступні схеми маніпуляцій з фінансовою звітністю, що основані на оцінці активів за справедливою вартістю:

- створення фіктивних активів і капіталізації витрат, які необхідно було відображати в якості поточних витрат;
- відмова від відображення збитку від знецінення активу, що виник в результаті зниження його справедливої вартості нижче зафіксованої балансової вартості;
- неправомірне віднесення нереалізованих збитків на сукупний дохід, в той час як вони повинні відобразитися в звіті про прибутки і збитки;
- використання неправомірно довгих строків корисного використання, в результаті чого активи залишаються в обліку за завищеною балансовою вартістю впродовж більш тривалого періоду часу, ніж це необхідно;
- неправильна класифікація необоротних активів як оборотних з метою завищення коефіцієнта поточної ліквідності організації;
- невірна класифікація довгострокових активів як тих, що не підлягають амортизації, в той час як вони повинні амортизуватися, в результаті чого балансова вартість в обліку зберігається довше, ніж це необхідно;
- махінації визнання результату переоцінки активу, що відображається за справедливою вартістю.

¹³⁴ Джерард М. Зак. Справедливая отчетность – соблазны манипулирования отчетностью. Новые глобальные риски и методы их выявления. Пер. с англ. – М. : Маросейка, 2011. – 230 с.

Мотиви здійснення тієї чи іншої махінації однакові – створення ілюзії привабливості тієї чи іншої організації з фінансової точки зору.

Схеми, основані на зобов'язаннях:

- виключення зобов'язань з фінансової звітності;
- заниження величини визнаних зобов'язань за допомогою використання допустимих методів оцінки або практики визнання виручки;
- неправомірне визнання поточних зобов'язань в якості довгострокових з метою збільшити коефіцієнт поточної ліквідності організації;
- вибір обліку за справедливою вартістю для деяких зобов'язань з метою викривлення їх оцінки.

Слід відзначити, що ніде облік за справедливою вартістю не викликає стільки критики, як в частині зобов'язань. На відміну від активів, для яких існують активні ринки, на які можна покластися при визначення надійної оцінки, для визначення справедливої вартості зобов'язань існує набагато менше таких ринків.

Ще одним фактором, що впливає на справедливу вартість є ризик того, що борг не буде повернений. Одним цікавим моментом щодо обліку за справедливою вартістю є те, що по мірі того, як росте вірогідність погашення заборгованості компанією, що поводить себе чесно і розраховується з боргами, росте і її справедлива вартість, і, як наслідок, величина зобов'язання, що відображається в обліку. Іншими словами, власна кредитоспроможність впливає на справедливу вартість зобов'язання так, що це може заплутати користувача фінансової звітності.

Отже, оцінка – це процес визначення грошової величини, в якій елемент фінансової звітності визнається і відображається в балансі та звіті про прибутки та збитки. Дане питання є досить актуальним та важливим з точки зору формування корисної інформації для прийняття рішень.

На даному етапі в системі американських стандартів застосовується метод змішаних оцінок, проте спостерігається досить стрімка тенденція до застосування методу оцінки за справедливою вартістю.

Відповідно до американських стандартів, справедлива вартість – це вартість, яка б була отримана при продажу активу або виплачена при передачі зобов'язання в звичайній операції між учасниками ринку на дату оцінки.

Застосування оцінки за справедливою вартістю має кілька проблемних питань, серед яких: сам термін “справедлива вартість” є спірним, так як складається думка про те, що всі інші оцінки є “несправедливими”; необґрунтоване занадто широке використання даного виду оцінки, так як збільшується можливість маніпуляцій з оцінкою статей балансу і відповідним відображенням прибутків та збитків. Тому є необхідним уточнення самого поняття “справедлива вартість” та вживання заходів щодо підвищення надійності таких оцінок.

Наявна велика кількість схем щодо маніпуляцій з фінансовою звітністю, що основані на оцінці активів за справедливою вартістю, серед

яких: створення фіктивних активів і капіталізації затрат, які необхідно було відобразити в якості поточних витрат; відмова від відображення збитку від знецінення активу, що виник в результаті зниження його справедливої вартості нижче зафіксованої балансової вартості; неправомірне віднесення нереалізованих збитків на сукупний дохід, в той час як вони повинні відобразитися в звіті про прибутки і збитки; використання неправомірно довгих строків корисного використання, в результаті чого активи залишаються в обліку за завищеною балансовою вартістю впродовж більш тривалого періоду часу, ніж це необхідно; неправильна класифікація необоротних активів як оборотних з метою завищення коефіцієнта поточної ліквідності організації; махінації визнання результату переоцінки активу, що відображається за справедливою вартістю; виключення зобов'язань з фінансової звітності.

Щодо зобов'язань, можливими є наступні порушення: заниження величини визнаних зобов'язань за допомогою використання допустимих методів оцінки або практики визнання виручки; неправомірне визнання поточних зобов'язань в якості довгострокових з метою збільшити коефіцієнт поточної ліквідності організації; вибір обліку за справедливою вартістю для деяких зобов'язань з метою викривлення їх оцінки.

РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ

3.1. Особливості роботи фахівця у сфері цифрового маркетингу

УДК 339.138

Чубукова О.Ю.

д.е.н., професор,

завідувач кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Київський національний університету технологій та дизайну

Пономаренко І.В.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Київський національний університету технологій та дизайну

3.1. Особливості роботи фахівця у сфері цифрового маркетингу

У сучасних умовах спостерігається інтенсифікація впровадження досягнень сучасної науки, що призводить до трансформації соціально-економічних взаємовідносин на глобальному та національному рівнях. Диференціація розвитку окремих країн та видів економічної діяльності характеризується рівнем запровадження інноваційних технологій. Усвідомлення національними органами державного управління необхідності запровадження передових технологій відображається у відповідних стратегіях розвитку, орієнтованих на стале економічне зростання та посилення конкурентних позицій окремої держави у глобальному економічному середовищі. В окреслених умовах перед органами державного управління виникає потреба не лише у розробці відповідних нормативно-правових актів, але й у забезпеченні фактичної реалізації намічених завдань. Важливим елементом інновацій виступають цифрові технології, які використовують електронне обладнання та дозволяють прискорювати і полегшувати різноманітні процеси. Представлені технології відіграють важливу роль у сфері маркетингу, оскільки дозволяють підвищити ефективність взаємовідносин між компаніями та клієнтами. Діджиталізація маркетингу є об'єктивним процесом сучасності та одним з ключових процесів для компанії, який дозволяє оптимізувати її діяльність та отримати конкурентні переваги порівняно з іншими суб'єктами на ринку. В даних умовах на ринку праці існує стабільний попит на фахівців у сфері цифрового маркетингу. Зазначений вид маркетингу включає значну кількість напрямів функціонування компанії як в мережі Інтернет та і в офлайн цифровому середовищі. Широке коло специфічних завдань, які необхідно виконувати в рамках маркетингових дій, передбачає залучення маркетологів зі специфічними знання та навичками, а також рівнем кваліфікації. В першу чергу мова йде про транснаціональні корпорації, які мають складну

організаційну системи та включають структурні маркетингові підрозділи зі значною кількістю працівників. Враховуючи той факт, що цифровий маркетинг є доволі молодим напрямом, необхідно дослідити перелік професій для даного виду діяльності та посадові обов'язки, якими повине володіти претендент на відповідну вакансію¹³⁵.

Для виокремлення основних професій у сфері цифрового маркетингу на першому етапі розглянемо основні переваги даного маркетингу:

1. Новий напрям маркетингу, що базується на інноваційних технологіях та сучасних комунікаційних підходах залучення цільової аудиторії, сприяє активному росту даного ринку. Значні перспективи кар'єрного та особистого розвитку, високий рівень зарплат, престижність роботи у даному сегменті призводять до залучення молодих фахівців, які займають активну життєву позицію та вміють ефективно працювати з передовими технологіями, швидко адаптуючись до змін навколишнього середовища.

2. Сучасні Digital-компанії у багатьох випадках створюють неформальну робочу атмосферу, що позитивно впливає на продуктивність праці робітників. Дослідження показують, що лояльне ставлення до працівників, відсутність дрес-коду, гнучкість режиму роботи, наявність кімнат для відпочинку тощо, виступають у якості мотивуючого фактор у виробничому процесі. В деяких компаніях співробітники, які працюють у сфері цифрового маркетингу, виконують посадові обов'язки дистанційно, оскільки специфіка завдань дозволяє їх реалізовувати поза межами компанії, а комунікації з іншими співробітниками та керівництвом можливо здійснювати за допомогою сучасних технологій. Необхідно зауважити, що для деяких категорій співробітників існують більш формальні правила, які регламентують умови праці (account-менеджери, працівники відділу з розвитку бізнесу та ін.).

3. Демократичність у відносинах в середині компанії між усіма працівниками, у тому числі між фахівцями у сфері цифрового маркетингу, дозволяє оптимізувати комунікації. Представлений підхід сприяє підвищенню ефективності прийняття рішень, рівноправному обговоренню різноманітних маркетингових стратегій та колегіальному прийняттю рішень щодо вибору комунікацій з цільовою аудиторією за допомогою різноманітних каналів, у тому числі й цифрових.

4. Молоді покоління значну частину власного часу витрачають на мережу Інтернет, яка використовується даною категорією населення для дозвілля, а також може слугувати місцем роботи. Посадові обов'язки Інтернет-маркетолога дозволяють багатьом представникам молодших вікових груп працездатного віку трансформувати власні хоббі у сфері цифрового середовища у повноцінну та високооплачувану роботу.

5. В процесі реалізації цифрової маркетингової кампанії використовуються різноманітні канали. Для ефективної взаємодії з цільовою

¹³⁵ Digital Marketing Tutorial [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.tutorialspoint.com/digital_marketing/index.htm

аудиторією через окремий канал, необхідно створювати специфічний контент, що позитивно сприймається потенційними клієнтами та відповідає технічним вимогам зазначеного каналу. В процесі створення тематичного контенту, у переважній більшості випадків, маркетолог має можливість творчо підійти до його створення. Бажання до створення контенту та наявність певних здібностей перетворюють повсякденну роботу Інтернет-маркетолога у творчий процес: написання цікавих текстів; створення якісних аудіо, відео (вірусний ролик) або візуалізованих матеріалів (інфографіка з дизайном, презентація, картинка, фото) тощо. Моральне задоволення працівника в ході виконання посадових обов'язків завдяки творчому процесу дозволяє максимізувати ефективність отриманих результатів¹³⁶.

Специфіка функціонування ринку цифрового маркетингу передбачає реалізацію комплексу діджитал заходів у більшості випадків в Інтернеті, тому доцільно проводити дослідження саме зазначеної групи професій. На рисунку 1 представлено основні напрями роботи у цифровому маркетингу.



Рис. 1. Інструменти цифрового маркетингу¹³⁷

1. Пошукова оптимізація (SEO – Search Engine Optimization) представляє собою комплекс дій, які орієнтовані на збільшення органічного трафіку у пошукових системах. Спеціалізоване програмне забезпечення: Linkody, SE Ranking, Wix, SEMrush, Moz Pro тощо.

2. Контент-маркетинг (Content Marketing) – технологія залучення цільової аудиторії до компанії або торговельної марки шляхом створення та розповсюдження асоційованої корисної інформації, яка дозволить

¹³⁶ Офіційний сайт Internet Marketing Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://imanetwork.org/>

¹³⁷ Работа и вакансии в Digital Marketing [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mediajobs.ru/analytics/rabota-i-vakansii-v--digital-marketing>

привернути увагу потенційних клієнтів. Спеціалізоване програмне забезпечення: HubSpot, Infusionsoft, Marketo, Mediafly, Roojoom тощо.

3. Email маркетинг (Email Marketing) дозволяє за допомогою автоматизованих розсилок цільовій аудиторії електронних листів будувати ефективну комунікацію зі споживачами. Спеціалізоване програмне забезпечення: Zoho Campaigns, Campaign Monitor, EmailOctopus, SENDER, MailChimp тощо.

4. Маркетинг у соціальних мережах (SMM – Social Media Marketing) передбачає залучення цільової аудиторії через соціальні мережі завдяки створенню тематичного контенту, який відповідає інтересам певної групи користувачів та вписується у специфіку функціонування окремої соціальної мережі. Спеціалізоване програмне забезпечення: Lithium Social Media Management, Loomly, Promo by Slidely, AgoraPulse, Zoho Social тощо.

Деякі компанії повинні приділяти більшу увагу окремим соціальним мережам, виділяючи їх особливості, що призвело до появи:

- Facebook Marketing;
- Pinterest Marketing;
- Twitter Marketing;
- LinkedIn Marketing;
- YouTube Marketing та ін.

5. Онлайн реклама (Online Advertising) – потужний маркетинговий інструмент, який дозволяє залучити клієнтів у мережі Інтернет завдяки використанню різноманітних варіантів рекламних повідомлень (контекстна, медійна, спам, текстова, тізерна реклама, цільова сторінка тощо). Спеціалізоване програмне забезпечення: Asana, FreshBooks, monday.com, WordStream Advisor, Workfront тощо.

6. Контекстна реклама – це один з типів онлайн реклами, що передбачає вибір відвідувачів на основі певних інтересів, які співпадають з тематикою рекламних повідомлень, та демонстрацію їм відповідного контенту. Спеціалізоване програмне забезпечення: Google AdWords, AdSense, Precise.TV тощо.

7. Веб-аналітика (Web-Analytics) представляє собою гнучку систему вимірювання та збору інформації про активність на сайті, яку можна всебічно проаналізувати та розробити ефективні рішення щодо підвищення функціональних можливостей веб-ресурсу у відповідності з потребами відвідувачів з одночасною оптимізацією затрат компанії на підтримку сайту. Спеціалізоване програмне забезпечення: Google Analytics, Adobe Analytics, Twitter Counter, Appsee Mobile Analytics, Bing Webmaster Tools тощо.

8. Мобільний маркетинг – це комплекс заходів, які реалізуються за допомогою мобільних пристроїв, та орієнтовані на просування товарів і послуг з урахуванням особливостей даної технології. Спеціалізоване програмне забезпечення: Deep Linking Platform, SendPulse, TextMagic, AppsFlyer, Mobiniti тощо.

9. Ігровий маркетинг за своєю сутністю є ігровою індустрією, яка залучає цільову аудиторію на основі їх зацікавленості у іграх різного жанру.

У багатьох випадках ігри безкоштовні для користувачів, проте додаткові опції (можливості героїв, підказки, предмети тощо) є платними. Для популяризації певної гри використовуються різноманітні цифрові канали, серед яких важливе місце займають блогери, що тестують ігри та на відповідних YouTube каналах розміщують тематичні відео. Представлені відео можуть містити багато цікавої інформації про певні ігри для цільової аудиторії та виступають як рекламні повідомлення. У даному випадку компанія оплачує послуги блогерів, які користуються певною популярністю та авторитетом серед потенційних користувачів, що збільшує ймовірність використання цільовою аудиторією зазначених в оглядах ігор.

До найважливіших якостей фахівця у сфері цифрового маркетингу відносяться:

- креативність;
- аналітичний склад розуму;
- постійне прагнення до освоєння нового;
- особливе чуття на модні тенденції в Інтернеті;
- вміння працювати на випередження конкурентів і знаходити вихід з тупикових ситуацій;
- ініціативність;
- відповідальність;
- посидючість та терпіння;
- вміння вести переговори;
- здатність працювати з великими обсягами інформації;
- уміння переключатися з креативної роботи на рутинну;
- завзятість в подоланні труднощів;
- комунікабельність;
- лідерські якості¹³⁸.

Враховуючи незначний період функціонування ринку цифрового маркетингу, його динамічний розвиток та появу нових технологій, які впливають на трансформацію посадових обов'язків та розширення їх переліку, на даний момент відсутня науково обгрунтована класифікація професій маркетологів у діджитал сфері. Виходячи з аналізу наукової літератури та наявних вакансій у сфері Інтернет-маркетингу було проведено систематизацію професій у досліджуваному виді діяльності. Слід зазначити, що престижність професії маркетолога та її діджиталізація призвели до міграції на вакансії маркетологів фахівців у сфері дизайну, програмістів та ін. На рисунку 2 представлено класифікацію фахівців у сфері цифрового маркетингу за специфікою роботи.

I. До першої групи увійшли працівники, які займаються питаннями створення певного контенту та розвитком існуючих в мережі Інтернет ресурсів, що мають певну цільову аудиторію. Головними завданнями фахівців даної групи є забезпечення комунікації з існуючими клієнтами і, по

¹³⁸ Інтернет-маркетолог [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.profguide.ru/professions/internet_marketer.html

можливості, залучення нових користувачів завдяки використанню дієвих маркетингових інструментів. В зазначену групу входять:

- Копірайтер – займається підготовкою та написанням текстових матеріалів на сайт або інший онлайн ресурс (емейл, соціальні мережі, форуми, додатки тощо).

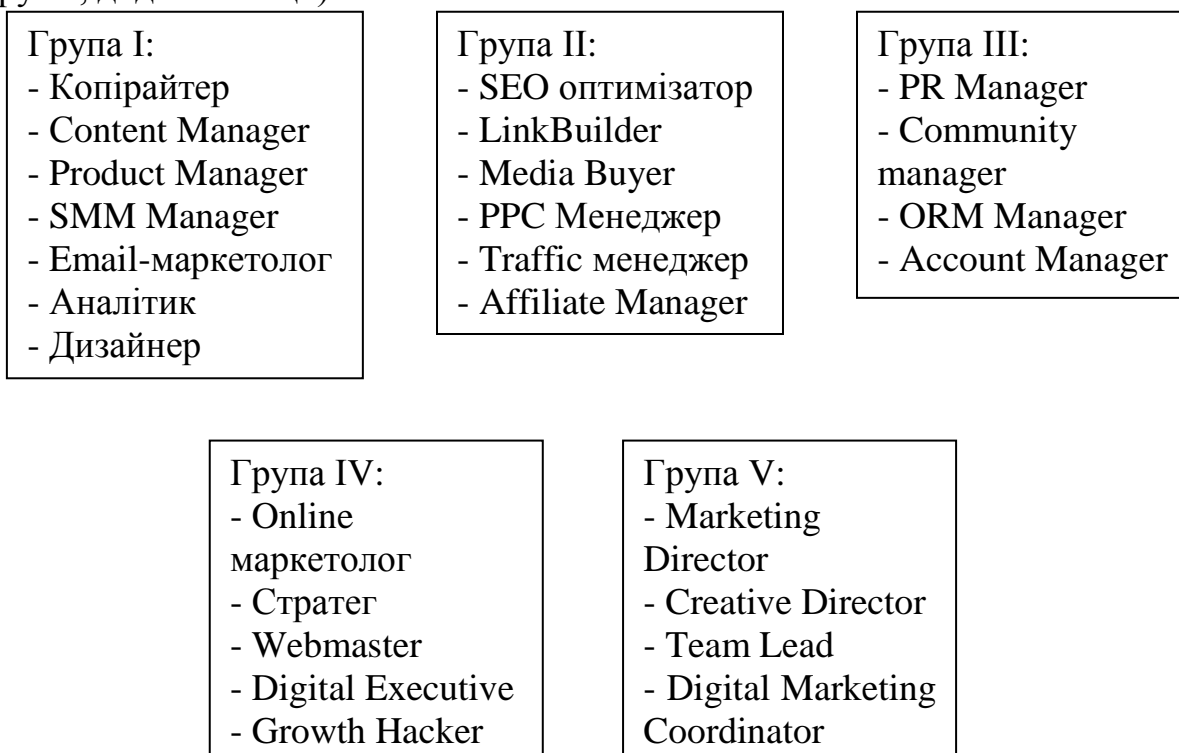


Рис. 2. Класифікація фахівців у сфері цифрового маркетингу за специфікою роботи¹³⁹

- Content Manager – відповідає за розміщення контенту на сайті, до обов’язків даного працівника може входит створення контенту та робота копірайтера. Поряд з цим, працівник може просто додавати дані за шаблоном (наприклад, створення карток товарів в Інтернет-магазинах).

- Product Manager – займається розробкою функціоналу онлайн-сервісу з метою збільшення конверсії відвідувачів, поліпшення його зручності для користувачів.

- SMM Manager – розміщує тематичний контент у відповідності зі специфікою соціальної мережі та окремої цільвої групи, а також тісно співпрацює з аудиторією, шляхом реалізації певних моделей спілкування. В окремих випадках займається розкручуванням акаунту компанії або певної групи за допомогою платних та безкоштовних інструментів.

- Email-маркетолог – займається підготовкою і проведенням розсилок по базі емейл адрес (ручних, тригерних, транзакційних). Даний працівник розподіляє цільову аудиторію на групи та відсилає певний тематичний контент за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення, яке може

¹³⁹ Популярные специальности в Digital маркетинге [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine.net/urok-3-populyarnye-specialnosti-v-digital-marketinge/#.W8y9u2gzbiU>

автоматично здійснювати розсилку при настанні певних подій (наприклад, день народження, Новий рік, розпродаж залишків колекції, гарячі туристичні пропозиції тощо).

- Аналітик – займається комплексним аналізом інформації на Інтернет-ресурсах компанії. На основі отриманих даних розраховуються показники відвідування ресурсів, їх конверсії, ефективності різноманітних дій компанії у цифровому середовищі тощо.

- Дизайнер – створює графічні матеріали для онлайн ресурсів. Зазначена група працівників не відноситься до категорії Інтернет-маркетологів у класичному розумінні, проте особливості розвитку діджитал маркетингу передбачають використання значної кількості візуалізованого контенту, що вимагає залучення спеціалістів у сфері створення графічних об'єктів. Створення візуалізованих матеріалів з урахуванням специфіки маркетингу вимагає співпраці дизайнера з професійним маркетологом або безпосереднє володіння певними знаннями у предметній сфері.

II. Головними обов'язками фахівців другої групи є залучення нових відвідувачів на ресурси компанії в мережі Інтернет.

- SEO оптимізатор – займається підвищенням позицій компанії у пошуковій видачі. Головна мета даного працівника створити умови для виходу ресурсів компанії в мережі Інтернет на лідируючі позиції у пошуковиках (Топ-5, Топ-10, Топ-20 тощо), що дозволяє компанії залучити більшу кількість потенційних клієнтів. Враховуючи конкурентну боротьбу між компаніями та активну роботу їх SEO-фахівців, існує потреба у проведенні SEO оптимізатором комплексу заходів щодо забезпечення лідируючих позицій компанії у результатах пошуку на постійній основі.

- LinkBuilder – представляє собою підвид професії SEO оптимізатор та займається розміщенням посилань на ресурс, що просувається, на сторонніх майданчиках.

- Media Buyer – займається закупівлею реклами для просування проекту. У багатьох випадках працює з класичною медійною рекламою (оплата за покази), але може використовувати PPC і CPA моделі.

- PPC Менеджер – займається закупівлею реклами, у більшості випадків за моделлю PPC. Виходячи з середовища розміщення реклами, фахівець використовує наступні інструменти: AdWords, Facebook Ads, тизерну мережу тощо.

- Traffic менеджер – займається закупівлею реклами (CPM, CPC, CPA) для просування ресурсів або для перепродажу трафіку (відвідувань з реклами) в інші системи.

- Affiliate Manager – створює та просуває партнерські програми для ресурсу компанії (оплата за цільову дію). До посадових обов'язків даного працівника входить залучення і утримання партнерів.

III. До третьої групи входять професії, які повинні формувати позитивний імідж компанії в Інтернеті, працювати з цільовою аудиторією та клієнтами.

- PR Manager – просуває компанію через публікації в онлайн ресурсах, проводить онлайн заходи, формує позитивне сприйняття аудиторією бренду в мережі Інтернет.

- Community manager – створює умови для підвищення лояльності цільової аудиторії до бренду та його просування в сторонніх спільнотах. На відміну від SMM менеджера частіше працює з форумами, slack-каналами та іншими ресурсами.

- ORM Manager (Online Reputation Manager) – середня позиція між PR і Community менеджером. Займається створенням позитивної репутації бренду і його просуванням в спільнотах. Поряд з цим, може займатися очищенням пошукової видачі від негативу, роботою з сервісами оглядів, питань і відповідей тощо.

- Account Manager – займається супроводом клієнтів або партнерів компанії (допомога в роботі, узгодження брифів, ідентифікація бажань клієнтів та створення на основі отриманих результатів завдань для фахівців компанії). Зазначена посада в основному поширена у маркетингових агенствах. У невеликих компаніях даний працівник може займатися продажами послуг.

IV. До четвертої групи входять спеціальності, посадові обов'язки в яких передбачають володіння комплексними знання в декількох сферах Інтернет-маркетингу.

- Online маркетолог – фахівець володіє знаннями для проведення комплексної експертизи, займається поліпшенням функціоналу сайту і конверсії на ньому, аналітикою, залученням і утриманням аудиторії.

- Стратег – розробляє стратегії просування бренду (ресурсу в Інтернеті). Для виконання посадових обов'язків на високому рівні повинен добре розуміти специфіку компанії та її продуктів, цільову аудиторію, конкурентів, розбиратися в каналах просування і способах утримання відвідувачів. У більшості випадків зазначена посада існує в маркетингових агенствах.

- Webmaster – незалежні Інтернет-маркетологи, які роблять і розвивають власні проекти.

- Digital Executive – займається комплексним налаштуванням каналів просування проектів: SMM, SEO, Ads, ORM тощо. В основному зазначена позиція розповсюджена в маркетингових агенствах.

- Growth Hacker – порівняно нова спеціальність, головним завданням є знаходження і впровадження рішень щодо швидкого росту проектів. Повинен володіти знаннями з трьох груп дисциплін: технічних, маркетингових і психологічних.

V. До даної групи входять керівні посади.

- Marketing Director – керує відділом, розробляє стратегії просування онлайн-проектів, вирішує питання бюджетування, приймає участь у формуванні основних KPI та визначенні термінів їх досягнення.

- Creative Director – розробляє креативні стратегії просування проектів, очолює креативний відділ (копірайтери, дизайнери).

- Team Lead – керівник команди всередині маркетингового відділу. Команди можуть бути різні і залежать від специфіки компаній (seo-спеціалісти, копірайтери, прс спеціалісти та ін.).

- Digital Marketing Coordinator – координує роботу незалежних компаній, які об'єднані в холдингові організації, та мають власні маркетингові відділи. Головною метою даного фахівця є розробка загальної маркетингової стратегії холдингу та оптимізація маркетингових витрат¹⁴⁰.

Розвиток кар'єри фахівця у сфері Інтернет-маркетингу в компанії представлено на рисунку 3.

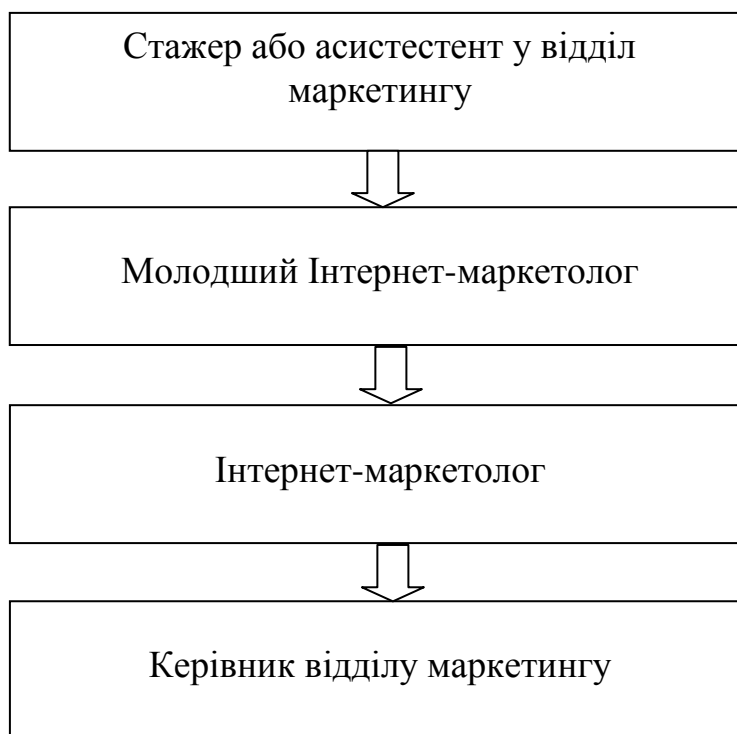


Рис. 3. Кар'єра фахівця у сфері Інтернет-маркетингу в компанії

Поряд з класичним розвитком кар'єри у сфері Інтернет-маркетингу існують різноманітні варіанти непокрокового переходу за шаблями системи управління.

На ринку фрілансу представлена схема взагалі не актуальна, оскільки працюючі на себе маркетологи розвивають навички у відповідності з потребами ринку на основі особистими рис, що унеможлиблює у багатьох випадках ідентифікувати їх кар'єрне зростання.

Слід зауважити, що наведений список спеціальностей та їх класифікація є орієнтовною, оскільки в залежності від специфіки компанії та її організаційної системи, назва професії та функціональні обов'язки можуть змінюватись або комбінуватись. Трансформація цифрового маркетингу та ринкового середовища сприятиме появі нових професій у даній сфері.

¹⁴⁰ Популярные специальности в Digital маркетинге [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine.net/urok-3-populyarnye-specialnosti-v-digital-marketinge/#.W8y9u2gzbiU>

3.2. Етапи створення ефективної маркетингової стратегії на підприємстві

На сьогоднішній день з розвитком ринкових реформ в Україні, створення і процес розробки ефективної стратегії підприємства є важливою конкурентною перевагою над іншими організаціями.

Процес вибору стратегії залежить від позиції, яку воно займає на цільовому ринку, динаміки власного розвитку, реального кадрового та виробничого потенціалу, особливостей поведінки конкурентів, специфіки продукції, що виробляється чи послуг, що надаються, рівня якого досягла національна економіка, культурного та соціального середовища тощо. Уніфікованої стратегії для всіх фірм та на всі часи не існує.

Успіх підприємства в умовах конкурентної боротьби обумовлюється здійсненням ефективної побудови стратегічної концепції, постійного моніторингу позицій на ринку, дослідженням сильних та слабких сторін власної господарської діяльності і конкурентів, здатністю пристосовуватись до змін ринкових ситуацій.

Стратегічний маркетинг вважається значною частиною розвитку будь-якого бізнесу, без якого не обійтись, якщо підприємство має намір вести ефективну і прибуткову діяльність.

На сьогоднішній день успіх фірми безпосередньо залежить від якісно розробленої та організованою маркетингової стратегії.

Стратегія — це визначення основних довгострокових цілей та завдань підприємства, затвердження курсу дій і розподілу ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей.

Після формування маркетингових цілей розробляється маркетингова стратегія. Цілі встановлюють напрям руху фірми в ринковому середовищі, а стратегія визначає метод реалізації цілей.

Наведені щойно визначення вказують на те, що стратегія — це координуючий, об'єднуючий фактор між цілями і ресурсами фірми. За визначенням американських дослідників, питома вага маркетингової стратегії в загальній стратегії фірми становить близько 80%¹⁴¹.

У нестабільному середовищі формування й утримання конкурентних переваг охоплює увесь механізм діяльності підприємства, пов'язаний із створенням, виробництвом та реалізацією продукції.

Великого значення набувають організаційні та соціальні фактори діяльності підприємства, а також зростаюча роль нематеріальних ресурсів, включаючи нематеріальні активи й компетенції (навички) у досягненні стратегічного успіху підприємства та забезпеченні конкурентних переваг.

¹⁴¹ Куденко Н. Стратегічний маркетинг [Текст]: Навч. посібник. — Вид. 2-ге, без змін. / Н. В. Куденко. — К.: КНЕУ, 2006. — 152 с. (ст.11)

Стратегічний маркетинг трактують як систему організації діяльності підприємства із розробки, виробництва і збуту товарів і надання послуг на основі комплексного вивчення ринку і реальних запитів покупців¹⁴².

Місце стратегічного маркетингу у структурі управління маркетингом фірми (тобто у структурі маркетингового менеджменту) визначається тим, що він охоплює стадію планування маркетингу в аспекті постановки маркетингових цілей і розроблення маркетингових стратегій¹⁴³.

У свою чергу, розробка маркетингової стратегії підприємства — це процес створення і практичної реалізації генеральної програми дій підприємства. Її мета — ефективне розміщення ресурсів для досягнення цільового ринку.

Предметом є вирішення питань щодо того, які продукти (стратегічні простори) мають бути освоєні підприємством і яким чином це можна виконати.

Основними завданнями у розробці маркетингової стратегії є такі: визначення цілей та напрямів діяльності підприємства; координація різних напрямів діяльності; оцінка слабких і сильних аспектів підприємства, його ринкових можливостей та загроз з боку ринку; визначення альтернативних варіантів реалізації напрямів діяльності підприємства; створення умов для ефективного розподілу продукції підприємства; оцінка маркетингової діяльності підприємства¹⁴⁴.

Для вибору прийнятної маркетингової стратегії потрібно узгодити цілі маркетингу із загальними цілями підприємства з метою запобігання протиріччям маркетингової стратегії та загальної стратегії розвитку підприємства.

На вибір маркетингової стратегії впливає також позиція підприємства на ринку, забезпеченість його ресурсами, рівень витрат на виробництво й маркетинг.

Розробка ефективної маркетингової стратегії залежить від наступних чинників:

- аналіз потреб індивідів та організацій;
- ідентифікація, відбір і впорядкування товарних ринків (сегментів);
- прогнозування попиту на них.

Стратегічний маркетинг - це процес планування, метою якого є встановлення чіткого напрямку і єдиної мети для всіх маркетингових заходів. Його висновки документуються в маркетинговий план, який регулярно оновлюється.

¹⁴² Бойчук І. В. Світовий досвід використання стратегічного маркетингу в діяльності підприємств [Текст] / І. В. Бойчук // Формування ринкової економіки: 36. наук, праць. Спец. вип. Маркетинг в Україні: теорія та практика — К.: КНЕУ, 2009. — 655 с. — С. 235—245.

¹⁴³ Куденко Н. Стратегічний маркетинг [Текст]: Навч. посібник. — Вид. 2-ге, без змін. / Н. В. Куденко. — К.: КНЕУ, 2006. — 152 с (сюб).

¹⁴⁴ Дем'яненко С.І. Менеджмент аграрних підприємств: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2005. — 347 с. (с.311).



Рис. 1 Ключові етапи стратегії

Існує п'ять ключових етапів стратегічного маркетингу, а саме:

1. Визначення місії;
2. Аналіз ситуації;
3. Постановка задач;
4. Розробка маркетингової стратегії;
5. Планування оцінки.

Перший крок у стратегічному маркетингу полягає в тому, щоб сформулювати причину існування підприємства і те, як воно може принести користь цільовим споживачам в довгостроковій перспективі. Зокрема, це завдання місії призначене для прогнозування майбутнього і опису поточної ролі продукту, послуги або досвіду організації. Наприклад, місія авіакомпанії може полягати в забезпеченні постійних інновацій в глобальних перевезеннях. Лікарня могла б заявити місію очолити роботу по поліпшенню охорони здоров'я і освіти.

Організації проводять ситуаційний аналіз, також відомий як SWOT, для оцінки і визначення пріоритетності своїх сильних і слабких сторін, можливостей і загроз. Цей другий крок у стратегічному маркетинговому процесі допомагає підприємцям зрозуміти ті ресурси, на яких вони можуть ґрунтуватися, і проблеми, з якими вони стикаються. Сильні і слабкі сторони є внутрішніми факторами під контролем фірми. Наприклад, гарне зображення в модній пресі було б ключовою силою для виробника сукні, в той час як погані відносини з роздрібними торговцями одягом були б слабким місцем.

Можливості та загрози виникають через зовнішнє середовище, такі як сильна економіка або новий податок на заробітну плату.

Третій крок у стратегічному маркетингу полягає в постановці маркетингових цілей. Це чіткі, вимірні цілі, які дають особам, які приймають рішення, основу для прийняття рішень і оцінки прогресу. Цілі звичайно виражаються в термінах однієї або декількох кількісних цілей, таких як дохід, прибуток, продажу або частка на ринку. Важливо відзначити, що кожна задача повинна бути досяжна протягом певного періоду часу. Наприклад, прагнення до п'ятивідсоткового збільшення прибутку може бути реалістичним протягом року, але, ймовірно, не протягом одного кварталу.

До основних цілей у стратегічному маркетингу можна віднести:

- Збільшення обсягу продажів (стосується обсягів продажів, частки ринку товарів та послуг, які продаються компанією)
- Отримання прибутку (означає, що фірма намагається отримати, як мінімум, запланований прибуток за період, який може бути виражений як в абсолютних так і в відносних цифрах)
- Задоволення суспільної думки (застосовується, коли підприємство намагається досягти хорошого ставлення акціонерів, покупців, працівників та влади)
- Формування іміджу (характерне майже всім підприємствам, які намагаються створити і підтримувати імідж, в найбільшій мірі відповідній специфіці діяльності фірми. Ці цілі напряму пов'язані із позиціонуванням компанії на ринку, її орієнтації на масові чи концентровані продажі)

Четвертим кроком у стратегічному маркетингу є розробка стратегії. Це включає в себе вибір цільового ринку, певної групи споживачів, які з високою ймовірністю можуть купити продукт фірми.



Рис.2 Процес стратегічного маркетингу

Планувальники також повинні вибирати тактику впровадження, зокрема, ефективні способи використання інструментів маркетингового мікшування продукту, просування, ціни і розподілу для охоплення і впливу на потенційних покупців. П'ятий крок, оцінка - це визначення того, як, коли і ким повинна контролюватися і оцінюватися ця тактика з часом.

Один з ключів до доступу на споживчий ринок - це продукт або послуга, які звертаються до конкретних потреб споживачів, наприклад, пошук способу, яким батьки можуть зробити своїх дітей швидким, здоровим сніданком вранці або допомогти зайнятим керівникам відстежувати їх щоденні зустрічі. Пошук і задоволення потреб клієнтів, а потім реалізація відповідних продуктів або послуг є частиною маркетингового процесу.

Перш ніж визначити потреби своїх потенційних клієнтів, необхідно проаналізувати ресурси і можливості підприємства, які можуть складатися з фінансування, часу і людських ресурсів. Крім того, слід враховувати тип конкуренції на ринку і те, як технологічні, політичні, соціальні та економічні події можуть впливати на те, чого хочуть споживачі. Якщо у підприємства є чітке уявлення про навколишнє середовище, тоді доцільним є досліджувати нездійснені потреби і бажання серед ваших клієнтів.

Після того, як ви визначили необхідність, ви можете спланувати, як витягувати свої ресурси разом, щоб виконати цю потребу. Сюди входять проведення ринкових і маркетингових досліджень і створення прикладів продуктів для тестування. Ви також можете використовувати етап планування, щоб приймати рішення про те, як оцінювати, просувати і поширювати ваш продукт або послугу.

Процес впровадження включає розміщення продукту або послуги, які ви розробляєте на ринку для споживання, з використанням плану розподілу, який ви створили на основі цільового ринку, який ви намагаєтеся досягти. Використовуйте рекламний план, який ви розробили, щоб інформувати, переконувати і нагадувати клієнтам, що ваш продукт або послуга існує.

Контрольна частина маркетингового процесу включає в себе способи вимірювання тактики, яку ви вирішили використовувати для просування продукту або послуги, яку ви продаєте.

Це може включати в себе розгляд прибутку, доходу, задоволеності клієнтів, кількості переглядів вашого сайту або кількості кліків по електронній пошті, яку ви відправляєте, щоб повідомити про отримання продукту. Якщо показники вказують, що тактика, яку ви використовуєте для просування продукту або послуги, працює неефективно, ви можете вносити зміни, коли це необхідно. Аналогічно, якщо зворотний зв'язок з клієнтами показує, що продукт або послуга не задовольняють потреби, вам, можливо, доведеться повернутися до етапу планування.

Стратегічне маркетингове планування приходить першим, коли ви створюєте свій маркетинговий план. Він стосується напряму вашого зростання бізнесу щодо вашої конкуренції і іміджу бренду, необхідного для просування вашої ринкової позиції. Потім йде тактична маркетингове планування, яке полягає в плануванні реальних дій, які покращують ваше

конкурентне становище і передають ваш імідж бренду. Стратегічний маркетинг - це ідея. Тактичний маркетинг - це дія.

Планування маркетингової стратегії вимагає глибокого розуміння тенденцій у вашій галузі, вашої конкурентної позиції, демографії і купівельних звичок вашого цільового клієнта. Досягти цього розуміння за допомогою галузевих і ринкових досліджень; Потім сформулюйте свої цілі. Ваша стратегія - це «дорожня карта», яка допоможе вам досягти наших цілей і включає фінансовий план, що тягне за собою маркетинговий бюджет, а також концептуальний план. Якщо у вас скінчилися гроші, перш ніж ваші стратегії можуть бути реалізовані, ваш маркетинг може не досягти ваших цілей.

Проведіть SWOT-аналіз, щоб виявити сильні і слабкі сторони, можливості і загрози, представлені в галузі. Проводьте галузеві дослідження та маркетингові дослідження, щоб отримати повне уявлення про бізнес-середовищі вашої компанії. Визначте основні пріоритети і загрози і визначте їх пріоритетність.

Не намагайтеся використовувати всі можливості і загрози протягом одного маркетингового сезону. Виберіть тільки ті, які підтримуються сильними сторонами і фінансовими можливостями вашої компанії. Не соромтеся планувати свої стратегії навколо всього лише одного елемента ваших результатів - занадто багато цілей переповнять ваші співробітники і послабляють ефективність вашого маркетингового повідомлення.

Залагодити повідомлення про торгову марку, яке ви хочете передати, і застосуєте SWOT-аналіз до повідомлень, переданих вашим конкурентом. Використовуйте цей аналіз, щоб визначити, де ви можете заповнити прогалини і використовувати слабкі місця своїх конкурентів. Це ваша стратегія.

Реклама, створення спільноти і рекламні акції - все це частини вашого тактичного маркетингового плану. Реклама має на увазі онлайн, радіо, телебачення та друк. Він передає ваш імідж бренду і інформує цільового клієнта про Вашу присутність на ринку і будь-яких рекламних заходах, які ви проводите. Плануйте тільки дії, які безпосередньо підтримують ваш стратегічний маркетинговий план.

Якщо ваша стратегія передбачає розширення ринку елітного споживчого ринку, ваша тактика може бути спрямована на передачу якісного зображення за розумною ціною. Реклама і заходи, що демонструють нові товари та інформаційні заходи, призначені для інформування спільноти ваших клієнтів про використання та технічне обслуговування ваших продуктів, можуть допомогти підвищити надійність вашої компанії як основну причину, завдяки якій замовнику буде краще обслуговуватися, купуючи високоякісну лінійку продуктів.

Розподіліть бюджет, встановлений у вашому стратегічному плані, в міру необхідності, щоб охопити рекламу, створення спільноти і рекламні акції. Встановіть контрольні показники для отримання доходу і скоректуйте

свої стратегічні припущення, якщо вони не будуть виконані. Тактичний маркетинг - це постійний набір дій і оцінок.

Плануйте свою рекламу і заходи, щоб оптимізувати ключові моменти вашого маркетингового сезону і спланувати зусилля і інформаційні бюлетені в соціальних мережах, щоб створити спільноту поточних і потенційних клієнтів. Рівномірно розподіліть свою тактику протягом всього маркетингового сезону, щоб підтримувати зацікавленість своєї спільноти клієнтів і запобігати використанню будь-яких затишку в маркетингу.

Оскільки один аспект маркетингового плану зачіпає всі інші, координація вашої діяльності має вирішальне значення для усунення



Рис. 3 Роль маркетингової стратегії на підприємстві

втручання і максимізації прибутку.

Маркетингова стратегія розглядає всі області вашої діяльності з продажу і допомагає кожному підтримувати таку, переконуючись, що всі ваші відділи знають про те, що кожен з них робить.

Розуміння того, як створити інтегровану маркетингову стратегію, допоможе вам краще приймати індивідуальні рішення щодо конкретної маркетингової тактики.

Таким чином ефективна стратегія у маркетинговій діяльності на підприємстві відіграє вагомую роль для позиціонування його на ринку, а саме:

1. Оптимізація розробки продуктів

2. Допомогає визначити оптимальні ціни
3. Встановлює ефективний розподіл
4. Допомогає в маркетингових комунікаціях
5. Організаційний вплив

Маркетингова стратегія допомагає створювати продукти та послуги з кращими шансами на отримання прибутку. Це пов'язано з тим, що маркетингова стратегія починається з дослідження ринку, з урахуванням вашого оптимального цільового клієнта, того, що робить ваша конкуренція і які тенденції можуть бути на горизонті.

Використовуючи цю інформацію, ви визначаєте переваги клієнтів і клієнтів, що вони готові платити і як ви можете відрізнити свій продукт або послугу від конкурентів.

Частина маркетингової стратегії - це правильна ціна за ваш продукт або послугу, заснована на тому, що ви дізналися в своїх дослідженнях ринку. Якщо ви дізналися, що покупці хочуть мати високоякісний продукт у вашій категорії, ваша стратегія ціноутворення може зажадати від вас продажу за цінами, які створюють прийнятну цінність високого класу.

Якщо ваш цільовий клієнт усвідомлює угоду і готовий прийняти меншу кількість дзвінків на ваш продукт в обмін на меншу оплату, ваша стратегія ціноутворення вимагає від вас продажу за ціною нижче або нижче ціни конкурента.

Коли ви знаєте, які функції продукту ви запропонуєте, хто ваш цільовий клієнт і які ваші ціни, ви можете вибрати, де ви хочете продати, щоб максимізувати ефективність вашого маркетингу. Молодші клієнти будуть частіше здійснювати покупки за допомогою смартфона або на веб-сайті, оплачуючи платежі через PayPal або кредитну карту.

Старші клієнти можуть віддати перевагу здійснювати покупки в торговельних точках. Якщо ваші маркетингові дослідження показують, що вам потрібно бути в магазинах роздрібної торгівлі, але у вас немає відділу продажів, ви можете використовувати оптового торговця або дистриб'ютора.

Ваше маркетингове дослідження допоможе вам створити свій бренд або зображення, яке ви хочете встановити про свій бізнес.

Без дослідження ринку і стратегічного плану маркетингу ви можете відповідати на запити від продавців реклами на індивідуальній реакційній основі, відправляючи повідомлення, які не вписуються в особистість бренду, створену вами на основі ваших зусиль по розробці продукту.

Маркетингова стратегія дозволяє визначити, чи відповідає конкретний журнал, радіостанція або веб-сайт вашим планам продажу.

Коли існує маркетингова стратегія, відділи на підприємстві можуть краще працювати один з одним, тому що всі вони працюють за одним і тим же планом. Наприклад, ваші рекламні працівники будуть спілкуватися з вашими співробітниками по розробці продукту, щоб визначити, яке повідомлення ви повинні відправити про свою вигоду.

Ваші продавці будуть спілкуватися з людьми, відповідальними за управління вашим зображенням, щоб визначити, чи можуть вони пропонувати знижки, купони або знижки, не пошкодивши ваш бренд.

Результатами стратегічної маркетингової діяльності є формулювання місії підприємства, розробка маркетингових стратегій його розвитку та формування збалансованої структури портфелю товарів та послуг.

З метою вибору цільового товарного ринку підприємство керується наступними кількісними та якісними параметрами: величина потенційного ринку; етап життєвого циклу попиту на товар; власна спроможність підприємства задовольняти потреби споживачів краще, ніж це роблять його конкуренти.

Отже, стратегія розвитку підприємства являє собою комплекс його довгострокових дій, реалізація яких спрямована на досягнення поставлених стратегічних цілей та підтримання стійких позицій підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках.

Правильно обрана маркетингова стратегія є основою для розробки маркетингового плану, тобто конкретних дій з реалізації маркетингової стратегії.

РОЗДІЛ 4. ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО УПРАВЛІННЯ: ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, ПРАКТИКА

4.1. Фінансові послуги як інструмент управління

Важливим фактором розвитку України є процес інтеграції у світове господарство. Між ступенем її інтеграції та рівнем розвитку внутрішнього економічного потенціалу існує пряма залежність: чим більше країна намагається інтегрувати в світову економіку, тим стабільнішим є її внутрішній економічний простір, ефективність її структурних складових та соціальних показників, підвищується можливість ринку акумулювати обсяги вільних фінансових ресурсів та оперувати ними.

Досліджуючи фінансові послуги та їх роль не можна не зупинитись на різновекторних підходах до їх тлумачення, як власне й ознаках класифікації. Слід зазначити, що в історії економічних вчень поняття «фінансова послуга» досить довго не виділялось та не досліджувалось, а зміст фінансового ринку обмежувало розуміння процесів пов'язаних з рухом фінансових ресурсів. Сьогодні, внаслідок удосконалення форм та методів їх розміщення актуалізується пошук інноваційних форм та видів професійної діяльності спрямованої на обслуговування власників даних ресурсів та дослідження категорії «фінансова послуга». В реальній економіці термін «фінансова послуга» широко використовується та затверджений в законодавчих документах, проте в науковій літературі існують значні методологічні розбіжності в його трактуванні. Тому, фінансові послуги потребують детальнішого розгляду та внутрішнього структурно-логічного впорядкування для розробки методології подальших наукових досліджень.

Поняття «класифікація» походить від латинського - розряд, клас, при цьому корінь поняття визначає його основу: поділ предметів певної сукупності за спільними ознаками з утворенням системи класів цієї сукупності. Тому, під класифікацією прийнято розуміти систему впорядкованих певній ознаці понять (класів) у певній галузі знань або діяльності людини, використовувану як засіб для встановлення взаємозв'язків між даними поняттями (класами)¹⁴⁵. Також існують й інші визначення класифікацій, проте за змістом вони ідентичні, як наприклад, «під класифікацією мають на увазі впорядкування взаємозалежних та взаємозумовлених елементів системи і встановлення між ними зв'язків і залежностей. З економічної точки зору класифікація є засобом системного впорядкування елементів фінансових послуг як єдиного комплексу відповідних відносин»¹⁴⁶.

¹⁴⁵ Гаманкова О. О. Класифікація страхування // Страхування: Підручник / керівник авт. кол. і наук. ред. С. С. Осадець. - Вид. 3-тє, без змін. - К.: КНЕУ, 2016. - 604 с.

¹⁴⁶ Бобров Є. А. Роль та місце ринку фінансових послуг у структурі фінансового ринку / Є. А. Бобров // Фінанси України. - №4. - 2017. - С. 88-94.

Різноманітність класифікацій фінансових послуг, поданих в економічній літературі, пояснюється тим, що спектр фінансових послуг надзвичайно широкий і навести їх систематизацію на основі лише одного критерію є неможливо. Необхідність класифікації фінансових послуг пояснюється як поглибленням теоретичних досліджень так і обліком та прогнозуванням реалізації фінансових послуг; дослідженням попиту на фінансові послуги; актуалізацією розвитку окремих видів фінансових послуг під впливом трансформації соціально-економічних умов; гармонізацією національної класифікації фінансових послуг з міжнародними класифікаціями¹⁴⁷.

Торгівля фінансовими активами як сфера бізнесу характеризується багатьма специфічними поняттями, без класифікації яких неможливо проводити ні теоретичні дослідження ні практичну діяльність, тому їм приділяється пильна увага.

Розглядаючи фінансові послуги як специфічну систему економічних відносин, вважаємо найважливішим для теорії та практики представити класифікацію на основі певної групи критеріїв. Дослідження фінансових послуг потребує класифікації, доведеної до такого рівня конкретизації, яка, ґрунтуючись на економічній природі поняття фінансової послуги, формувала б можливість їх практичної реалізації в процесі торгівлі фінансовими активами.

В основу класифікації фінансових послуг можна покласти розбіжності у сферах діяльності фінансових установ, у підходах щодо забезпечення можливості реалізації фінансових інтересів фізичних та юридичних осіб, у визначенні об'єктів торгівлі на фінансовому ринку, у формах проведення торгівлі фінансовими активами тощо. Виходячи з цього можна навести найважливіші класифікаційні ознаки, за допомогою яких класифікують фінансові послуги, роль яких займає вагоме значення як у теоретичному, так і у практичному розумінні: 1) історичні ознаки (етапи розвитку торгівлі фінансовими активами; час виникнення окремих видів фінансових послуг); 2) правові ознаки (форма проведення торгівлі фінансовими активами; форма організації суб'єктів торгівлі фінансовими активами тощо); 3) економічні ознаки (можливість реалізації фінансових інтересів та оптимізації дії фінансових ризиків як основа договору торгівлі фінансовими активами; рід діяльності; об'єкт торговельної операції на фінансовому ринку тощо).

Класифікація за історичними ознаками передбачає виділення етапів розвитку торгівлі фінансовими активами (зародки торговельних відносин у формі примітивних оборудок грошми; торговельні відносини між купцями; торгівля фінансовими активами в період раннього капіталізму; торгівля

¹⁴⁷ Бурменко Т. Д., Даниленко Н. Н., Туренко Т. А. Сфера услуг: Экономика / Под ред. Т. Д. Бурменко. М.: КНОРУС, 2017. - 328 с. Система світової торгівлі: ГАТТ / СОТ в документах. - К.: УАЗТ, 2000. - 598 с.

фінансовими активами у сучасному капіталістичному суспільстві) та відповідно поділ усіх фінансових послуг за часом їх виникнення (операції з фінансовими активами; операції за дорученням; послуги у сфері торгівлі фінансовими активами). Така класифікація має важливе значення, оскільки дозволяє практикам на основі теоретичних знань історії торгівлі фінансовими активами, її генезису орієнтуватись у процесах, які відбуваються на фінансовому ринку, прогнозувати та моделювати тенденції його розвитку, будувати торговельні відносини на основі досвіду, нагромадженого за історію національної та світової торгівлі фінансовими активами.

Порівнюючи вимоги законодавства України з законодавством ЄС важко погодитись про частковий збіг видів фінансових послуг, що встановлені українським законодавством із законодавством країн, де існують ефективні ринки фінансових послуг¹⁴⁸, враховуючи різні підходи до розуміння і класифікації фінансових послуг у Законі України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» та класифікаторі видів економічної діяльності (КВЕД), що, на нашу думку, суттєво відрізняється від переліку фінансових послуг СОТ і ЄС. Впровадження таких норм в українську практику - це складний процес, проте, євроінтеграційні плани щодо ринку фінансових послуг будуть неефективними без гармонізації та уніфікації систем норм та стандартів щодо надання фінансових послуг. Порівняння класифікаторів фінансових послуг згідно з ГАТС, Угодою про партнерство та співробітництво між Україною та європейськими співтовариствами та їх державами членами та видами фінансових послуг в Україні дозволяє зробити висновок про те, що вичерпного переліку фінансових послуг наразі немає. Аналіз наявних фінансових послуг охоплює в загальному вигляді сукупність фінансових послуг, що формують чотири групи: а) страхові послуги; б) банківські та інші фінансові операції, за виключенням старування; в) інвестиційні послуги, тобто послуги на ринку цінних паперів; г) інші фінансові послуги. Відповідно до цієї класифікації здійснюється ліцензування діяльності на фінансовому ринку, зокрема перелік видів діяльності, на які видаються ліцензії визначено законодавством України. Тобто мова йде про класифікацію фінансових послуг з офіційного боку, відповідно до вимог національного законодавства в Україні. Перевага такої класифікації полягає в тому, що її удосконалення наближує її до загальноєвропейських стандартів. Це є позитивним моментом з огляду на міжнародних характер фінансового бізнесу.

Іноді існує потреба у класифікації за формою організації установи на фінансовому ринку, її юридичного статусу, з метою забезпечення державного регулювання та контролю за її діяльністю, аналізу розвитку фінансового ринку в його інфраструктурному аспекті. У цьому плані виокремлюють

¹⁴⁸ Леонов Д. Ринок фінансових послуг: парадигма євроінтеграції: Монографія / Д. Леонов, С. Львовчкін, С. Хоружий. - К.: УІРФР, 2015. - 848 с.

державних та приватних суб'єктів фінансового ринку. На страховому ринку класифікація за правовими ознаками передбачає можливість застосування такої класифікаційної ознаки, як форма проведення страхування: обов'язкове та добровільне страхування.

Класифікація фінансових послуг за економічними ознаками передбачає декілька підходів, зокрема, найважливішою економічною ознакою є наявність чи відсутність посередника в торгівлі фінансовими активами. З огляду на це на практиці усі фінансові послуги наділяються на три великі групи. Перша група об'єднує ті договори купівлі-продажу фінансового активу, які здійснюються безпосередньо між двома контрагентами, учасниками операції з фінансовими активами, враховуючи, що на ринку така можливість реалізації їх фінансових інтересів існує. Такі послуги вважаються *первинними* фінансовими послугами. Вторинні фінансові послуги - це операції за дорученням, які передбачають можливості реалізації фінансових інтересів учасників за умови посередництва. Дані фінансові послуги дозволяють додатково захистити фінансові інтереси учасників та оптимізувати фінансові ризики в процесі інвестування. У глобалізованому інформаційному суспільстві стає неможливим ведення діяльності на фінансовому ринку без доступу до інформації, а загострення конкурентної боротьби та підвищення її значення змушують учасників звертатись до використання *допоміжних* послуг у сфері торгівлі фінансовими активами.

Не менш важливою з економічного погляду є класифікація за наявністю чи відсутністю руху фінансових потоків під час реалізації фінансових послуг. Слід зазначити, що результатом реалізації не усіх фінансових послуг є рух фінансових потоків, оскільки значна частина фінансових послуг є допоміжними і передбачають їх сервісне обслуговування. Фінансове посередництво включає акумулювання тимчасово вільних фінансових ресурсів та трансформацію їх в інвестиційний капітал для задоволення фінансових потреб суб'єктів господарювання, державних та місцевих органів влади. Зазвичай особи на фінансовому ринку, котрі володіють значними обсягами капіталу не маю достатнього рівня аналітичних знань щодо вартості фінансових активів та прогнозування їх руху. Таким чином виникає потреба у висококваліфікованих учасниках ринку, які за фінансову винагороду готові за дорученням клієнта та за його рахунок здійснювати операції з фінансовими активами, тим самим реалізуючи його фінансові інтереси та оптимізуючи вплив на них фінансових ризиків. Сервісне обслуговування є по суті допоміжними фінансовими послугами, мета якого надання основних фінансових послуг в процесі обслуговування потоків фінансових ресурсів, інформації та загалом формування інфраструктури ринку фінансових послуг для забезпечення його ефективного функціонування. З огляду на це усю сукупність фінансових послуг можна розділити на дві групи: *базисні* фінансові послуги (первинні та вторинні); *допоміжні* фінансові послуги (сервісне обслуговування).

Зазвичай в наукових працях подається класифікація фінансових послуг виходячи із установ, котрі їх надають. Проте, таке бачення породжує ряд

суперечностей, зокрема, банківські послуги, послуги небанківських фінансових установ та нефінансових установ інколи переплітаються між собою. Державні класифікатори не дають чіткого поділу, а на основі ліцензії Національного банку більшість фінансових операцій здійснюється банківськими установами, тому в державному класифікаторі фінансові послуги є прерогативою банків. Проте деякі операції можуть здійснюватись і небанківськими установами, зокрема переказ грошових коштів здійснюється поштовими відділеннями, а споживче кредитування проводиться торговельними магазинами у формі кредиту на товар чи розтермінування платежу. Заставне кредитування практикується ломбардами, залежно від обсягу оборотних коштів: деякі ломбарди співпрацюють з банківськими установами, деякі використовують власні оборотні кошти.

Таким чином виникає необхідність класифікації фінансових послуг не за фінансовими установами, а за сегментами фінансового ринку, оскільки одна фінансова установа може працювати на більше як одному сегменті фінансового ринку. Звідси актуалізується питання сегментації фінансового ринку та виділення характерних для кожного сегменту фінансових послуг, враховуючи наявність в науковій фінансовій літературі різних, інколи й діаметрально протилежних підходів: відсутні чіткі визначення таких понять, як фінансовий та грошовий ринок, ринок грошей і капіталів, ринок цінних паперів та кредитний ринок тощо.

Вітчизняна практика ліцензування банківської діяльності потребує доопрацювань та удосконалення, тому вважаємо за доцільне використання міжнародного досвіду ліцензування банківської діяльності та відповідно виділення наступних фінансових послуг в банківському сегменті: касове обслуговування (прийом-видача готівкових грошових коштів в касах банку, а також автоматизовані операції через банкомат); проведення платежів (платежі за послуги, податкові платежі, штрафи, мито, збори та добровільні внески); валютне обслуговування (купівля-продаж вільноконвертованої валюти); депозитне обслуговування (обслуговування депозитних рахунків) та кредитне обслуговування (обслуговування споживчого, іпотечного та інших видів кредитування).

Підприємницька діяльність страхових компаній пов'язана із наданням суб'єктам господарювання та окремим громадянам страхових послуг. Страхова послуга є специфічною, оскільки на неї існує попит та потреба в страховому захисті, що реалізується в страховий інтерес. Про це пишуть автори монографії «Страхова справа» В.Д. Базилевич та К.С. Базилевич: «об'єктом купівлі продажу на страховому ринку є страховий захист»¹⁴⁹. Теоретично таке визначення є логічним, проте практично важко уявити процес купівлі-продажу страхового захисту, тому доцільно говорити про купівлю-продаж послуги з надання страхового захисту. Звідси страхова

¹⁴⁹ Базилевич В. Д., Базилевич К. С. Страхова справа / В. Д. Базилевич, К. С. Базилевич. - 5-те видання., стер. - К.: Знання, 2016. - 351 с.

послуга - це послуга з надання страхового захисту. Слід зазначити, що страхова послуга не завжди виступає як товар. Зокрема, послуги, які є результатом перерозподільчих відносин в сфері загальнодержавного обов'язкового соціального страхування, не є об'єктом купівлі-продажу, тому не можуть виступати у товарній формі. Погоджуємось з О. Гаманковою у трактуванні страхової послуги як фінансової у вигляді продажу юридично оформлених зобов'язань з надання страхового захисту, яку пропонують на ринку страховики потенційним страхувальникам¹⁵⁰, таким чином окреслюючи групу фінансових послуг, що реалізуються на страховому сегменті фінансового ринку.

Що стосується інвестиційних послуг, початок формування Єдиного ринку інвестиційних послуг пов'язаний із ухваленням у 1985 р. Директиви 85/611/ЄЕС, відповідно до якої запроваджено основи гармонізації умов ліцензування діяльності та пруденційного нагляду за діяльністю певних категорій фінансових установ на ньому¹⁵¹. Інвестиційними є послуги або види діяльності, винятковий переділ яких наведено у Додатку 1 до Директиви 2004/39/ЄС [13].

Фінансові послуги можуть розглядатись як інвестиційні щодо певних фінансових інструментів: переказні цінні папери; інструменти грошового ринку; паї колективних інвестиційних фондів; похідні інструменти: опціони, ф'ючерси, свопи, форварди і похідні контракти (на цінні папери, валюти, відсоткові ставки, ставки дохідності, інші похідні інструменти, фінансові індекси тощо; метеорологічні умови, що змінюються; ставки фрахту; рівні інфляції та інші офіційні статистичні дані, які маю виконуватись сплатою грошових коштів або можуть бути виконані у такий спосіб за вибором однієї зі сторін). Таким чином, виділення основних сегментів фінансового ринку дозволяє нам згрупувати фінансові послуги на: банківські, страхові та інвестиційні.

За фінансовими інструментами фінансові послуги поділяється на послуги: а) на ринку грошей (сфера, де гроші, як фінансовий інструмент купують у тимчасове користування). Гроші скеровуються на виробництво товарів, робіт і послуг, а також для покриття певних витрат. Враховуючи той факт, що частина витрат може опосередковано призводити до продукування товарів, робіт і послуг, не можна провести чітку межу між даними фінансовими операціями. Фінансові інструменти, які оформлюються як короткострокові позички, обертаються на кредитному ринку, тоді як

¹⁵⁰Гаманкова О. О. Страхова послуга як продукт діяльності страхових компаній в умовах ринку / О. О. Гаманкова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка: Вип. 104. - 2016. - С. 1619.

¹⁵¹ On the coordination of laws, regulation and administrative provisions relating to undertaking for collective investment in transferable securities (UCITS) Council Directive of 20.12.85, №85/611/ЄЕС [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.esma.europa.eu/system/files/Dir_85_611.PDF

фінансові інструменти у формі короткострокових боргових зобов'язань (як наприклад, векселі) - на ринку цінних паперів; б) ринку капіталів, який являє собою сферу торгівлі як грошима, у формі довго- та середньострокових позичок, так і середньо та довгостроковими борговими зобов'язаннями й правами власності.

Кредитні послуги відображають ту частину фінансових послуг, які реалізуються на основі боргових фінансових інструментів (середньо та довгострокових позик), тоді як послуги на ринку цінних паперів опосередковуються обігом цінних паперів (боргових та пайових цінних паперів).

Що стосується ринку похідних фінансових інструментів, частина його, яка передбачає укладання строкових угод та поставку реального базового фінансового активу в майбутньому може розглядатись у складі фінансового ринку (форвардний ринок). Решта, яка характеризує особливу форму торгівлі контрактами про рух цін на базовий актив, та не передбачає торгівлю фінансовими активами становить ринок похідних фінансових інструментів. До даного переліку можна було б додати і ринок своп-контрактів, але оскільки своп-контракти формуються з двох форвардних контрактів, тому ми вирішили їх окремо не виділяти.

Торгівля фінансовими активами є досить ризиковою та потребує наявності певних аналітичних знань щодо прогнозування вартості фінансового активу та можливості ефективної реалізації фінансових інтересів. Якщо учасник ринку самостійно займається торгівлею фінансовими активами, вивчає ринок, аналізує його динаміку, вибирає привабливі активи для торгівлі, слідкує за їх рухом, використовуючи при цьому усю доступну на ринку аналітичну, інформаційну та рейтингову інформацію, розробляє власну методологію прогнозування вартості фінансового активу, ми можемо говорити про достатньо високий рівень його фінансової грамотності та можливість самостійно ефективно здійснювати торговельні операції з фінансовими активами.

На жаль, сьогодні більшість населення є неспроможним управляти власними фінансами; здійснювати облік витрат та доходів домогосподарства; здійснювати короткострокове та довгострокове фінансове планування; оптимізувати співвідношення між заощадженнями та споживанням; знати особливості різних фінансових продуктів і послуг (у тому числі інструментів ринку цінних паперів і колективних інвестицій), володіти інформацією про ситуацію на фінансових ринках; приймати обґрунтовані рішення щодо фінансових продуктів і послуг та нести відповідальність за такі рішення; компетентно планувати і здійснювати пенсійні накопичення.

Усе це змушує їх довіряти власні заощадження кваліфікованим працівникам фінансового ринку з наявністю відповідного рівня знань та умінь торгівлі фінансовими активами й займати пасивну позицію в процесі торгівлі фінансовими активами. Виходячи з даних міркувань, за рівнем участі споживача у торгівлі фінансовими активами ми можемо виділити фінансові послуги з активною та пасивною участю споживача.

Торгівля фінансовими активами дозволяє використовуючи набуті в процесі знання та інформацію на ринку одержувати дохід. Рівень фінансових ризиків зростає із збільшенням обсягів і диверсифікацією торговельної діяльності з фінансовими активами.

Зростання ступеня впливу фінансових ризиків на результати торговельної діяльності пов'язане із швидкою зміною економічної ситуації в країні і кон'юнктури ринку, розширенням сфери фінансових відносин, появою нових фінансових технологій та інструментів. Залежно від рівня ризику операції з фінансовими активами пропонуємо поділ фінансових послуг на високо, середньо та низько ризикові.

В основі такого поділу лежить поділ фінансових активів за рівнем ліквідності. Різні види фінансових активів мають різну ліквідність. За критерієм витрат часу на реалізацію (ліквідність) фінансові активи класифікують на: а) швидколіквідні, до яких належать ті активи, які можуть бути трансформовані в грошову форму впродовж не більш як сім днів; б) високоліквідні фінансові активи — можливий термін реалізації або період трансформації у грошові кошти становить від восьми до тридцяти днів; в) середньоліквідні фінансові активи, які можуть бути реалізовані в термін від одного до трьох місяців; г) слаболіквідні фінансові активи з терміном можливої реалізації понад три місяці.

У процесі оцінювання ліквідності фінансового активу застосовують два критерії, а саме: час трансформації активу у гроші та розмір фінансових збитків за умови такої трансформації. Тут для інвестора виникає компроміс між ризиком і ліквідністю. З огляду на таку ознаку, як ліквідність, ми виділили високо ризикові, середньо ризикові та низько ризикові фінансові послуги.

Розвиток інформаційно-телекомунікаційних технологій та всесвітньої Інтернет мережі спонукає формуванню нових форм ведення торгівлі фінансовими активами та як результат формування нових видів фінансових послуг - Інтернет банкінг, Інтернет трейдинг, Інтернет брокерідж та електронні біржі. Прикладом даного виду фінансових послуг є Перша фондова торговельна система, Українська біржа та Перспектива, які є повністю автоматичними, офіційно діючими на українському ринку віртуальними біржами, на яких здійснюються торги цінними паперами: акціями, облігаціями, інвестиційними сертифікатами, ф'ючерсами. Схильність споживачів до технологічних інновацій визначається не лише соціально-економічними характеристиками, а й рівнем сприйняття технологій та характеристиками інноваційних фінансових послуг.

Як правило, споживачі вибирають зручність та економію часу та використовують електронні фінансові продукти, а перевагою використання фінансових Інтернет послуг є довіра споживачів до постачальника послуг та забезпечення безпеки проведення фінансових операцій. Таким чином еволюційні зміни у торгівлі фінансовими активами дозволяють нам виділити класичні фінансові послуги та інноваційні фінансові послуги.

Виходячи із сутності фінансових послуг, як можливості реалізації фінансових інтересів учасників торговельних операцій з фінансовими активами, деякі з них дозволяють споживачам фінансових послуг досягнути значних стратегічних перетворень у масштабах їх діяльності з фінансовими активами: довічне управління фінансовими активами, послуги у сфері накопичуваного пенсійного забезпечення тощо. Частина фінансових послуг спрямована на досягнення фінансових результатів споживача протягом року, зокрема, це короткострокові позики чи зобов'язання у формі векселів. В умовах обмеженості фінансових ресурсів як серед суб'єктів господарювання, так і серед населення зростає потреба у фінансових послугах, котрі дозволяють оперативно та в максимально короткі терміни забезпечити реалізацію їх фінансових потреб. Сюди відносять споживче кредитування, ломбардні послуги, лізинг, факторинг тощо. Таким чином, за метою споживання виділяють стратегічні, поточні та оперативні фінансові послуги.

За критерієм платності усі фінансові послуги поділяються на платні і «безплатні». Звичайно, безплатність фінансових послуг досить умовна.

Якщо навіть активний учасник ринку безпосередньо здійснює операцію з фінансовими активами, він повинен володіти для цього достатнім рівнем знань та інформації, які йому пропонують освітні установи чи інформаційні агентства. Якщо навіть припустити, що дані знання він освоює безплатно, то для цього як мінімум йому потрібно затратити певний проміжок власного вільного часу.

А як відомо, «час це гроші», тому поняття «безплатна» фінансова послуга є абстрактною категорією. Виділяючи платні і безплатні фінансові послуги ми керуємось виключно тими фінансовими витратами, які сплачує учасник для реалізації власних фінансових інтересів.

Якщо він самостійно здійснює операцію з фінансовими активами, тобто споживає первинну фінансову послугу, вона для нього є безплатною. Якщо учасник залучає до торгівлі посередників чи довіряє управління власними фінансовими активами третій стороні, такі фінансові послуги для нього будуть платними.

За ступенем складності фінансові послуги можуть бути універсальними, або спеціалізованими, такими що формуються для задоволення спеціальних фінансових потреб клієнтів. Загалом ринок фінансових послуг виконує найважливішу функцію, надаючи універсальні фінансові послуги, якими можуть скористатися всі учасники торгівлі фінансовими активами.

Проте сьогодні фінансовий ринок функціонує в умовах обмежених фінансових ресурсів, а поширення процесу глобалізації, загострення конкуренції, намагання учасників торговельних операцій максимізувати фінансовий результат обумовлює необхідність прогресивних змін у фінансових послугах та формуванні спеціалізованих фінансових послуг, котрі розробляються як правило одразу, тому вартість таких послуг є на порядок вищою за універсальні, оскільки формування такої послуги потребує професійного рівня підготовки кадрів та специфічних знань: торгівля

цінними паперами, довірче управління фінансовими активами, послуги накопичувального пенсійного забезпечення, фінансовий інжиніринг тощо.

Найбільш повно споживачів фінансових послуг можна ранжувати залежно від місця, яке вони займають на ринку фінансових послуг. Ринок фінансових послуг ми розглядатимемо, як сукупність відносно відособлених, проте взаємопов'язаних форм та методів фінансових відносин, які виникають під час торгівлі фінансовими активами.

Відтак, споживачами фінансових послуг можна вважати фізичних, юридичних осіб та державу як інвестора з однієї сторони та фізичних, юридичних осіб та державу (центральні та місцеві органи влади), як позичальника з іншої сторони.

Реалізація фінансових послуг здійснюється в процесі обігу фінансових активів, левова частка яких належить фінансовим установам, які «з'єднують продавців (інвесторів-кредиторів) зі споживачами (позичальниками) фінансових ресурсів, оскільки зайві кошти є в одних власників, а інвестиційні потреби виникають в інших»¹⁵².

Здебільшого взаємовідносини між постачальником та споживачем фінансових послуг будуються на добровільних засадах, а умови надання фінансової послуги визначаються в процесі попередньої згоди між учасниками та конкретизуються під час укладення договору. Реалізація добровільних фінансових послуг не обмежується жодними чинниками окрім законодавства.

Інша справа - це обов'язкові види фінансових послуг, які передбачають виникнення економічних відносин на підставі відповідних законодавчих актів (зокрема, це послуги, які виникають в процесі обов'язкових видів страхування, послуги недержавного пенсійного забезпечення, послуги в процесі здійснення обов'язкового аудиту фінансової звітності, тощо), реалізація яких є примусовою, незалежно від об'єктивної ситуації та суб'єктивної оцінки.

Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС) подає класифікацію фінансових послуг, які можуть бути реалізованими в межах кожної з країн учасниць даної угоди. Такі фінансові послуги нами віднесені до міжнародних фінансових послуг.

Проте слід пам'ятати, що фінансові послуги є надзвичайно важливим інструментом не лише економіки, що обумовлено її різновидом, масштабними об'ємами та швидкими темпами росту, а й першочерговим значенням для економічної безпеки країни.

Згідно з Додатку щодо фінансових послуг в ГАТС вводиться нове поняття на ринку фінансових послуг «запобіжні заходи», які включають захист інвесторів, вкладників, власників полісів та осіб постачальників фінансових послуг, або заходи для забезпечення цілісності і стабільності

¹⁵² Опарін В. М. Фінанси: загальна теорія / В. М. Опарін. - К.: КНЕУ, 2016. - 240 с.

фінансової системи¹⁵³.

Це дозволяє країнам членам СОТ в необхідних для них випадках встановлювати обмеження щодо торгівлі фінансовими послугами, проте дані обмеження повинні бути взаємопов'язані з конкретними вказаними в ГАТС обставинами.

Тому національний спектр фінансових послуг може бути значно обмежений відповідно до національного законодавства країн. Реалізація фінансових послуг повинна забезпечити учаснику очікуваний рівень прибутковості, ліквідності й оптимальний рівень ризику. Це визначає їх участь у переливах капіталу між регіонами в межах однієї країни.

З метою стабільності розвитку території відтік фінансових ресурсів є небажаним явищем, що знижує потенційні можливості регіону.

У зв'язку з цим одним із завдань з управління інвестиційною діяльністю у регіоні є створення умов для залучення фінансових ресурсів ззовні й одночасно із цим обмеження стимулів вивозу капіталів за межі регіону. Таким чином, виникає потреба у спеціальних фінансових послугах характерні для конкретного регіону (регіональних послугах)¹⁵⁴.

Розглянувши ймовірні підходи до класифікації фінансових послуг на основі важливих класифікаційних ознак, доходимо висновку, що класифікація фінансових послуг це система їх розподілу за історичними, правовими чи економічними ознаками на сфери діяльності, види, класи залежно від мети виростання результатів класифікації.

Систематизація фінансових послуг за економічними класифікаційними ознаками свідчить про те, що загалом фінансові послуги є досить численними та різноманітні, частина з них виходить за межі фінансового ринку. Вони спрямовані на різні об'єкти, мають диференційовану цільову аудиторію, еластичність попиту, тощо.

Виконання одних фінансових послуг залежить від розвитку технологічного прогресу, інших - від кваліфікації та таланту постачальників даних послуг. Безумовно, зазначені нами класифікаційні ознаки не претендують на довершеність через стрімкий розвиток та постійні зміни кон'юнктури ринку та в перспективі можуть бути доповненні, враховуючи глобалізацію світового фінансового середовища.

¹⁵³ Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС). [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cg

¹⁵⁴ Угода про партнерство та співробітництво між Україною та європейськими співтовариствами та їх державами-членами. [Електронний ресурс]: Угода ратифікована ЗУ: від 10.11.94 р. № 237/94-ВР-У. - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main

4.2. Формування стратегії управління витратами швейних підприємств за допомогою сучасних методів їх аналізу

На сьогоднішній день існує об'єктивна необхідність вдосконалення систем й методів стратегічного управління швейними підприємствами, зокрема стратегії управління витратами. Стратегії передбачають сукупність заходів із великою тривалістю реалізації¹⁵⁵. Тому розроблення стратегії управління витратами повинно ґрунтуватися на завданнях, які складають основу загальної стратегії розвитку підприємства. Такими завданнями можуть бути:

- завдання оновлення продукції, що випускається швейним підприємством, з урахуванням попиту;
- завдання оновлення технології виробництва на базі сучасних технологій;
- завдання залучення інвестицій¹⁵⁶.

Аналітичним інструментарієм управління витратами є методи й моделі, які забезпечують вирішення цих завдань при підтримці такого рівня витрат, який дозволить досягти бажаного прибутку на кожному окремому етапі діяльності підприємства. Для цього, перш за все, потрібно забезпечити певну функціональну залежність між витратами та іншими компонентами економічного механізму діяльності швейного підприємства: обсягом виробництва продукції, фінансовими ресурсами, прибутком¹⁵⁷.

Зв'язок між цілями та комплексом базових компонентів розроблення стратегії управління витратами на швейному підприємстві у загальному вигляді представлено на *рис. 4.1*.

Об'єктивно оцінити вибір стратегії управління витратами на підприємстві можливо за допомогою сучасних методів їх управління.

За теперішніх умов високих економічних ризиків, посилення конкуренції, розширення зовнішньоекономічних зав'язків, зростає відповідальність за результати господарської діяльності. Внаслідок цього постає об'єктивна необхідність визначення тенденцій розвитку та перспективних можливостей підвищення ефективності економічної діяльності швейних підприємств, що неможливо без аналітичної інформації. Вітчизняний досвід аналізу, апробований багаторічною практикою, базується на науково-методичному забезпеченні, класичному підході до всебічної оцінки, комплексного використання методів економічного аналізу, що забезпечує його об'єктивність, дотримування спадкоємності у розробці та оцінці тактичних й стратегічних завдань розвитку підприємств.

¹⁵⁵ Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. Пер. с англ. СПб.: Питер, 2007. 496 с.

¹⁵⁶ Козаченко Г. В., Погорелов Ю. С., Макухін Г. А. Управління затратами підприємства: моногр. К.: Лібра, 2007. 320 с.

¹⁵⁷ Скрипник М. І. Радіонова Н. Й., Матюха М. М. Імплементация стратегічного управлінського обліку на промислових підприємствах// Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Міжнар. зб. наук пр. Серія: Бух. облік, контроль і аналіз. Житомир: ЖДТУ, 2015. Вип. 2(32). С. 330–342.

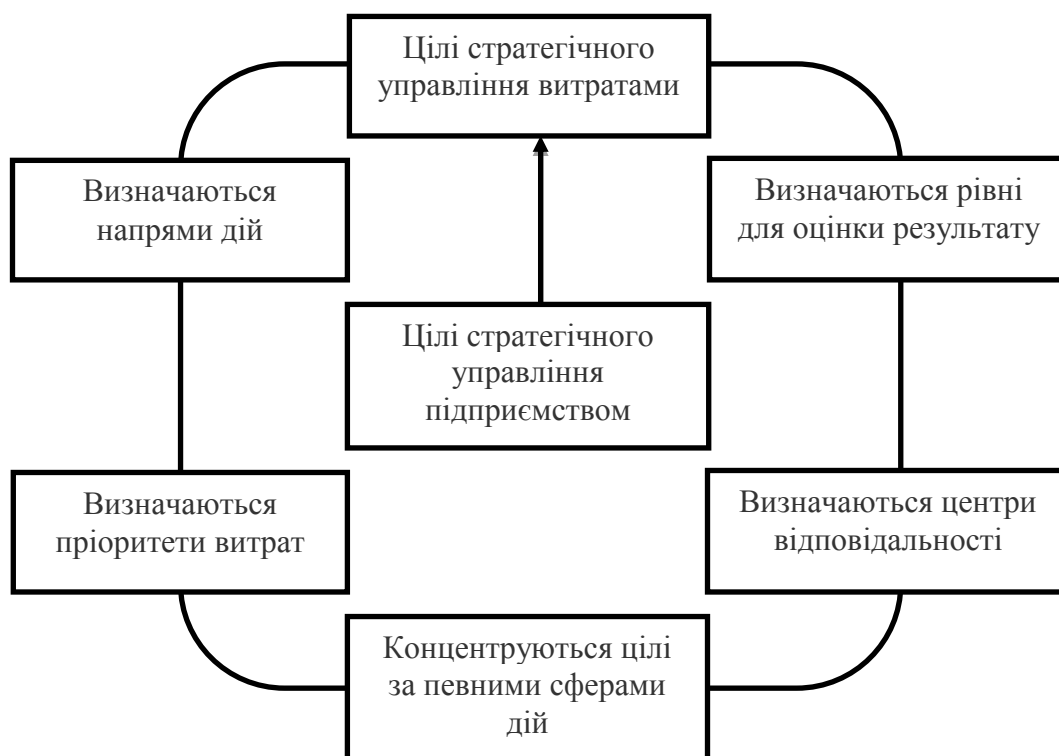


Рис. 4.1. Схема зв'язків між цілями й базовими компонентами розроблення стратегії управління витратами на швейному підприємстві
Джерело: розробка автора

Традиційно у вітчизняній теорії науково-методичним розробкам щодо аналізу витрат надавалося велике значення. Однак, враховуючи сучасні особливості ринкового господарювання, необхідно адаптувати накопичений науково-практичний досвід до прикладних рішень щодо завдань управління витратами підприємств швейної промисловості. Аналіз витрат діяльності підприємства полягає в інформаційному забезпеченні та всебічній оцінці досягнутих результатів, їх оптимізації та обґрунтуванні управлінських рішень щодо подальшої раціоналізації¹⁵⁸. Досягнення цієї мети здійснюється шляхом вирішення аналітичних задач, згрупованих у три блоки дослідження: на макрорівні (рівень промисловості країни), мезорівні (аналіз сектору текстильного виробництва, виробництва одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів (надалі - сектор)) та на мікрорівні (аналіз діяльності швейних підприємств), оскільки зв'язок між зазначеними рівнями є безсумнівним. Такий підхід, на нашу думку, надає можливість комплексно підійти до визначення основних проблем швейних підприємств та розглянути шляхи їх вирішення. Діяльність швейних підприємств, разом з іншими (текстильними підприємствами та підприємствами з виробництва шкіри,

¹⁵⁸ Бельтюков С.А. Управління витратами на основі функціонально-вартісного аналізу / С.А. Бельтюков, Н.О. Безнощенко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – № 2. – Т. 2. – С. 7–10.

виробів зі шкіри та інших матеріалів) обумовлює показники функціонування як сектору, так і промисловості в цілому. Високі результати діяльності підприємства не можливі без управління витратами, ефективність якого залежить від якості аналітичної інформації.

Перш за все, зазначимо зміст аналізу витрат, як процес інформаційного забезпечення та всебічної оцінки витрат підприємства для їх оптимізації та обґрунтування управлінських рішень щодо подальшої раціоналізації витрат підприємства.

Зміст аналізу полягає в оцінці тенденцій зміни витрат, їх динаміки та структури, підтримання оптимального рівня витрат, обґрунтуванні аналітичної інформації про майбутні витрати, в аналітичній підтримці стратегічних рішень та інше.

На *рис. 4.2.*, наочно зображено елементи системи аналізу витрат підприємства, які базуються на зазначеному змісті їх аналізу. Так, основною метою аналізу витрат є отримання необхідної достовірної інформації для оптимізації рівня витрат на підприємстві. Ще раз наголошуємо на тому, що система управління витратами не повинна бути спрямована на абсолютне зниження витрат, оскільки це може негативно вплинути на якість продукції, а отже й на фінансові результати підприємства. Потрібно прагнути того рівня витрат, який забезпечуватиме оптимальне співвідношення «ціна/якість», що й визначено основним завданням аналізу витрат. Інформаційним забезпеченням аналізу витрат визначено фінансову, статистичну та управлінську звітність підприємства, плани, калькуляції, бюджети, узагальнену статистичну інформацію.

Об'єктом аналізу слід розглядати ресурсні та функціональні складові, які забезпечують формування витрат підприємства. Суб'єктами аналізу витрат, тобто виконавцями цієї функції управління, є керівники та провідні фахівці: економісти, бухгалтери, маркетологи, керівники центрів відповідальності та інші. Принципи аналізу витрат доцільно поділити на загальні та специфічні.

Комплексне обґрунтування методичного забезпечення аналізу витрат набуває ключового значення, так як його помилкове визначення на стадії реалізації спричинятиме появу втрат та упущеної економічної вигоди. Отже, методичним забезпеченням аналізу витрат підприємства є групування, порівняння, відносне та абсолютне відхилення, коефіцієнтний, індексний, експертний метод, факторний аналіз, графоаналітичний методи. Одиницями вимірювання при цьому можуть бути гривні (грн., тис. грн, млн. грн.), бали, відсотки, пункти, рейтингові позиції.

До загальних відносяться такі: системності, відповідності, комплексності, детермінізму, раціональності, порівняння. Серед специфічних принципів варто зазначити: принцип врахування особливостей швейних підприємств, принцип оптимальності витрат. Для покращення рівня

інформаційного забезпечення керівництву підприємства необхідно застосувати системний підхід щодо аналізу витрат (Рис. 4.2).



Рис. 4.2. Системний підхід до аналізу витрат швейних підприємств.

Джерело: авторська розробка

За результатами аналізу очікується виявлення особливостей діяльності швейних підприємств та специфіки сектору текстильного виробництва, виробництва одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів, визначення основних проблем на макро-, мезо- та мікрорівнях та обґрунтування шляхів їх розв'язання через процес удосконалення управління витратами.

Мета аналізу витрат може бути досягнута тільки через використання ефективних інструментів, до яких у першу чергу слід віднести способи проведення аналізу. На практиці підприємства, орієнтуючись на умови господарювання, застосовують різні способи аналізу. До основних варто віднести такі:

- за повною собівартістю;
- за нормативною собівартістю;
- за плановою собівартістю;
- за системою бюджетування;
- простий «директ-костинг»;
- розвинутий «директ-костинг»;
- за покриттям постійних витрат;
- за покриттям постійних витрат з відносними прямими витратами;
- за плановими граничними витратами.

Розглянемо перераховані способи аналізу більш детально. За допомогою аналізу *повної собівартості* визначаються всі витрати, що становлять собівартість продукції з розподілом постійних витрат за конкретними її видами відомими методами – прямим підрахунком або пропорційно прийнятим загальним базам розподілу. Розрахунки собівартості продукції цими способами й методами здійснюються відповідно до вимог нормативних актів з фінансового обліку та оподаткування.

Особливу складність в отриманні достовірних даних щодо собівартості різних видів продукції становить аналіз непрямих витрат. В якості універсальної бази, як правило, приймається основна заробітна плата працівників. Однак останнім часом аналіз із використанням цієї бази, що є недостатньо досконалою в умовах ринкової економіки, піддається критиці. Справа в тому, що спостерігаються швидкі темпи зростання витрат на утримання та експлуатацію устаткування порівняно з темпами зростання заробітної плати працівників. Тому постає питання щодо доцільності прийняття витрат на утримання та експлуатацію устаткування в якості основи бази розподілу. Зростають також цехові та загальногосподарські витрати, що пов'язано з ускладненням управління виробництвом, появою нових високовитратних підрозділів, наприклад, маркетингових, аналітичних, фінансово-аналітичних. Ще одним аргументом проти прийняття заробітної плати як бази розподілу непрямих витрат є те, що нині відбувається прийом на роботу працівників на контрактній основі з окладом, який не завжди узгоджується з результатом кількісних показників праці.

У масовому виробництві застосовується спосіб розподілу непрямих витрат за машино-людино-годинами. Це фактично спосіб прямого підрахунку, що дозволяє отримати більш точний аналіз щодо собівартості непрямих витрат. Однак аналіз за допомогою цього способу – трудоємний процес, що значно ускладнюється на підприємствах з великою номенклатурою продукції, до яких належить швейне виробництво. Він втрачає свою привабливість й на підприємствах з високим рівнем механізації та автоматизації виробництва, що також характерно для швейних підприємств.

Аналіз *нормативної собівартості*, на відміну від способу аналізу за повною собівартістю, полягає в тому, що розрахунки витрат ведуться чітко за нормативами витрат. Тому йому притаманні ті ж недоліки, що й способу аналізу за повною собівартістю, зокрема, ті самі труднощі з розподілом непрямих витрат. Разом з тим цей спосіб є досить нормативно регламентованим та дозволяє підвищити якість контролю за собівартістю, надаючи можливість порівнювати фактичні результати із нормативними, виявляти відхилення від технічно обґрунтованих розрахунків й за допомогою відповідних заходів повертати їх до рівня нормативних.

За нормативним методом аналізу спрощується процес розрахунку витрат та забезпечується відповідність отриманих результатів незалежно від місця формування витрат. Аналіз витрат нормативним способом може здійснюватися з фіксованим обсягом випуску. У цьому випадку встановлюється ставка нормативних витрат безвідносно до обсягу виробництва продукції. Аналіз за нормативною собівартістю застосовується і в умовах мінливого обсягу випуску. У цьому випадку встановлюються нормативи змінних витрат на одиницю обсягу, а нормативи постійних витрат – на весь обсяг. У такий спосіб створюється можливість отримання обсягу виробництва з технічно обґрунтованою точкою беззбитковості й зоною релевантності. Аналогічним до аналізу за нормативною собівартістю є спосіб аналізу витрат за *плановою собівартістю*. Однак важливо врахувати, що тут розрахунки можуть виконуватися за величинами прогнозованими й спрямованими на забезпечення максимальної ефективності. Потрібна глибока обґрунтованість планових витрат, оскільки їх визначають з огляду на конкретні умови виробництва.

Поряд з урахуванням витрат за плановою собівартістю на підприємствах набув поширення спосіб *бюджетного планування та аналізу* витрат. Цей спосіб уможливорює визначення кращих варіантів використання внутрішньої інформації щодо витрат на підприємстві та найбільш якісної організації управління ними й підприємством в цілому.

Система бюджетування пов'язує кожний підрозділ із загальною метою підприємства. Ускладнення діяльності підприємств зумовило нові проблеми й потреби в процесі отримання та обробки інформації щодо витрат,

унаслідок чого управління ними дуже ускладнюється. Це спричинило потребу в децентралізації управління витратами шляхом створення центрів витрат. Менеджерам таких центрів делегувалася відповідальність за прийняття рішень, а головній адміністрації відводилася роль розробників стратегії й прийняття рішень щодо найбільш прибуткового розподілу ресурсів у зв'язку із поточними змінами в діяльності.

Позитивним прикладом використання методу аналізу витрат за системою бюджетування можуть слугувати компанії – виробники одягу «Hugo Boss AG», «Mexx Group B.V» та ін. Це стало стимулом як до розробки нових показників оцінювання діяльності кожного підрозділу окремо так і підприємства в цілому. Таким показником стосовно витрачання ресурсів стали повні витрати підприємств та їхніх підрозділів на виробництво продукції. Застосування показника повних витрат дозволяє раціональніше розподіляти виробничі ресурси у підрозділах, зокрема у високорентабельних – у першу чергу.

Система бюджетування відкрила великі можливості для застосування методу аналізу витрат за неповною, обмеженою собівартістю. До методів такого аналізу належать аналізи за методами «усіченої» собівартості та «директ-костинг».

Аналіз за методом «усіченої» собівартості полягає в тому, що на центр витрат відносять лише ті з них, які безпосередньо формуються в конкретному центрі. Отже, ці центри звільняються від формування постійних витрат, що включаються до собівартості продукції, тому що розподіл їх стає непідконтрольним центру.

Більшою мірою підприємствами застосовується аналіз за методом «директ-костинг». При розмаїтті уточнень його понять як, наприклад, маржинальний аналіз, аналіз часткових витрат, аналіз сум покриття, на нашу думку, найбільш точного формулювання «директ-костинг», ніж «аналіз прямих витрат», не знайдено.

З кожного виду продукції розраховується сума покриття або маржинальний прибуток. Отже, відповідає потреба розподілу постійних витрат на продукцію та на центри витрат.

По-перше, змінні витрати з точки зору їх регулювання, контролю за витрачанням та раціональним їх використанням завжди вимагають більше уваги, ніж постійні, які нараховуються рівними сумами за однакові проміжки часу.

По-друге, понаднормовані витрати, що спричиняють перевищення фактичної собівартості над плановою, як правило, виникають в сфері змінних витрат, а отже, важливо встановити контроль саме за змінними витратами.

По-третє, обмеження собівартості продукції лише змінними витратами дозволяє спростити нормування, планування, аналіз, контроль, різко зменшити число статей витрат, а значить, трудомісткість калькулювання. З

урахуванням постійних витрат розробляються кошториси підприємства в цілому та кошториси окремих цехів, без умовного розподілу цих витрат на конкретну продукцію, її групи, центри. Але, разом з цим, слід відмітити такий недолік «директ-костингу», як відсутність врахування проміжних стадій процесу виробництва. Ці проблеми можливо вирішити за допомогою СВМ-методу, який дозволяє знаходити резерви оптимізації витрат на кожній стадії виробництва продукції.

У практиці підприємств, крім описаного простого методу «директ-костинг», або методу змінної собівартості, застосовується розвинутий «директ-костинг», або метод змінної та повної собівартості.

Метод розвинутий «директ-костингу» уможливорює обчислення витрат за кожним із виробничих сегментів, величину покриття постійних витрат у ньому, а також прибутку.

Метод розвинутого «директ-костингу» будується на основі таких принципів:

- витрати й результати враховуються за сегментами діяльності;
- до собівартості включаються змінні та прямі постійні витрати на виробництво й реалізацію продукції.

Логічним продовженням аналізу за методом «директ-костинг» є спосіб аналізу покриття постійних витрат. За цим способом витрати щодо об'єктів калькулювання поділяються на прямі й непрямі, постійні й змінні. Об'єктом калькулювання є групи виробів, центри витрат, підприємства в цілому. Для цих об'єктів розраховуються відповідні суми покриття», колом їхніх видів, дає можливість здійснювати більш глибокий аналіз витрат

Цей метод, деталізуючи витрати за розширеним, порівняно з методом «директ-костинг з пошуком шляхів для оптимізації обсягу виробництва в короткостроковому та довгостроковому періодах, отримання інформації для побудови раціональної цінової політики. Усе це здійснюється на підставі вибору варіантів формування витрат, що дають можливість досягти максимізації сумарного маржинального прибутку.

Різновидом цього методу є *аналіз покриття постійних витрат з відносними прямими витратами*. За цим методом виокремлюють витрати, які вважаються прямими для будь-якого об'єкта. Такими об'єктами є напрями діяльності, види витрат, види продукції, центри витрат, як-от: прямі та непрямі витрати для заданого об'єкта, постійні та змінні – для відносного об'єкта діяльності за чинниками, що визначають розмір витрат. Усі витрати вважаються прямими.

Для аналізу планових значень витрат використовується метод *аналізу граничних витрат*. Він передбачає порівняння фактичних витрат із плановими тільки в змінній їх частини. Цим зосереджується контроль в основному на змінних витратах і на їх відхиленнях за рахунок норм і цін. Однак не залишаються без уваги й постійні витрати, за якими проводиться

аналіз з визначенням їх виробничої та невиробничої частин. Відхилення постійних витрат не розподіляються на конкретні центри, а списуються на результати всього підприємства.

4.3. Формування адаптивної системи управління прибутком на підприємстві

Проблема управління прибутком на підприємстві є надзвичайно актуальною в умовах господарювання та на багатьох рівнях економічного розвитку країни. Це можна пояснити тим, що прибуток є важливим показником для визначення оцінки діяльності будь-якого підприємства та є вагомим джерелом фінансування розширеного відновлення ресурсів. Він є важливим інструментом, який стимулює розвиток економіки держави в цілому або окремого підприємства тощо. В нестабільних умовах економічної та політичної ситуації в Україні, інфляції, падіння купівельної спроможності споживачів, частих та неочікуваних змін в податковому законодавстві всі підприємства прагнуть створити власну систему управління прибутком.

Основними складовими цієї системи є пошук джерел формування фінансових ресурсів і самофінансування та застосування ефективних інструментів розподілу і використання прибутку. Прибуток підприємств є основним джерелом його забезпечення. Особливої уваги вимагає економічне визначення прибутку. Тому її досліджували вчені та науковці, як в Україні, так і за її межами. Сьогодні в країні обсяг прибутку є головною метою діяльності підприємств, звідси одним із важливих питань, яке намагаються вирішити всі суб'єкти господарювання, є способи підвищення прибутковості. Це зумовлює потребу у визначенні шляхів для забезпечення максимізації прибутку підприємств.

Отримання прибутку є важливою умовою забезпечення самофінансування та забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку. Велику роль відіграє прибуток в розвитку підприємства, у задоволенні інтересів його власників, визначення ефективного та безперервного управління ним як на стадії формування, так і розподілу та використання.

Останні роки в Україні спостерігається низка негативних тенденцій, що ускладнюють процес управління прибутком підприємства, серед них вчені звертають увагу на зменшення обсягу отриманого прибутку підприємствами всіх видів економічної діяльності; зниженні рівня рентабельності підприємств; уповільненні приросту валової доданої вартості й обсягу реалізованої продукції та основних засобів підприємств.

Якщо враховувати всі негативні тенденції та тенденції до посилення глобалізаційних процесів, загострення конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках, необхідно здійснити забезпечення прибуткової діяльності підприємства, вдосконалити систему управління прибутком. Зокрема в частині більш детальної систематизації з врахуванням всіх зовнішніх факторів впливу на величину прибутку підприємства, спочатку на стадії

його формування, потім розробки та застосування дієвих методів та інструментів управління, які відповідають сучасним економічним умовам діяльності.

Дефініція «прибуток» завжди була і буде головною економічною категорією, яка показує позитивний результат господарської діяльності, завжди досліджується економістами та вченими-науковцями. Головна ціль підприємства будь-якої форми господарювання та будь-якого розміру є отримання прибутку, що говорить про ефективність виробничої діяльності, позитивний результат продуктивності праці. Процес управління прибутковістю – це основний вид господарської діяльності на підприємстві, що забезпечує інтереси його персоналу, власників та держави. Задля отримання позитивної динаміки прибутковості підприємства необхідно побудувати ефективну систему управління прибутком. Тому виникає проблема виявити усі переваги системи управління прибутком як основи ефективного функціонування підприємства.

Система адаптивного управління прибутком має сприяти покращенню ефективності виробництва і стимулювати його розвиток з врахуванням впливу зовнішніх чинників і зміною внутрішніх параметрів. Це все можливо забезпечити через симбіоз ефективних дій щодо управління маркетинговою, виробничою та фінансовою діяльністю. Важливою фінансовою категорією, яка відображає позитивний результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і свідчить про якість та обсяг виготовленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості, є прибуток та управління ним. За минулих часів і сьогодні, в час ринкових перетворень, актуальним та важливим є дослідження системи управління прибутком на підприємстві, яке забезпечує розвиток підприємства внаслідок капіталізації прибутку, підвищує його вартість крізь ефективну дивідендну політику та покращення соціальних стандартів для працівників.

Віддаючи належне вагомому науковому доробку з даної проблематики, зауважимо, що забезпечення підприємства оптимальним прибутком в умовах кризових явищ в економіці вимагає виокремлення та більш детального обґрунтування теоретичних основ побудови саме системи управління прибутком підприємства, що зумовлює актуальність, наукову та практичну значимість даного дослідження.

Вивченню процесу управління прибутком сучасного підприємства присвячено праці зарубіжних дослідників Гелбрейта Д., Найта Ф., Толмачова О., Толпегіна О., Харрода Р. та інших. Питанням прибутку та розв'язанню проблеми формування прибутковості сучасного підприємства присвячено праці вітчизняних учених Чорної О.М.,¹⁵⁹ Гладкої М.І.,¹⁶⁰

¹⁵⁹ Чорна О.М. Механізм управління прибутком підприємства в Україні / О.М. Чорна, О.О. Мацнева // Фінанси, банки, інвестиції. – 2014. – № 1. – С. 30–35.

¹⁶⁰ Гладка Л. І. Управління прибутком в сучасних умовах / Л. І. Гладка, М. О. Домашенко, М. В. Ковальова // Економіка і регіон: наук. вісник Полтавського національного технічного університету ім. Ю. Кондратюка. – 2012. – № 1(32). – 18-23 с.

Кривицької О.Р., Тульчинської С.О.,¹⁶¹ Покропивного С.Ф., Худої В.В.. Теоретичні аспекти управління прибутком діяльності підприємств знайшли відображення в наукових працях Апопія В.В., Орлова О.О., Голова Р.С.,¹⁶² Мазаракі А.А., Рясних Є.Г та інших науковців. Проте, незважаючи на велику кількість наукових розробок з означеної проблематики, питання удосконалення системи управління прибутком на підприємстві залишається актуальним і вирішеним не до кінця.

Основною метою дослідження є визначення особливостей формування адаптивної системи управління прибутком підприємств, обґрунтування структури й методичного забезпечення його функціонування, що дозволяє збільшувати прибуток підприємств в сучасних умовах господарювання.

На сьогоднішній день відбуваються зміни, які мають вплив на способи управління підприємством та його прибутковістю. Задля удосконалення системи управління прибутком, потрібно впроваджувати інструменти адаптивного управління, які б відповідали сучасним вимогам та умовам діяльності підприємств.

Прибуток підприємства як вираження кінцевих фінансових результатів його господарської діяльності є об'єктом адаптивного управління. В економічній літературі на певному рівні розкрито сутність управління прибутком підприємства, а також стратегічного управління прибутком підприємства.

Зокрема, М.В. Кармінська-Белоброва розглядає «управління прибутком як процес розробки та прийняття управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу та використання на підприємстві. Управління прибутком являє собою цілеспрямований, систематичний процес підготовки, оцінки, відбору та реалізації альтернативних управлінських рішень з усіх питань його формування, розподілу та використання на конкретному підприємстві.¹⁶³

Акцентують увагу на характерних особливостях процесу управління прибутком підприємств в умовах ринкових відносин у своїх працях А.С. Андріяш та А.Ю. Могилова, а саме: вдосконалення планування розподілу фінансових ресурсів підприємств; підвищення вимог до організації управління матеріальними ресурсами підприємств; посилення ролі функції регулювання у формуванні кредитної політики підприємств; проведення ефективного контролю фінансових результатів підприємств тощо.¹⁶⁴ Науковці зазначають, що побудова системи управління прибутком вимагає

¹⁶¹ Тульчинська С.О. Визначення доцільності фінансового оздоровлення підприємства на підставі оцінки фінансового потенціалу / С. О. Тульчинська, М. В. Нікітіна // Ефективна економіка № 4. – 2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

¹⁶² Голова Р. С. Економіка і управління на підприємстві [Текст]: підручник / Р. С. Голова, А. П. Агарков, Е. А. Єрохіна. – М.: Дашков і К. – 2013. – 200с.

¹⁶³ Кармінська-Белоброва М.В. Механізм управління прибутковістю підприємства / М.В. Кармінська-Белоброва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nvbdfa_2013_1_16.pdf.

¹⁶⁴ Андріяш А.С. Особливості управління прибутком підприємства / А.С. Андріяш, А.Ю. Могилова // Молодий вчений. – 2014. – № 6(1). – С. 68–70.

формування систематизованого переліку макрооб'єктів управління, які поділяються на два основні види: – управління формуванням прибутку; – управління розподілом і використанням прибутку.

Згідно з дослідженнями вчених та економістів, управління прибутком на підприємстві визначають як процес вибору певних управлінських рішень. Ми вважаємо, що до процесу управління прибутком необхідно підходити як до системи. Система управління прибутком підприємства складається з певних принципів, методик, способів та методів обґрунтування управлінських, фінансових рішень щодо формування та використання витрат та доходів підприємства, а також форм їх виконання з метою забезпечення певного рівня рентабельності фінансово-господарської діяльності будь-якого підприємства. Управління прибутком на підприємстві - це процес, який має відбуватися в певній послідовності та забезпечувати виконання головної мети та основних завдань цього формування. Тому для виконання цієї мети нами запропоновано структурну схему проведення процесу адаптивного управління прибутком на підприємстві (рис 1).

Управління прибутком підприємства з погляду адаптивного системного підходу – це система, яка складається з багатьох складних рівнів. В структурній схемі адаптивного управління прибутком виділено такі ключові елементи як формування прибутку, розподіл прибутку та організаційно-методична система забезпечення управління прибутком. Організаційно-методична система забезпечення управління прибутком включає: організаційне забезпечення, інформаційне забезпечення, системи і методи аналізу прибутку, системи і методи планування прибутку.

Організаційне забезпечення передбачає чітке визначення відповідальних виконавців та контролерів за виконанням прийнятих рішень щодо управління прибутком, за умов дотримання прийнятих принципів.

Адаптивна система управління прибутком на підприємстві має виконувати такі функції: інформаційну (виявлення потенційно можливих ситуацій, пов'язаних з негативними чи позитивними змінами зовнішнього середовища, оцінка характеру їх впливу); стимулюючу (формування на підприємстві багато аспектної системи мотивації усіх сфер діяльності, що сприятиме постійному розвитку підприємства та передчасній перебудові його роботи відносно зовнішніх змін середовища); попереджувальну (зниження небезпеки прийняття помилкового рішення, уміння швидко та гнучко реагувати на можливі негативні наслідки із зовнішнього середовища, формування системи резервів); компенсаційну (здатність нейтралізувати чи компенсувати ймовірні негативні результати дій при досягненні поставлених цілей).

При формуванні системи управління прибутком на підприємстві, на нашу думку, необхідно дотримуватись таких принципів:

- безперервності (передбачає постійне та послідовне проведення процесів адаптації на підприємстві);
- гнучкості (забезпечує швидке пристосування до змін кон'юнктури ринку та динамічного зовнішнього середовища; даний принцип передбачає

завчасне формування виробничих резервів (запас безпеки), що можуть використовуватись при необхідності);

- цілеспрямованості (забезпечує підпорядкованість процесів адаптації цілям підприємства, дозволяє: встановлювати напрями адаптації і контролювати їх за рахунок чітко встановлених цілей; оцінювати результатів на основі кількісної та якісної оцінки цілей, методів і засобів їх досягнення);

- всебічного розвитку (передбачає саморозвиток і постійне самовдосконалення виробничих процесів у кожному підрозділі відповідно до розвитку зовнішнього середовища);

- одночасності і сумісності (процеси адаптації у кожному підрозділі повинні проводитись одночасно та не суперечити один одному, а взаємодоповнюватись);

- альтернативності (розробка різних сценаріїв розвитку виробничих підсистем у залежності від встановлених пріоритетів щодо підвищення кінцевих результатів господарської діяльності);

- оптимальності та раціональності (забезпечує зважене використання виробничого потенціалу підприємства у процесах адаптації та досягнення поставленої мети з мінімальними витратами чи за наявних ресурсів досягти максимального результату);

- послідовності (поетапне впровадження процесів адаптації, ігнорування одного з етапів може призвести до зміни очікуваних результатів адаптації);

- відповідальності (забезпечує високий рівень виконання обов'язків на кожному ієрархічному рівні управління, дотримання даного принципу є одним із визначальних чинників мотивації адаптаційних процесів на підприємстві);

- самоорганізації (передбачає стимулювання ініціативності і своєчасності використання засобів адаптації у виробничих процесах, спонукає удосконалювати системи управління та виробничих процесів);

- наукової обґрунтованості (використання наукових методів і підходів у процесах управління та реалізації адаптаційних заходів на підприємстві);

- диференційованої мотивації (розробка ефективною системи мотивації, яка б стимулювала ефективно адаптуватись всім підрозділам підприємства, шляхом визначення ступеня зацікавленості кожного члена колективу у проведенні адаптаційних процесів);

- керованості (дає можливість контролювати процеси адаптації на кожному етапі та вчасно коригувати їх виконання).

Адаптивна система управління прибутком передбачає застосування таких методів управління: ігнорування, ухилення, локалізації, дисипації, компенсації змін.

Такий метод управління як ігнорування змін може використовуватись у тому разі, якщо вплив на підприємство є незначним. Помилкове використання даного методу спостерігається при небажанні керівників чи

менеджерів середнього рівня усвідомлювати негативний вплив будь-яких змін як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищах на діяльність підприємства, у такому випадку ми говоримо про усвідомлене ігнорування, таке використання даного методу управління не призведе до отримання позитивних результатів, а лише загострить ситуацію. Рішення про використання методу ігнорування необхідно приймати лише на основі обґрунтованого аналізу.

Метод ухиляння від змін повинен використовуватись керівниками підприємств, які бажають здійснювати підприємницьку діяльність не ризикуючи. При використанні даного методу управління необхідно відмовлятися від співпраці з ненадійними партнерами, відмовитись від інноваційних ризикованих виробничих проєктів, також в якості запобіжного засобу може використовуватись страхування діяльності підприємства.

Локалізація впливу змін на діяльність підприємства дуже складний у використанні метод управління, який вимагає наявності великого досвіду відповідних спеціалістів. Найчастіше цей метод може використовуватись при виникненні внутрішніх ризикованих ситуацій, які можна відокремити, і контролювати їх вплив на діяльність підприємства. Даний метод не може використовуватись для локалізації зовнішніх змін, тому що дуже важко виокремити джерело змін та контролювати силу його впливу.

Методи дисипації є гнучкими інструментами управління, які дозволяють знизити рівень впливу змін шляхом інтеграції з іншими партнерами та розподілення впливу між ними. Така інтеграція може бути вертикальною – проведення узгодженої цінової політики, розподіл ринкових часток між конкурентами тощо, горизонтальною – здійснення операцій з постачання чи збуту. В деяких випадках можливо розподілити вплив за часом або за етапами реалізації спільного проєкту. Також до інструментів даного методу управління відносяться диверсифікація виробничої діяльності, ринків збуту, ринків постачання сировини та матеріалів та портфельне інвестування.

Методи компенсації передбачають використання стратегічного планування, прогнозування та моніторингу ринкового стану середовища, активного цілеспрямованого маркетингу, створення системи резервів на підприємстві. Стратегічне планування діяльності включає розробку попереджувальних заходів та плану використання виробничих резервів. Прогнозування та моніторинг соціально-економічного середовища передбачає постійну розробку сценаріїв розвитку ринкової ситуації. Створення системи резервів передбачає створення на підприємстві додаткових запасів сировини, матеріалів, комплектуючих, грошових засобів. При виникненні проблем зі збутом продукції використовується цілеспрямований активний маркетинг, що спрямовується на формування попиту. Даний метод управління використовує такі інструменти, як: сегментування ринку, позиціонування ринку, оцінку місткості ринку, організацію рекламних компаній, аналіз поведінки конкурентів, розробку конкурентної стратегії, розробку програми зниження виробничих витрат.

Кожна з підсистем знаходиться під впливом інших. Так, обсяги прибутку, які формуються на початковому етапі, потрібно визначити шляхи його розподілу. Від величини прибутку залежить кількість завдань соціального, економічного та технічного плану. Ці завдання може вирішити підприємство, розподіляючи гроші за конкретними напрямками для їх ефективного використання. Також, ефективність використання впливає на можливості в майбутньому щодо збільшення прибутку на стадії його формування.



Рис.1 Система управління прибутком на підприємстві

Системний підхід щодо адаптивного управління прибутком на підприємстві включає вивчення способів організації підсистем в одне ціле і взаємовплив процесів функціонування системи загалом на окремі її підсистеми. Стратегічна орієнтація системи управління прибутком визначається в розрізі перспективних орієнтирів діяльності підприємства на основі аналізу, оцінки і прогнозування стану ринкового середовища, визначення рівня отриманого прибутку і можливості управління ним з ціллю його оптимізації. Розробка конкретних прикладів для вирішення тактичних і стратегічних завдань, а також змога змоделювати альтернативні варіанти в концепції інтегрованості управління прибутком із загальною системою управління підприємством є одним з основних засобів управління прибутком.

Адаптивна система управління прибутком формується в межах конкретного підприємства, визначаючи ті чи інші управлінські рішення. Ряд аспектів щодо формування, розподілу та використання прибутку може

регламентуватися вимогами статуту, системою внутрішніх нормативів і вимог, тобто цільовою політикою управління прибутком.¹⁶⁵

Формування прибутку підприємства здійснюється під час процесу його фінансової, операційної та інвестиційної діяльності. Воно передбачає управління прибутком та витратами від певних видів діяльності, податковими відрахуваннями, операційним і фінансовими засобами, а також розподіл величини прибутку від різних сфер діяльності підприємства. Управління розподілом і використанням прибутку підприємства має відповідати певній стратегії для розвитку підприємства. Водночас воно має сприяти збільшенню його ринкової вартості, формуванню важливих і певних обсягів інвестиційних та фінансових ресурсів, а також враховувати інтереси власників та працівників підприємства. Політика управління формуванням прибутку підприємства має бути спрямована на збільшення розміру позитивного фінансового результату. Тому потрібно виконувати комплекс завдань, які б сприяли забезпеченню росту обсягів його діяльності.

Основними завданнями є: ефективне управління коштами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізація складу та структури обігових коштів, покращення продуктивності праці та системи управління суб'єктом господарювання. Досліджуючи політику управління прибутком та його розподілом на підприємстві, яка має показувати конкретні вимоги певної стратегії розвитку підприємства, забезпечувати збільшення його ринкової ціни, створювати необхідні обсяги інвестиційних ресурсів, забезпечувати матеріальні інтереси власників і працівників.

Адаптивна система управління прибутком формується в рамках підприємства, визначаючи ті чи інші управлінські рішення. Ряд аспектів щодо формування, розподілу та використання прибутку може регламентуватися вимогами статуту, системою внутрішніх нормативів і вимог, тобто цільовою політикою управління прибутком [7, с. 27].

Управління розподілом та використанням прибутку підприємства необхідно проводити в певній послідовності:

1. Сформувати інформаційну базу для проведення аналізу ефективності діяльності підприємства.

2. Провести аналіз минулого досвіду щодо використання та розподілу прибутку на підприємстві.

3. Провести дослідження як внутрішніх так зовнішніх чинників, які впливають на ефективність використання прибутку підприємства.

4. Знайти напрями розподілу прибутку підприємства враховуючи стратегічні та тактичні цілі для його розвитку.

5. Розробити систему рішень щодо управління та забезпечення ефективного використання прибутку.

6. Організувати контроль щодо виконання, використання та розподілу прибутку на підприємстві.

¹⁶⁵ Конобеєва О. Е. Особливості формування власних ресурсів муніципальних підприємств / О.Е. Конобеєва, Е.Е. Конобеєва // Інноваційний Вісник Регіон. – 2011. – 2 (24). – 27-36 с.

7. Відкоригувати ряд рішень, які стосуються управління, розподілу та використання прибутку. Потрібно враховувати результати проведеного контролю з врахуванням стратегії розвитку підприємства.

Управління розподілом і використанням прибутку підприємства має відповідати загальній стратегії розвитку підприємства, сприяючи покращення та підвищенню його ринкової вартості, формуванню необхідних і достатніх обсягів інвестиційних та фінансових ресурсів з урахуванням інтересів власників та працівників підприємства. Задля забезпечення певних дій адаптивної системи управління прибутком підприємства потрібно провести аналіз чинників, які впливають на прибуток підприємства. Прибуток формується під впливом великої кількості чинників, які взаємозалежні. Вони впливають на результати діяльності підприємства по-різному: одні – позитивно, інші – негативно. Серед зовнішніх чинників можна виділити такі: економічні умови господарювання, місткість ринку, платоспроможний попит споживачів, державне регулювання діяльності підприємств та інше. Особливе значення має рівень, динаміка і коливання платоспроможного попиту, тому що він визначає стабільність одержання прибутку.

Для того, щоб забезпечити інтереси власників підприємства і його персоналу потрібно досліджувати питання щодо ефективного управління прибутком. На сьогоднішній день в Україні ми спостерігаємо велике падіння рівня рентабельності підприємств, яке призводить до збитковості. Для того, щоб покращити управління прибутком на підприємстві необхідно вдосконалити методи прогнозування та оцінки доходів.

Шляхами удосконалення адаптивної системи управління прибутком на підприємстві є:

- підвищення ефективності діяльності підприємства зі збуту товарів;
- зниження непродуктивних витрат шляхом їх нормування, планування та аналізу;
- підвищення якості продукції;
- проведення ефективної політики у сфері підготовки персоналу;
- застосування найсучасніших механізованих і автоматизованих засобів для аналізу прибутку і рентабельності;
- впровадження в практику системи оперативного обліку витрат підприємства, що надасть змогу регулювати всі витрати та раціонально використовувати власні ресурси і, як наслідок, безпосередньо управляти прибутком підприємства;
- застосування державного характеру управління прибутком підприємства у вигляді чіткої та стабільної податкової політики.

Адаптивна система управління прибутком підприємства може мати такі форми реалізації як: саморегулювання, самонавчання, самоорганізації та самовдосконалення¹⁶⁶.

¹⁶⁶ Мельник А.О. Проблеми реалізації механізмів адаптації виробничо-економічних систем // Вісник Технологічного університету Поділля, 2003. – № 5, Ч. 2, Т. 2. – С. 316-319.

Нами розроблений класифікатор видів адаптаційних процесів, який зображений на рис. 2.



Рис.2. Класифікація процесів адаптації підприємства

Процеси, що саморегулюються передбачають жорстку, раніше обумовлену реакцію усіх елементів на зміни середовища, які направлені на зміну виробничої структури. Процеси, що саморегулюються спрямовані на досягнення балансу між внутрішніми фіксованими обмеженнями і зовнішніми впливами, які намагаються порушити стійкий стан підприємства. Такі процеси можуть використовуватись при незначних змінах зовнішнього середовища, з впливом яких підприємство може справитись без проведення кардинальних змін у виробничому процесі (такі процеси спрямовані, наприклад, на вдосконалення якості продукції з мінімальними витратами виробництва).

Використання даного виду процесів адаптації зумовлюється потребами зниження економічних ризиків та захисту від ринкової залежності підприємства. При реалізації саморегулюючого адаптаційного процесу можуть виникати специфічні проблеми, які пов'язані з невідповідністю раніше обумовлених рішень до змін ринкової ситуації.

При використанні процесів, що самонавчаються, система здатна змінювати програми регулювання й способи дії своїх елементів в залежності від зміни зовнішнього середовища, тим самим підбираючи найефективніший та найдійовіший спосіб врегулювання ситуації. У процесі реалізації процесів самонавчання може виникнути структурна невідповідність самої системи та зв'язків між її елементами. Даний вид адаптаційних процесів забезпечує оптимальні умови функціонування підприємства за рахунок постійно накопичуваного досвіду та аналізу інформації про роботу підприємства та зміни законів функціонування в залежності від набутого досвіду.

Використання таких адаптаційних процесів може супроводжуватись виникненням низки проблем, які раніше не виникали, досвіду їх вирішення на підприємстві не існує. Негативною характеристикою використання адаптаційного процесу, що самонавчається, є високий рівень ризику виникнення непередбачених проблем.

Адаптаційні процеси, що самоорганізуються, передбачають не тільки організаційні, а й внутрішньогосподарські зміни у структурі підприємства, механізм управління та фінансової діяльності підприємства відповідно змінам зовнішнього середовища. Даний вид адаптаційних процесів є найбільш чутливим до зовнішніх змін, але він може використовуватись лише на невеликих підприємствах чи організаційно самостійними підрозділами великих виробничих підприємств.

Адаптаційні процеси, що самоудосконалюються, передбачають перебудову системи не тільки у межах її елементів, а й шляхом розширення елементів за рахунок середовища. Процеси адаптації, що самоудосконалюються можуть регулювати свої внутрішні обмеження та створювати, в свою чергу, нові стійкі виробничі властивості. Завдяки даному виду адаптаційних процесів підприємства мають змогу розвивати свої виробничі та організаційні системи у більш складні та життєздатні. Використання даного виду адаптаційних процесів є можливим, лише, при наявності на підприємстві висококваліфікованого персоналу.

Процеси адаптації на підприємстві можуть розрізнятись в залежності від змін, які вони викликають, ми пропонуємо розрізнити структурні та функціональні процеси адаптації. Функціональна адаптація передбачає об'єднання в складний адаптаційний комплекс всіх змін, що спрямовані на відповідне та безпечне пристосування організації до зовнішнього середовища. В даному випадку адаптаційні процеси є реакцією підприємства на зміни у зовнішньому середовищі.

Функціональні процеси адаптації передбачають своєрідну інтегральну настройку всіх систем підприємства на зовнішні зміни шляхом існуючих раніше вироблених адаптаційних взаємоузгоджених підпрограм кожного підрозділу підприємства. Структурні процеси адаптації передбачають зміни в роботі кожного підрозділу в залежності від умов зовнішнього середовища. Структурні процеси можуть викликати невідповідність у взаємодії між підрозділами при загальній адаптації підприємства.

Слід розрізнити адаптаційні процеси стабілізуючі, спрямовані на перебудову та розвиток підприємств. Стабілізуючі адаптаційні процеси спрямовані зменшення рівня чи ліквідацію негативного зовнішнього впливу на підприємство та встановлення стабільної роботи і тривалих ефективних зв'язків підприємства з іншими суб'єктами ринку. Стабілізуючі адаптаційні процеси використовуються з метою збереження функціонування підприємства, підтримку ефективної діяльності в двох аспектах: у співвідношенні витрат та доходів, підтримка рівня конкурентоспроможності. Найчастіше дана група адаптаційних процесів використовується, лише тоді коли, в роботі підприємства виникає дисбаланс.

Адаптаційні процеси перебудови передбачають часткову або повну перебудову складових системи з метою пристосування до зовнішнього середовища (зміна технологічної, організаційної, управлінської, фінансової структур та соціальних процесів), зміна характеру виробничих і економічних відносин до інших суб'єктів ринку. Процеси адаптаційної перебудови поступово трансформуються в адаптаційні процеси розвитку. Цих два види адаптаційних процесів тісно взаємопов'язані і, як правило, для ефективно роботи підприємства необхідно їх використання поєднувати.

Адаптаційні процеси розвитку направлені на всебічний розвиток та удосконалення роботи підприємства, більш раціональне використання фінансово-матеріальних ресурсів, характеризуються стратегічною спрямованістю.

Адаптаційні процеси розвитку можуть бути еволюційної та революційної спрямованості, найчастіше в нормальних умовах роботи використовуються еволюційні процеси, а в кризових ситуаціях, що вимагають кардинальних змін, перевага може надаватись революційним процесам.

Метою адаптаційних процесів розвитку є формування виробничого та кадрового потенціалу, який в майбутньому може бути використаним при реалізації стабілізуючих адаптаційних процесів. Прикладом застосування адаптаційних процесів розвитку є завоювання нових ринків збуту. Слід зазначити, що використання цих процесів характеризується певною періодичністю.

Підсумовуючи зазначимо, що використання адаптаційних процесів найчастіше зумовлюють зміни зовнішнього середовища, тому варто більш докладно розглянути особливості його впливу на діяльність підприємств.

На підставі проведених досліджень можна зробити висновок, що адаптивне управління прибутком на підприємстві з точки зору системного підходу – це складна багаторівнева система спрямована на покращення результатів діяльності підприємства шляхом виявлення зовнішніх та внутрішніх загроз та управліннями відповідними змінами.

В структурній схемі адаптивного управління прибутком підприємства виділено такі основні елементи як формування прибутку, його розподіл та організаційно-методична система управління прибутком.

Нами було визначено сутність та складові елементи системи управління прибутком підприємства.

Визначена послідовність управління прибутком підприємства та можливі шляхи її удосконалення, а саме: покращення діяльності підприємства для ефективно збуту товарів, зниження непродуктивних витрат використовуючи шлях їх нормування, аналізу і планування, удосконалення та підвищення якості продукції на підприємстві, забезпечення здійснення ефективної політики у сфері підготовки персоналу, використання сучасних автоматизованих та механізованих засобів для аналізу рентабельності та прибутку.

4.4. Акціонерні товариства у структурі корпоративного сектору економіки України

Розбудова потужної економіки на ринкових засадах передбачає розвиток підприємницької діяльності, яка здійснюється в трьох організаційно-правових формах: одноосібне володіння (індивідуальний бізнес), партнерство (товариство) та акціонерне товариство^{167, 168}. Для того, щоб ведення бізнесу було ефективним, підприємцю важливо з самого початку робити правильний вибір організаційно-правової форми, який відповідно до статті 42 Конституції України¹⁶⁹ він здійснює самостійно. Як зазначає, О.М. Скібіцький, вибір форми організації підприємницької діяльності залежить від особистих уподобань та смаків, але в головному визначається об'єктивними умовами: сферою діяльності; наявністю грошових коштів (можливість вкладення в справу власного і позикового капіталів); кількістю і складом осіб, які об'єднуються для ведення підприємницької діяльності; перевагами і недоліками відповідних форм підприємств. Кожен підприємець обирає таку організаційно-правову форму, яка найбільш підходить для умов його бізнесу.

Одноосібне володіння як форма організації підприємництва є найбільш адекватною для малих підприємств. За визначенням З.С. Варналія сутність одноосібного володіння полягає в тому, що „все майно фірми належить одному власникові (одній особі, одній сім'ї), який самостійно управляє фірмою, веде справи з урахуванням своїх інтересів, привласнює весь прибуток і ризикуючи власним майном несе повну особисту відповідальність за всі зобов'язання фірми”¹⁷⁰.

Партнерство (товариство) як організаційно-правова форма підприємницької діяльності передбачає об'єднання фінансових ресурсів (капіталів) двох і більше окремих фізичних осіб або юридичних господарюючих суб'єктів, які стають співвласниками створеного підприємства, спільно управляють виробництвом і власністю, спільно контролюють результати бізнесу, розподіляють прибуток, ризик і збитки на основі рівності, а також несуть спільну відповідальність за свої зобов'язання. Основою взаємин (взаємовідносин) між сторонами, що вступають у партнерство, є договір, який може бути усним або ж письмовим.

Відповідно до чинного Закону України «Про господарські товариства» розрізняють повні та командитні товариства, а також товариства з

¹⁶⁷ Рибалкін В.О. Основи економічної теорії [Текст]: навч. посібник / В.О. Рибалкін, М.О. Хмелевський, Т.І. Біленко, та інші. – К.: Академія, 2002. – 352 с.

¹⁶⁸ Скібіцький О.М. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності: навч. посіб. / О.М. Скібіцький, В.В. Матвеев, Л.І. Скібіцька. – Київ: Кондор, 2011. – 912 с.

¹⁶⁹ Конституція України: поточна редакція від 30 вересня 2016 р. № 1401-VIII // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141. Режим доступу: // <http://zakon.rada.gov.ua/laws/main/254>

¹⁷⁰ Варналій З.С. Основи підприємницької діяльності: Навчальний посібник / З.С. Варналій, В.О. Сизоненко. – К.: Знання України, 2004. – 404 с.

обмеженою і додатковою відповідальністю. Дослідивши положення даного закону можна сказати, що основною відмінністю вище зазначених товариств є ступінь участі партнерів та межі їх відповідальності (табл. 1.).

Таблиця 1.

Основні види господарських товариств відповідно до законодавства України

№ п/п	Вид товариства	Визначення *	Стаття	Межі відповідальності партнерів
1	2	3	4	5
1.	Повне товариство	Товариство, де „всі учасники займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном”.	Стаття 66	Учасники несуть необмежену відповідальність, а саме як розмірами свого внеску, так і особистим майном.
2.	Товариство з додатковою відповідальністю	Товариство, „статутний (складений) капітал якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів”.	Стаття 65	Учасники такого товариства „відповідають за його боргами своїми внесками до статутного капіталу”, а „при недостатності цих сум - додатково належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до внеску кожного учасника”. Цим воно є схожим на товариство з повною відповідальністю, а відмінність полягає в тому, що передбачається граничний розмір відповідальності учасників, який прописується в установчих документах.
3.	Товариство з обмеженою відповідальністю	Товариство, що „має статутний капітал, розділений на частки, розмір яких визначається установчими документами”.	Стаття 50	Учасники товариства несуть відповідальність в межах своїх вкладів”.
4.	Командитне товариство	Товариство, в якому „разом з одним або більше учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, є один або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства (вкладників), та які не беруть участі в діяльності товариства”.	Стаття 75	Якщо у командитному товаристві беруть участь два або більше учасників з повною відповідальністю, вони несуть солідарну відповідальність за боргами товариства. В командитному товаристві відбувається комбінація двох форм відповідальності, а саме повної і обмеженої.

* складено відповідно до Закону України «Про господарські товариства»¹⁷¹ та Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю»¹⁷²

¹⁷¹ Про господарські товариства: Закон України від 18 лютого 2018 р. № 2275-VIII
// Режим доступу: // <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19>

Наступною формою підприємницької діяльності є акціонерне товариство. Відповідно до пункту 1 статті 3 Закону України «Про акціонерні товариства» акціонерним товариством є господарське товариство, статутний капітал якого поділено на визначену кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями¹⁷³. Безпосередніми власниками акціонерного товариства є акціонери, яким належить весь прибуток. Прибуток акціонерного товариства, як правило, поділяється на дві частини. Одна частина, як зазначає З.С. Варналій розподіляється серед акціонерів у вигляді дивідендів, друга - це нерозподілений прибуток, що використовується на подальший розвиток, тобто призначена для реінвестування О.М. Скібіцький додає, що функції власності та контролю поділені між акціонерами (власниками акцій) та менеджерами, яких наймають акціонери.

Акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства та командитні товариства діють у формі господарського товариства. Згідно статті 1 Закону України «Про Господарські товариства» господарськими товариствами визнаються підприємства, установи, організації, створені на засадах угоди юридичними особами і громадянами шляхом об'єднання їх майна та підприємницької діяльності з метою одержання прибутку.

В свою чергу, необхідно зауважити, що господарські товариства можуть бути як корпоративного так і некорпоративного типу. В економічному розвитку країни саме корпоративний сектор відіграє провідну роль, який представлений значною кількістю видів суб'єктів господарювання. До корпоративного сектору відносять ті підприємства, майно яких складається з часток їх учасників, а також власність відокремлена від управління¹⁷⁴. Відповідно до вище сказаного, до підприємств корпоративного типу відносяться акціонерні товариства і товариства з обмеженою відповідальністю. Корпоративний сектор також включає об'єднання юридичних осіб, до складу яких, в свою чергу належать асоціація, корпорація, консорціум, концерн а також інші об'єднання.

Питання про віднесення інших господарських товариств до корпоративних утворень залишається дискусійним. Враховуючи те, що у правових базах розвинутих країн основна розмежувальна лінія між корпоративним і некорпоративним сектором пролягає у наявності обмеженої відповідальності, а також у відокремленні власності від управління, можна

¹⁷² Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю: Закон України від 6 лютого 2018 р. № 2275-VIII // Відомості Верховної Ради України. – 2018. – № 13. – Ст. 69. Режим доступу: // <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19>

¹⁷³ Про акціонерні товариства: Закон України від 1 жовтня 2018 р. № 2258-VIII // Відомості Верховної Ради України. – 2008. – № 50-51. – Ст. 384. Режим доступу: // <http://zakon.rada.gov.ua/laws/main/514-17>

¹⁷⁴ Євтушевський В.А. Основи корпоративного управління: навч. посіб. – К.: Знання-Прес, 2002. – 317 с.

зробити висновок, що не всі господарські товариства потрапляють під поняття корпоративних. Доречною буде думка В.А. Євтушевського, який вважає, що "до корпоративних однозначно не можуть належати такі господарські товариства, як повне та командитне, оскільки тут немає жорсткого розмежування власників та управлінців (менеджерів) і не існує обмеженої відповідальності".

Погляди науковців також розходяться щодо товариств із додатковою відповідальністю та їх віднесення до об'єднань капіталів і в цілому до корпоративних структур. Можна цілком погодитись з думкою О.М. Вінник про те, що товариство з додатковою відповідальністю фактично є модифікацією товариства з обмеженою відповідальністю і відрізняється від останнього лише наявністю у його учасників додаткової обмеженої відповідальності за зобов'язаннями товариства¹⁷⁵.

Аналіз статистичних даних показав, що в Україні за останні 10 років питома вага корпоративного сектору збільшувалась і на початку 2018 р. складала 48 % (рис. 1.).

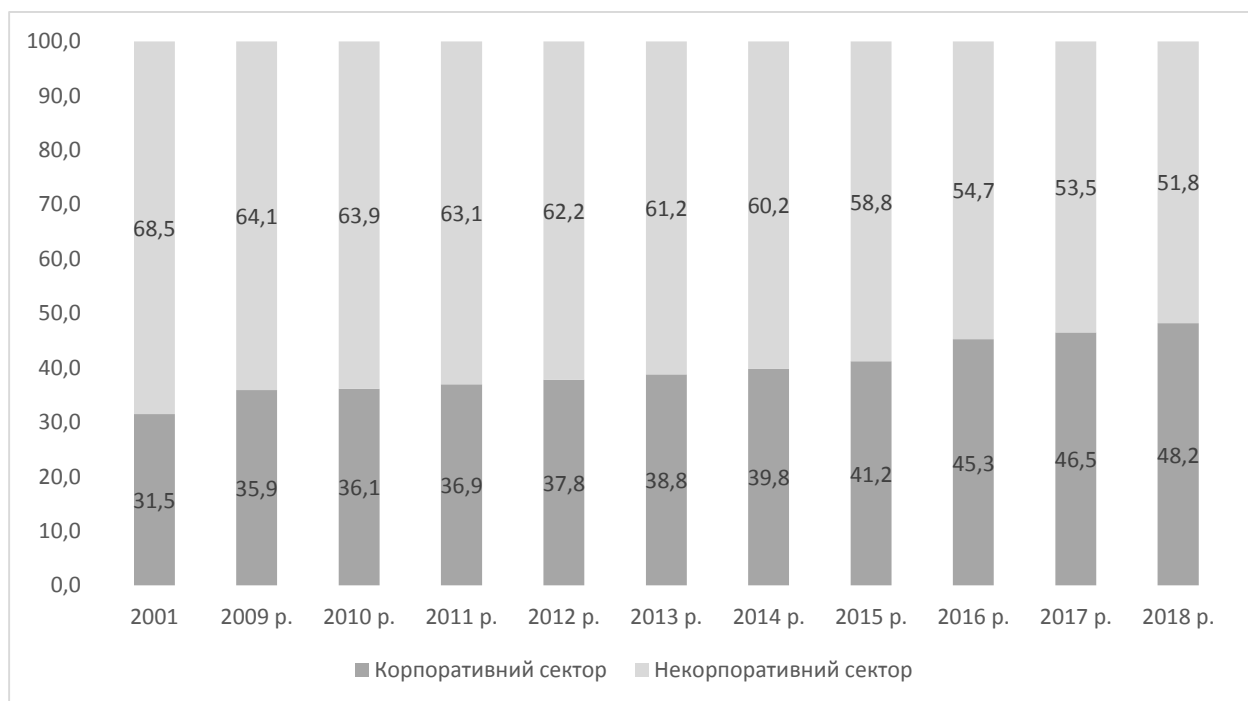


Рис 1. Співвідношення корпоративного та некорпоративного сектору, у %

* складено автором на основі даних Державної служби статистики України [10]

За останні 19 років кількість підприємств корпоративного типу збільшилась більше ніж в 2 рази (табл. 2.). Таке зростання в основному відбулося за рахунок товариств з обмеженою відповідальністю, які за даними

¹⁷⁵ Вінник О.М. Господарське право: Навчальний посібник. – 2-ге вид., змін. та доп. – К.: Всеукраїнська асоціація видавців «Правова єдність», 2008. – 766 с.

Державної служби статистики України¹⁷⁶ були і залишаються найбільш численнішою формою господарювання і в 2018 р. їх питома вага складала 46,68 % від загальної кількості підприємств.

Кількісне переважання товариства з обмеженою відповідальністю над всіма іншими формами бізнесу можна аргументовано пояснити. Зазвичай, підприємці надають перевагу товариству з обмеженою відповідальністю керуючись бажанням зменшити свій ризик. „...За такої форми організації підприємницької діяльності ризик є мінімальним у межах вкладеного капіталу, – пише Г.Ю. Штерн, – крім того, воно має відносно високу мобільність при проведенні зборів і управлінні, оскільки не потрібно виконувати багатьох приписів законодавства, які стосуються акціонерних товариств”¹⁷⁷. Він робить висновок, що товариство з обмеженою відповідальністю є зручним у випадках, коли компанія не планує залучати публічний акціонерний капітал, нараховує менше 100 учасників (найчастіше - до 10 учасників), всі учасники товариства мають між собою партнерські відносини, відсутня необхідність публічного розкриття інформації про діяльність товариства .

Таблиця 2.

Динаміка структури корпоративного сектора України за організаційно-правовими формами господарювання (станом на початок року), од.

Організаційно-правова форма	Роки										
	2001	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Всього підприємств корпоративного типу	262532	441746	454421	478100	500473	520222	546063	548294	507613	551533	595216
у тому числі:											
<i>Акціонерне товариство</i>	34942	31100	30169	28748	26568	25531	24813	23110	15571	15206	14710
у % до загальної кількості	13,3	7,0	6,6	6,0	5,3	4,9	4,5	4,2	3,1	2,8	2,5
Товариство з обмеженою відповідальністю	221905	404525	418145	443223	467822	488781	515371	519607	488205	532401	576554
у % до загальної кількості	84,5	91,6	92,0	92,7	93,5	94,0	94,4	94,8	96,2	96,5	96,9

¹⁷⁶ Офіційний сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]: Державний комітет статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

¹⁷⁷ Штерн Г.Ю. Корпоративне управління: Навч. посібник для студентів спеціальності 7.050 201 „Менеджмент організацій”. – Харків ХНАМГ, 2009. – 278 с.

Асоціація	2516	3057	3125	3180	3222	3194	3234	3108	2260	2331	2376
у % до загальної кількості	1,0	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,4	0,4	0,4
Корпорація	609	862	866	872	862	852	836	777	560	564	558
у % до загальної кількості	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Консорціум	57	89	92	92	94	93	94	90	66	69	74
у % до загальної кількості	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Концерн	380	396	390	387	373	359	350	327	195	195	191
у % до загальної кількості	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
Інші об'єднання юридичних осіб	2123	1717	1634	1598	1532	1412	1365	1275	756	767	753
у % до загальної кількості	0,8	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1

* джерело: складено автором на основі даних Державної служби статистики України [10]

Не зважаючи на важливість акціонерних товариств для економіки України, їх кількість протягом усього аналізованого періоду зменшувалась. На початок 2018 року в Україні функціонувало 14710 акціонерних товариств. Їх кількість скоротилась більше ніж в 2 рази порівняно з 2001р., коли їх кількість була 34942 од.

Протягом 2010-2015 рр. тривав процес реорганізації відкритих і закритих акціонерних товариств (ВАТ і ЗАТ) у публічні та приватні (ПАТ і ПрАТ), що пов'язано з виконанням вимог Закону України «Про акціонерні товариства»,¹⁷⁸. З 2015 р. сукупна кількість публічних і приватних акціонерних товариств прирівнялась до сукупної кількості відкритих і закритих акціонерних товариств (рис. 2.).

Проте, не всі ВАТ і ЗАТ здійснили перетворення в ПАТ і ПрАТ відповідно. В 2016 р. відбулося суттєве зменшення кількості акціонерних товариств всіх видів. Тенденція щодо зниження загальної кількості акціонерних товариств, як публічного так і приватного типу, пояснюється поступовою реорганізацією акціонерних товариств в інші організаційно-правові форми, переважно в товариства з обмеженою відповідальністю, що обумовлено неможливістю підприємств, створених в процесі приватизації та корпоратизації, підтримувати цю найскладнішу форму організації бізнесу. Крім того, в 2016 р. відбулося зменшення їх кількості у зв'язку зі внесеними змінами до Закону України «Про акціонерні товариства».

Однією з таких змін є вимога, відповідно до якої акції публічних акціонерних товариств повинні перебувати у біржовому реєстрі. Щоб виконати цю вимогу публічним акціонерним товариствам необхідно пройти процедуру лістингу. Але через високі вимоги до емітента лістингових цінних паперів переважній більшості акціонерних товариств дану процедуру пройти не вдалось.

¹⁷⁸ Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. Електронні дані – Режим доступу // <http://www.smida.gov.ua/> (дата звернення 08.08.2016) – Назва з екрана.

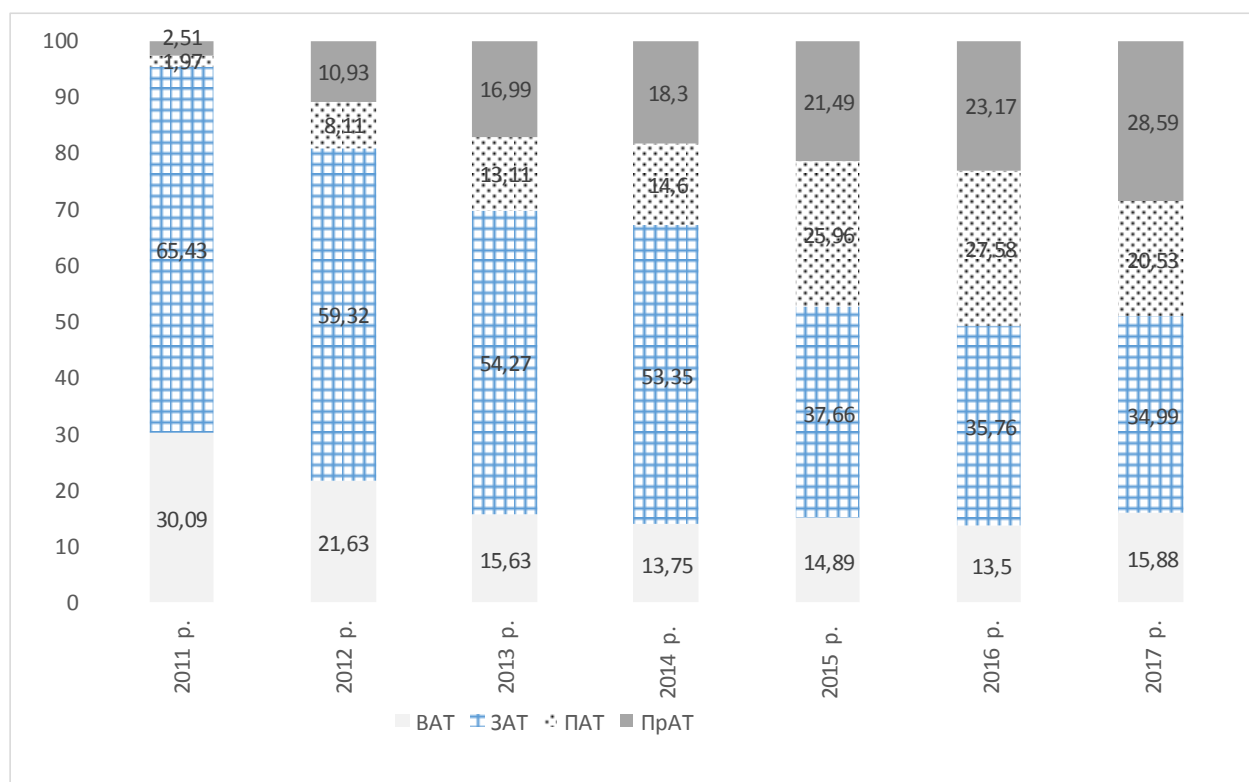


Рис. 2. Структура акціонерних товариств в Україні у 2010-2017 роках, у %

За кількісними показниками основу корпоративного сектору складають товариства з обмеженою відповідальністю. Сьогодні важливо створювати сприятливі умови для розвитку і інших організаційно-правових форм господарювання. Зокрема такими є акціонерні товариства, які мають найбільший потенціал для розвитку порівняно з іншими формами підприємницької діяльності.

В розвинутих країнах світу акціонерні компанії складають основу економіки. Вони багато в чому схожі на товариства з обмеженою відповідальністю, а в окремих випадках мають значні переваги.

Акціонерне товариство на відміну від товариства з обмеженою відповідальністю передбачає залучення публічного акціонерного капіталу. Питер Ф. Друкер зазначав, що основною причиною створення відкритих акціонерних товариств стає недостатність власних ресурсів. "...Коли в результаті зростання компанія досягає певного рівня", і "приватних джерел коштів (це зазвичай власники підприємств, їх сім'ї або сторонні інвестори) вже недостатньо, – тоді, пише Питер Ф. Друкер, – компанії доводиться шукати доступ до більш великих джерел фінансування і для цього вона перетворюється у відкрите акціонерне товариство"¹⁷⁹.

¹⁷⁹ Друкер Питер Ф. *Енциклопедія менеджмента.*: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.

Акціонерна форма підприємницької діяльності дозволяє залучити в одне підприємство капітали великої кількості осіб, причому навіть тих, які самі не можуть в силу будь-яких причин займатися підприємницькою діяльністю. Як зазначає, О.М. Скібіцький, "акціонерне товариство - найбільш прийнятна організаційно-правова форма для великих підприємств із великою кількістю власників (акціонерів)".

Беззаперечною перевагою акціонерних товариств, про яку говорив ще Поль Самуельсон, є те, що акціонери мають обмежену відповідальність у межах власних вкладів¹⁸⁰.

Це значить, що у разі банкрутства вони втрачають лише свої акції, а не все своє майно. Як бачимо акціонерне товариство зберегло основну перевагу товариства з обмеженою відповідальністю.

Крім того, обмеження відповідальності розміром внесеного вкладу дозволяє вкладати кошти в дуже перспективні проекти, які в той же час є надзвичайно ризикованими. А це істотно сприяє прискореному впровадженню досягнень науково-технічного прогресу.

Остання обставина особливо важлива в умовах економічної і політичної нестабільності. Така нестабільність в свою чергу може негативно вплинути на діяльність підприємства, і навіть призвести до величезних збитків, і як результат до боргів, на погашення яких може не вистачити всього наявного майна. Такому ризику піддаються індивідуальні підприємці і деякі юридичні особи, які мають іншу організаційно-правову форму. Акціонерні товариства є більш стійкими структурами до економічних та політичних потрясінь, так як мають більший запас міцності.

Акціонерні товариства дозволяють більш ефективно використовувати інтелектуальні, матеріальні, фінансові та інші ресурси, оптимально поєднувати особисті та громадські інтереси всіх учасників.

Також, створюється можливість реального перетворення всього трудового колективу підприємства, у власників шляхом придбання кожним з них акцій товариства. Акціонерне товариство, об'єднуючи всіх учасників, забезпечує унікальну форму колективного володіння активами підприємства, де кожен зацікавлений в кінцевих результатах роботи.

Не зважаючи на всі переваги акціонерної форми підприємницької діяльності, в нашій країні потенціал акціонерних товариств не було розкрито. Сьогодні в Україні переважна більшість зареєстрованих акціонерних товариств перебуває у фінансово-економічній скруті. В таких умовах особливого значення набуває виявлення ключових деструктивних чинників, що гальмують розвиток акціонерної форми підприємницької діяльності та корпоративного сектора в цілому.

¹⁸⁰ Самуельсон П. Економіка: монографія / П. Самуельсон; ред. О. Ліщишин. – Львів: Світ, 1993. – 495 с.

4.5. Завдання вищої освіти у суспільстві економіки знань

Активний процес формування ринкових відносин в Україні корінним чином змінює економічне середовище. Суб'єкти економічної діяльності діють у новому просторі, основні параметри якого (конкурентні, фінансові, податкові тощо) знаходяться в процесі ринкового становлення. Діяльність економічних суб'єктів набуває динамічного характеру, для якого властиві конкуренція, відповідальність за свої результати, ініціатива, ризик тощо. У таких умовах зазнає змін діяльність не тільки підприємств виробничого сектору, а й багатьох закладів соціальної сфери¹⁸¹.

Принципові зміни ролі освіти у суспільстві пов'язують з часовим проміжком кінця 1950 – початку 1960-х років – початком періоду постіндустріального розвитку найбільш розвинених країн^{182, 183, 184}.

Наразі, коли Україна, як і більшість країн світу, визнала пріоритетом формування нового постіндустріального типу суспільства, характерною рисою якого є створення нової моделі економіки – економіки знань, тобто освіта стає одним із ключових факторів економічного зростання та сталого розвитку держави.

В економічну науку поняття «постіндустріальне суспільство» введено Д. Беллом¹⁸⁵, як соціум в якому індустріальний сектор поступає своє місце науці, а його розвиток визначається можливістю генерувати нову інформацію та знання. Серед базових Д. Белл називає провідну роль науки і експансію виробництва послуг та інформації.

Виробництво послуг, безумовно, не виникає лише на постіндустріальній стадії і не означає зниження ваги сфери виробництва. Послуги вироблялися і у доіндустріальному та індустріальному суспільствах. В індустріальному суспільстві домінували переважно послуги побутового характеру, а саме: громадське харчування, а також транспорт і фінанси, які відігравали допоміжну роль у виробництві товарів.

У постіндустріальному суспільстві набувають поширення нові види послуг насамперед у таких сферах як: охорона здоров'я, освіта, соціальне обслуговування, а також послуги професіоналів, наприклад, консалтинг,

¹⁸¹ Падалка О.С. Економіка освіти та управління / О.С. Падалка, І.С. Каленюк. - К.: Педагогічна думка, 2012.– 184 с.

¹⁸² Touraine A. La societe postindusstrielle / A Touraine. – Paris: Denoel, 1969. – 328 s.

¹⁸³ Bell D. The Coming of Post-Industrial Society / Daniel Bell. - New York: Free Press, 1973. – XVI, 482 p.

¹⁸⁴ Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Ж.-Ф. Литар / пер. с фр. Н. А. Шматко. – М., СПб.: И-т экспериментальной социологии, изд-во «Алетейя», 1998. – 160 с.

¹⁸⁵ Белл Д. Третья технологическая революция и ее возможные социально-экономические последствия / Д. Белл. – М.: Академия. – 2004. –788 с.

аудит, проведення досліджень і оцінювання, обслуговування комп'ютерних систем, здійснення системного аналізу¹⁸⁶.

Основні характеристики індустріального та постіндустріального суспільства наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняння характеристик індустріального та постіндустріального (інформаційного) суспільства

Основні характеристики суспільства	Індустріальне суспільство	Постіндустріальне суспільство
Провідний сектор національної економіки	Сфера матеріального виробництва	Сфера послуг, освіта, культура, наука
Головна цінність	Споживання товарів (задоволення матеріальних потреб)	Заощадження часу (задоволення культурних і особових потреб)
Основні ресурси	Матеріальні і енергетичні	Інформація та знання, інтелект людини
Об'єкт організації	Машини і люди	Знання (у т.ч. теоретичні)
Сфера вкладення капіталу	Матеріальні об'єкти	Людина
Професійна культура	Робітники, обслуговуючий персонал, менеджери	Інтелігенція, «технічний» клас, учені
Об'єкт управління	Управління фінансовим капіталом	Управління людським капіталом
Структура економіки	Національна, традиційні капіталомісткі і трудомісткі галузі	Транснаціональна, наукомісткі, інформаційномісткі, інноваційні галузі
Чинник влади еліти	Власність	Освіта, кваліфікація
Джерело вартості	Праця	Інформація
Системоутворюючі комунікації	Залізниці	Глобальна обчислювальні мережі
Товарно-виробнича структура	Реальна (самодостатня) корпорація	Віртуальна корпорація
Стратегія корпоративних інвестицій в інтелектуальний капітал	Адаптивна	Креативна
Мотивація до праці в сферах економіки, що визначають її розвиток	Матеріальна	Нематеріальна, самореалізація
Модель освіти	Предметно-онтологічна	Гносеологічна

Джерело: узагальнено автором на підставі^{6, 187, 188}

¹⁸⁶ Яковенко Л. І. Економічні основи модернізації вищої освіти в умовах становлення економіки знань: [монографія] / Л. І. Яковенко, О. В. Пашенко. – Полтава: Скайтек, 2011. – 216 с.

¹⁸⁷ Світлична В. Л. Теоретичний базис нової парадигми суспільства – економіки знань / В. Л. Світлична // Економіка: реалії часу. – 2015. – № 3(19). – С. 184-193.

¹⁸⁸ Bell D. The cultural Contradictions of Capitalism. – N. Y.: Heinemann Educational Publishers. – 1976. - 317 p.

Тобто, на певному етапі розвитку матеріальне виробництво стало вимагати якісно нового джерела економічного зростання у вигляді наукового прогресу, який у свою чергу забезпечується виробництвом інтелектуальних продуктів. П. Друкер як головний економічний ресурс розвитку постіндустріального суспільства визначає нове знання, оскільки саме знання створює продуктивність і є підґрунтям для економічного зростання ¹⁸⁹.

П. Друкер вказує на три найголовніші етапи, які змінили роль знань в суспільстві (табл. 1.2)

Таблиця 1.2

Періодизація етапів розвитку суспільства відповідно до концепції П. Друкера⁹

№ з/п	Роки	Тип революції	Об'єкт інвестицій	Основні ресурси
1	1700-1900 рр.	Промислова	Засоби виробництва	Техніка і природні ресурси
2	1900-1945 рр.	Революція у продуктивності праці	Виробничі відносини	Людина й капітал
3	1945 р. – поч. ХХІ ст.	Революція в управлінні	Інформаційні технології та системи управління	Знання

Перший етап пов'язаний з епохою промислової революції, унаслідок якої практичний досвід почав перетворюватись у знання, практичне навчання – у підручники, секрети – у методологію, а конкретні дії – у прикладну науку. Другий етап зміни ролі знань припадає на так звану революцію в продуктивності праці, початок якої датується 1881 р., коли У. Тейлор уперше застосував знання для аналізу продуктивності діяльності та проектування процесів; отже знання детермінували процес праці, що створило основу стрімкого зростання продуктивних сил в кінці ХІХ – на початку ХХ ст. Третій етап – датується серединою ХХ ст., коли знання почали застосовувати для подальшого продукування знань, щоб відшукати найбільш ефективний спосіб використання інформації з метою отримання необхідних результатів. Це означало революцію в управлінні, яка після другої половини ХХ ст. охопила весь світ.

Тобто, економіка, заснована на знаннях, за своїм історичним місцем є постіндустріальною і поступово приходить на зміну економіці, яка базується на використанні природних ресурсів (індустріальній).

До поняття знань зверталися ще в давнину. При цьому існували дві західні та східні теорії про природу знання. Західні теорії представлені поглядами грецьких філософів: Сократа (єдиною функцією знання є самопізнання, тобто інтелект, моральний і духовний ріст людини) та

¹⁸⁹ Друкер П. Посткапиталистическое общество / П. Друкер // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / под ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 632 с.

Протагора (знання – це логіка, граматики і риторика, оволодіння якими і сьогодні відповідає поняттю широкої освіченості людини). Східні теорії знання представлені конфуціанським вченням (знання – це розуміння того, що і як потрібно говорити) та поглядами даоських і дзен-будиських монахів (знання – це самопізнання, шлях до просвітництва і мудрості)¹⁹⁰. На думку таких теоретиків постіндустріального суспільства, як Д. Белл, П. Друкер, Е. Тоффлер, П. Портер та ін., знання є суспільним благом, яке характеризується невідчуженістю та незалежністю вартості створених знань від інтенсивності їх подальшого використання¹⁹¹.

Е. Тоффлер зазначав, що економісти, виявилися сам на сам із системою багатства, що за кілька десятиліть утратила залежність від ресурсів, що вичерпуються, пройшовши шлях до головного чинника свого зростання – знання¹⁹².

Традиційно в літературі виділяють основні риси, властивості для характеристики знань. Зокрема, досить повно іманентні риси знань подають Е. Тоффлер, Х. Тоффлер у роботі «Революційне багатство», підкреслюючи принципову відмінність їх від інших ресурсів, що беруть участь у створенні багатства: 1) знання за своєю суттю не є об'єктом суперництва, тому багато людей використовують ті ж самі знання, обсяг яких не зменшується. Навпаки, чим більше людей використовує знання, тим вища ймовірність, що на їх основі хтось виробить інші, нові; 2) знання нематеріальні, до них неможливо доторкнутися, але ними можна користуватися; 3) знання нелінійні, навіть окремі відкриття можуть давати величезний ефект; 4) знання відносні, бо навіть окремий фрагмент набуває значення лише в системі інших фрагментів, які створюють контекст; 5) знання поєднуються з іншими знаннями; чим більше знань, тим різноманітніші та корисніші їхні комбінації; 6) знання як наймобільніший продукт можуть миттєво транслюватися на величезні відстані; 7) знання можна стиснути до символів і абстракцій, на відміну від будь-якого матеріального предмета; 8) знання можна зберігати в найдрібніших стільниках¹¹.

В 1968 році Ю. Хабермас в роботі «Пізнання і інтерес» стверджує, що знання виробляється і буде вироблятися, щоб бути проданим, воно використовується і буде використовуватися для того, щоб отримати вартість у новому продукті, і в обох цих випадках, щоб бути обмінним. Воно перестає бути самоціллю і втрачає свою «споживчу вартість»¹⁹³. Тобто,

¹⁹⁰ Семів Л.К. Регіональна політика: людський вимір [монографія]. – Львів: ІРД НАН України, 2004. – 392 с.

¹⁹¹ Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи / за заг. ред. Б.М. Данилишина; [2-ге вид. доповн. і переробл.]. – Черкаси: Брама-Україна, 2006. – 620 с.

¹⁹² Тоффлер Э. Революционное богатство: как оно будет создано и как оно изменит нашу жизнь / Элвин Тоффлер, Хейди Тоффлер [Пер. с англ. М. Султанова, И. Цыркун]. – М.: АСТ ; АСТ МОСКВА ; Профиздат, 2008. – 569 с.

¹⁹³ Habermas J. Erkenntnis und Interesse / Jürgen Habermas. – Frankfurt a/M/ Springer-Verlag, 1968. – 218 s.

відносини між виробником і споживачем знань все більше приймають форму відносин між виробником і споживачем товарів.

В розвиток ідей Ю. Хабермаса Ж. Ф. Ліотар зазначає: «Замість того, щоб розповсюджуватися в силу своєї «освітньої» цінності або політичної значущості (управлінської, дипломатичної, військової), можна уявити собі, що знання будуть введені в оборот по тим же мережам, що і грошовий оборот, і відповідне цьому розшарування перестане бути поділом на знання/незнання, а стане, як і у випадку грошового обігу, «знаннями до оплати / знаннями до інвестиції», тобто знаннями, що обмінюються в рамках підтримки життя (поновлення робочої сили, «виживання»)»⁴.

На думку П. Друкера у нових економічних умовах знання є взагалі єдиним ресурсом, який має значення поміж традиційних факторів виробництва (праця, земля та капітал)¹⁹⁴.

Незважаючи на визнання знань найважливішим чинником виробництва, усе ж існують твердження, що це своєрідний ресурс, оскільки він не має притаманної матеріальним ресурсам традиційної характеристики – обмеженості; йому властиве суперечливе поєднання реальної безмежності та рідкісної винятковості, об'єктивності та суб'єктивізму, невідтворюваності та здатності до тиражування.

Японський дослідник Тайічі Сакайя у праці «Вартість, створена знаннями: історія майбутнього» відзначає, що характерною ознакою сучасного суспільства є не сам факт широкої поширеності знань, а те, що вони безпосередньо втілюються в більшості створюваних у суспільстві благ і в такий спосіб економіка перетворюється в систему, що функціонує на основі обміну знань і їхньої взаємної оцінки.

Саме продукція, більш, ніж що-небудь інше, підтверджуюча присутніх її власникові вищих знань, інформації і мудрості, повинна володіти тим, що називається цінністю (або вартістю), створеною знаннями¹⁹⁵.

Тобто, він прогнозує, що «те, чим ми, ймовірно, будемо володіти з надлишком, можна назвати мудрістю, причому визначеною в найширшому розумінні разом із людськими здібностями та знаннями, зрештою, як і інформацією»¹⁴.

Для характеристики ролі знань на сучасному етапі економічного розвитку різними теоріями досить часто застосовуються такі терміни: економіка, яка базується на знаннях (knowledge-based economy) – Л. Туроу¹⁹⁶,

¹⁹⁴ Друкер П. Ф. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества. – М.: Вильямс И. Д. – 2007. – 336 с.

¹⁹⁵ Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знанием или история будущего / Т. Сакайя // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 640 с.

¹⁹⁶ Туроу Л. К. Будущее капитализма. Как сегодняшние экономические силы формируют завтрашний мир / Лестер К. Туроу ; [пер.с англ. А.И. Федоров]. – Новосибирск : Сибирский хронограф, 1999. – 432 с.

В. Иноземцев¹⁹⁷; нова економіка – А. Грінспен¹⁹⁸; Дж. Сакс¹⁹⁹; А. Пороховский²⁰⁰, Л. Мясникова²⁰¹, інтелектономіка – Г. Задорожний²⁰²; новітня економіка – А. Задоя²⁰³.

О. Гапоненко вважає, що економіка яка створює, поширює і використовує знання з метою забезпечення свого зростання та конкурентоспроможності – це економіка знань²⁰⁴.

Термін «економіка знань» вперше в науковий оборот впровадив американський вчений Фріц Махлуп ще у 1962 році²⁰⁵. Він включив до нього сферу освіти, досліджень і розробок, зв'язку, інформаційне машинобудування та інформаційну діяльність, і розглядав економіку знань як один із секторів, що відіграє вирішальну роль у функціонуванні економічної системи.

Однак, вже в 70-і роки стає зрозуміло, що економіка знань – новий тип економічної організації суспільства, в якому вирішальна роль належить сектору знань, а виробництво знань є джерелом зростання економіки⁶.

В. М. Геєць пропонує таке визначення економіки знань: «економіка, в якій і спеціалізовані, і повсякденні знання є джерелом зростання. Застосування таких знань разом із природними ресурсами, капіталом і працею роблять домінуючим фактором процеси їх нагромадження і використання, у результаті чого постійно зростає конкурентоспроможність економіки.

В економіці знань визначальним є інтелектуальний потенціал суспільства, на який вона спирається і який є сукупністю повсякденних

¹⁹⁷ Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы / Владислав Леонидович Иноземцев ; (Учеб. пособие для студентов вузов). – М. : Логос, 2000. – 304 с.

¹⁹⁸ Greenspan A. Structural change in the new economy [Електронний ресурс] / Alan Greenspan // The Federal Reserve Board, Pennsylvania, July 11.2000. – Режим доступу: <http://www.federalreserve.gov/boarddocs/speeches/2000/20000711.htm>.

¹⁹⁹ Сакс Дж. Уроки новой экономики [Електронний ресурс] / Джеффри Сакс // Независимая газета. – 2000. – Режим доступу: http://www.ng.ru/economics/2000-06-03/4_lessons.html

²⁰⁰ Пороховский А. А. Государство и «новая экономика»: американский подход / А. А. Пороховский // США-Канада: ЭПК. – 2002. – № 3. – С. 3-14.

²⁰¹ Мясникова Л. «Новая экономика» в пространстве постмодерна / Л. Мясникова // Мировая экономика и международные отношения. – 2001. – № 12. – С. 3-15.

²⁰² Задорожний Г. В. Интелектономика как мировоззрение нового века / Григорий Васильевич Задорожний // Социальная экономика. – 2002. – № 3. – С. 3–23.

²⁰³ Задоя А. Новітня економіка та проблеми євро інтеграції України / А.Задоя // Інституціональний вектор економічного розвитку: Збірник наукових праць МІДМУ «КПУ». Вип. 1 (1) – Мелітополь: Вид-во КПУ, -- 2008. - С.45–56.

²⁰⁴ Гапоненко А. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / А. Гапоненко, Т. Орлова. – М.: Экспо, 2008. – 400 с.

²⁰⁵ Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп; [Пер. с англ.]. – М. : Прогрес, 1966. – 43 с.

(буденних) і спеціалізованих (наукових) знань, що нагромаджені у свідомості людей та матеріалізовані в технологічних способах виробництва»²⁰⁶.

Л. І. Яковенко та О. В. Пащенко вважають, що «сутність економіки знань відображає широке розуміння цього суспільного феномена, тобто її слід розглядати системно і комплексно в широкому сенсі. Вона виступає як постіндустріальна економіка, оскільки в ній спостерігаємо збільшення частки сфери послуг; інформаційна економіка, тому що інформація (знання, наука) як фактор виробництва починає відігравати в ній вирішальну роль; інноваційна економіка як така, в якій знання дозволяють генерувати безперервний потік нововведень; глобальна мережева економіка, бо в економіці знань взаємодія між носіями знання опосередковується широкими мережевими зв'язками в глобальному масштабі (виникнення мережі Інтернет як нової інфраструктури економіки)»⁶.

Л. І. Федулова зазначає, що за своєю сутністю економіка знань «... відображає характеристики постіндустріального суспільства, але на більш високому еволюційному ступні розвитку, в ході якого при задоволенні життєво необхідних потреб людини стають усе більше затребуваними диференційовані товари й послуги, вироблені різними дрібними підприємствами інтенсифікуються розвиток людського капіталу й сфер послуг»²⁰⁷.

За дослідженнями Л. І. Федулової є можливим сформулювати етапи, що проходить економіка в своєму розвитку: від традиційної економіки до економіки знань (рис. 1.2).

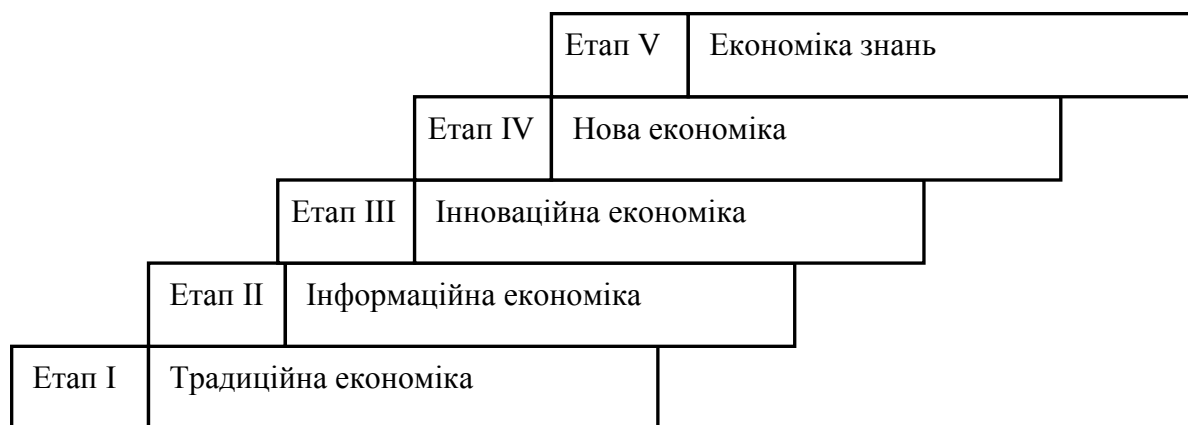


Рис. 1.2. Еволюція типів економіки за Л. І. Федуловою

*Джерело: побудовано автором на підставі*²⁷

Між вищенаведеними типами економік існують принципові відмінності: 1) в традиційній основними ресурсами є земля (сировина) та енергія, які в процесі використання зменшуються; видобуток та переробка –

²⁰⁶ Геєць В. Характер перехідних процесів до економік знань / Валерій Михайлович Геєць // Економіка України. – 2004. – № 4. – С.4–14.

²⁰⁷ Федулова Л. І. Економіка знань: [підручник] / Л. І. Федулова. – К.: НАН України, Інститут економіки та прогнозування НАН України. – 2009. – 600 с.

основний спосіб виробництва; переважають трудомісткість та капіталомісткість технологій; 2) інформаційна економіка передбачає комп'ютеризацію та автоматизацію бізнес-процесів, збільшення обсягів та прискорення обробки і передачі бізнес-інформації; 3) інноваційна економіка заснована на розвитку економічних процесів, що визначають спрямованість позитивних змін завдяки засвоєнню досконаліших технологій, їх розширенню та оновленню, розширенню та оновленню номенклатури виробництва, залученню в обіг нових ресурсів; 4) ядром нового типу економіки є перетворення інформаційних продуктів і послуг в об'єкт виробництва та споживання; 5) економіка знань характеризується збільшенням у структурі суспільного виробництва високотехнологічного сектору, у складі виробленої продукції зростає частка доданої вартості за рахунок інтелектуальної складової, змінюється характер людської праці на користь творчої та інтелектуальної діяльності.

Тобто, із розвитком суспільства та економіки знань пов'язані інтенсивні процеси становлення нової, відмінної від класичної, освітньої парадигми, підґрунтям якої є зміна фундаментальних уявлень про людину та її удосконалення через освіту. Основні характеристики моделей вищої освіти в індустріальному та постіндустріальному суспільстві наведені в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Порівняння моделей вищої освіти в індустріальній та постіндустріальній економіці⁶

Вища освіта в індустріальній економіці	Вища освіта в постіндустріальній економіці
Елітарна вища освіта, селективний доступ	Масова вища освіта, висока доступність
Орієнтація на закриту економіку	Орієнтація на відкриту економіку
Відповідність невисокій динаміці виробництва	Відповідність високій динаміці виробництва
Навчання у ВНЗ завершується отриманням диплому	Навчання у ВНЗ як початковий етап навчання впродовж життя
Підпорядкування студентів стандартам і пропонованим ВНЗ програмам	Індивідуальна стратегія навчання, формування індивідуального комплексу знань
Формування компетенцій і навичок	Вироблення здатності виробляти нові знання
Підготовка фахівців за рахунок коштів державного бюджету	Підготовка фахівців різними джерелами
Перевага процесів стандартизації	Перевага процесів диференціації

Основною відмінною рисою вищої освіти в постіндустріальній економіці є навчання впродовж життя, оскільки проміжок часу, за який обсяг знань збільшується в два рази значно скорочується: з 1900 року – за 50 років, з 1950 – за 10 років, з 1970 – кожні 5 років, з 1990 – щорічно.

Серед системних досліджень доцільно виділити концепцію Р. Аккофа²⁰⁸, в якій він запропонував для аналізу процесу формування знання схему з категорій: дані-інформація-знання-розуміння-мудрість. Він відзначає, що перші чотири компоненти мають справу з минулим, а п'ята – мудрість, стосується майбутнього. Модель має назву DIKW (Data, Information, Knowledge, & Wisdom). Дана концепція з урахуванням необхідності навчання впродовж життя набуває модернізованого вигляду (рис. 1.1)²⁰⁹.

Тобто, в умовах глобалізації кожен працівник для підтримки рівня підготовленості у відповідності до вимог суспільства і ринку праці повинен поповнювати свій інтелектуальний потенціал.

Така діяльність називається освітою продовж життя і являє собою цілеспрямований процес оволодіння професійними компетентностями, що дозволяють людині залишатися працездатною протягом всього активного життя. Якщо раніше частка таких людей серед економічного активного населення була незначна, то на сьогодні безперервна освіта стає необхідним атрибутом сучасного суспільства, що засноване на знаннях²¹⁰.

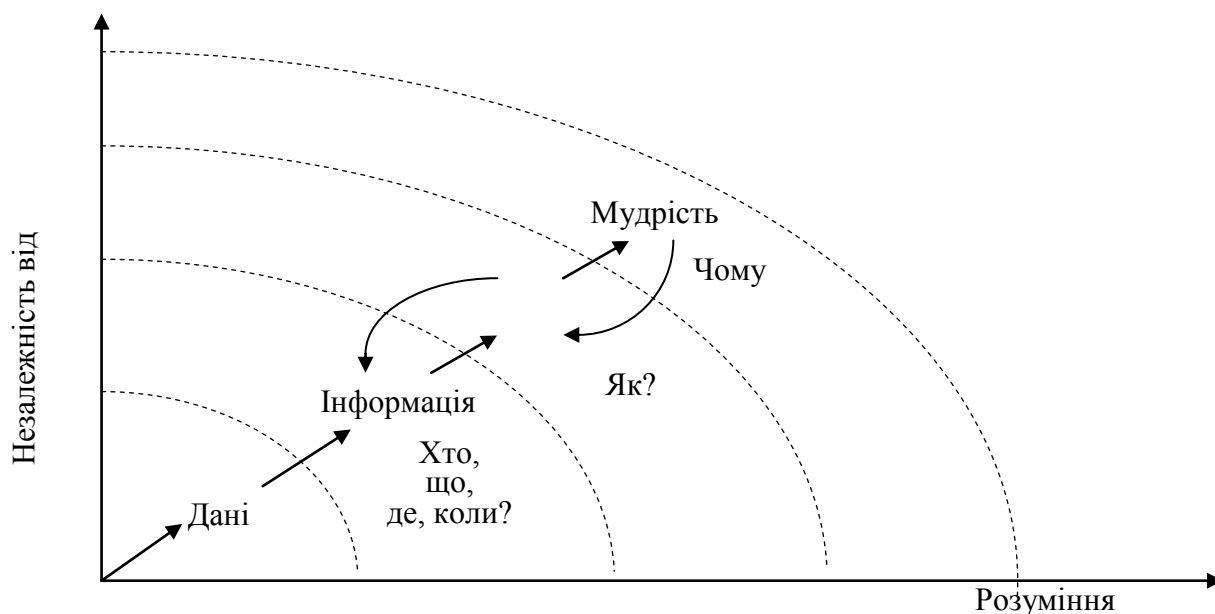


Рис. 1. Модель DIKW

Джерело: удосконалено на підставі²⁸

Отже, в умовах інноваційного розвитку змінюється функціональна роль освіти: із транслятора знань і генератора специфічних навичок і вмінь вона перетворюється, по-перше, в безпосереднього виробника знань і, по-друге, в

²⁰⁸ Аккоф Р. Планирование будущего корпорации / Р. Аккоф. – М.: Прогрес. – 1985. – 428 с.

²⁰⁹ Bellinger G. Managing Individual and Organizational Knowledge. – 1997. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.outsights.com/kmgmt/kmgmt.html/

²¹⁰ Газалиев А. М. Инновационный потенциал высшей школы в контексте глобализации образования / А. М. Газалиев, Ю. Н. Пак // Вестник высшей школы «Alma Mater». – 2016. – № 2. – С. 16-22.

активного учасника процесу трансформації цих знань у нові продукти, технології та послуги. Відповідно, в центр виходить сфера виробництва, передачі та поширення знань, або освіта, що вимагає серйозного перетворення насамперед ВНЗ, бо саме вони перетворюються на ключовий елемент усіх соціальних і економічних процесів²¹¹.

На думку О. Аузана «Університети виробляють не тільки приватне благо у вигляді капіталізованого знання, яке можна продати, як думав Сміт. І не тільки соціально значиме благо у вигляді функцій, які потрібні не лише конкретній людині для його зарплати і роботи, а й якимось чином іншим людям, як це було закладено у французькій системі початку ХІХ століття – в наполеонівській системі. Вони виробляють ще й суспільне благо, сенс якого – створення і поширення культури.

Університети виробляють деякі неформальні інститути, системи цінностей і поведінкових установок, які потім через той чи інший проміжок часу перетворюються на формалізовані інститути – в системі економіки, політики, торгівлі тощо»²¹².

Сметаніна Н. В. підкреслює, що «за своєю «природою» університет не є класичною бізнес-структурою, скоріше він є певним видом такої структури, поєднуючи класичні бізнес-цілі: реалізація продукту/послуги; задоволення потреб споживачів; отримання прибутку від своєї діяльності з функціями соціальної організації: формування світогляду особистості, безоплатна передача знань, сприяння професійному становленню та самоорганізації тощо»²¹³.

Л. І. Яковенко та О. В. Пащенко у своїй праці «Економічні основи модернізації вищої освіти в умовах становлення економіки знань» зазначають, що «... вищі навчальні заклади усе більше з навчально-наукових і культурних центрів, які фінансуються державою, перетворюються, по суті, на підприємства»⁶.

А. І. Бутенко зазначає, що «сьогодні освіта є такою же сферою ринкових відносин, як і промисловість, будівництво, фінансово-кредитна та інші системи»²¹⁴. М. Матвійв стверджує, що «в сучасному суспільстві освіта стає великим бізнесом, засобом виходу на світовий ринок праці...»²¹⁵.

²¹¹ Ржепішевська В. В. Проблеми та перспективи функціонування вищих навчальних закладів у регіональній інноваційній системі / В. В. Ржепішевська // Ефективна економіка. – 2013. - № 3. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1877>

²¹² Аузан А. А. Миссія університета : вигляд економіста / А. А. Аузан // Вопросы образования. – 2013. - № 3. – С. 266-286.

²¹³ Сметаніна Н. В. Соціальна відповідальність вищих навчальних закладів: концептуальний аналіз / Н. В. Сметаніна, Р. В. Хусайнов // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Вип. 9. Ч. 2. – С. 20-25.

²¹⁴ Бутенко А. І. Проблеми та напрями розвитку підприємництва у сфері освіти / Бутенко А. І., Сараєва І. М., Мергут А. І. – Одеса : Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2003. – 270 с.

²¹⁵ Матвійв М. Стратегічні пріоритети розвитку освіти в Україні / Микола Матвійв // Вісник ТАНГ. – 2003. – № 5/1. – С. 196–199.

Г. Винстон вказує, що «вища освіта – це бізнес: у даній сфері виробляються і надаються за певною ціною освітні послуги та купуються необхідні для такої діяльності фактори виробництва.

Виробнича діяльність визначається технологічними обмеженнями. Доходи і витрати зумовлюють прийняття рішень і визначають життєздатність ВНЗ у довгостроковій перспективі»²¹⁶.

Університет повинен бути занурений у сучасність, відкритим для неї і формувати її. Сьогодні заклади вищої освіти мають взаємодіяти із сучасністю: висловлювати свою думку з приводу значущих подій, реагувати на те, що відбувається з культурної, професійної та наукової точок зору.

Оскільки університет є центром продукування, акумулювання та поширення знання, яке, незважаючи на різноманітність і схильність до різноманітних технологій, зберігає риси універсальності й неутилітарності, його місія може бути знайдена в передачі цього знання²¹⁷.

Тобто, наразі заклади вищої освіти набувають нової ролі, яка направлена на забезпечення ефективності освітньої системи. Відповідаючи на нові виклики суспільства, заклади формують новий тип професіонала, здатного завдяки сформованим цінностям, набутим знанням і компетентностям протистояти трансформаційним потребам у суспільстві. У таких умовах університети нерозривно пов'язані з наукою, історичною реальністю та суспільним життям.

4.6. Сучасні тенденції розвитку підприємницького університету

Підприємницький університет являє собою поєднання класичної освіти з наданням стимулювання інноваційних розробок та запровадженням їх у практичній сфері. Процес формування підприємницького університету як центру інноваційних технологій включає не тільки трансформацію діяльності закладу вищої освіти під впливом збільшення інноваційної та підприємницької діяльності, але й модернізацію системи освіти для формування важливого спектру навичок, що є необхідними для розробки та реалізації інновацій.

Класичними місіями університету є 1) надання освітніх послуг та 2) створення нових знань та методик їх здобуття. Але новий університет, що функціонує для реалізації класичних та сучасних місій в умовах прискореного розвитку цифрової революції, виконуватиме ще дві важливі додаткові місії: 3) реалізація інновацій та 4) прискорення економічного розвитку. Трансформація класичного університету до підприємницького

²¹⁶ Винстон Г. Субсидии, рыночная власть и образовательная среда: особенности экономики образования / Гордон Винстон ; пер. с англ. А. Ковалевой // Вопросы образования. – 2006. – № 8. – С. 87.

²¹⁷ Моргулець О. Б. Методологічні основи управління вищим навчальним закладом як суб'єктом ринку послуг : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / О. Б. Моргулець , Київський національний університет технологій та дизайну. – Київ, 2017. – 480 с.

університету відбувається за рахунок поступової переорієнтації його діяльності задля розробки та впровадження нових технологій, реалізації нових ідей, запуску та успішного функціонування нових стартапів та постійного розвитку для успішної реалізації нових місій.

Постійний розвиток глобальних освітніх процесів спонукає до трансформації та диверсифікації функцій та напрямів діяльності сучасних університетів, які починають виступати активними учасниками економічних відносин, поступово розширюючи свої підприємницькі функції.

Теоретичні аспекти становлення та функціонування підприємницького університету широко досліджуються в останні декілька десятиріч, які співпадають з розвитком науково-технічної революції та сучасними її проявами у прискоренні цифрової революції.

Питання формування та розвитку університетів нового типу досліджувалися вітчизняними та закордонними вченими, такими як Г. Вільямс, Г. ван Гінкель, Г. Іцковиц, І. Калинюк, О. Куклін, І. Репке, О. Романовський, Дж. Субоцкі та інші²¹⁸.

За думкою Г. Іцковица, під підприємницьким університетом варто розглядати вищий навчальний заклад, що, крім традиційних джерел фінансування, активно розробляє та використовує патенти, наукові дослідження та інші напрями договірної співробітництва з приватними підприємствами як дієвих інструментів розширення джерел фінансування та притоку інвестицій до університету²¹⁹.

Учений бачить підприємницькі університети як своєрідні інкубатори підтримки та стимулювання бізнес-ініціатив співробітників і студентів вищого навчального закладу.

Невід'ємною складовою місії сучасного університету, за Г. Іцковцем, є капіталізація знань²²⁰. Г. Вільямс, у свою чергу, визначає підприємницький університет як інституцію, що продає послуги у галузі знань, який пропонує розглядати університети «не більше як подавцями послуг у галузі знань».

²¹⁸Каленюк І.С. Развитие высшего образования и экономика знаний / И.С. Каленюк, О.В. Куклин. – М.: Новое знание, 2014. – 383 с.; Романовський О. О. Базові поняття та визначення підприємницького ВНЗ / Романовський О. О. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1628>; Романовський О. О. Феномен підприємництва в університетах світу: монографія / О. О. Романовський. – Вінниця: Нова Книга, 2012. – 504 с.; Г. ван Гінкель. Університет ХХІ в.: задачи, проблемы, возможности и менеджмент / Г. ван Гінкель // Вестник высшей школы (Alma Mater). – 2008. – № 1. – С. 41–49.

²¹⁹Каленюк І.С. Підприємницькі університети в глобальному освітньому просторі / І.С. Каленюк, А.Л. Дяченко // Міжнародна економічна політика. – 2016. – № 2 (25). – С. 6–22. (С. 10-11).

²²⁰Ицковиц Г. Тройная спираль. Университеты – предприятия – государство. Инновации в действии: монография / Г.Ицковиц; пер. с англ. под ред. А.Ф.Уварова. – Томск: изд-во Том. гос. ун-та систем упр. и радиоэлектроники, 2010. – 237 с. (С.32-37)

Нинішні вищі навчальні заклади реалізують та демонструють значно ширший спектр підприємницької діяльності²²¹.

I. Репке розглядає підприємницькі університети з трьох позицій: 1) як вищий навчальний заклад, що виконує підприємницькі функції; 2) знаходить прояв у підприємницькій діяльності співробітників і студентів університетів; 3) означає розвиток кооперації закладів вищої освіти із зовнішнім середовищем (зокрема бізнес-сектором)²²². Подібної точки зору дотримується Дж. Субоцькі²²³ [9], наголошуючи на достатньо глибокому ступені співпраці університетів із бізнесом, у тому числі з позицій диверсифікації джерел фінансування вищої освіти та з наголосом на організації адекватного менеджменту.

Сучасна діяльність закладів вищої освіти в Україні характеризується наявністю багатьох процесів та явищ, які відбуваються одночасно, іноді різнопланово, але безпосередньо впливають на їх функціонування. Трансформація закладів вищої освіти в підприємницькі університети відбувається з урахуванням важливих тенденцій, які вже сформовані та матимуть значний вплив на розвиток підприємницьких університетів в Україні. Деякі з них зазначені у дослідженні Всесвітнього економічного форуму та звіті Єврокомісії²²⁴, але для українських підприємницьких університетів необхідно вказати й певні особливі траєкторії, що пов'язані зі специфікою організації підприємницької та інноваційної діяльності. Розглянемо шість важливих тенденцій розвитку підприємницького університету в рамках прискорення цифрової революції та посилення процесів глобалізації.

1. Запровадження підприємницької діяльності як обов'язкового елементу університетської активності.

На кінець 2017 року більше 200 університетів та коледжів світу стали членами Глобального консорціуму підприємницьких центрів (Global Consortium of Entrepreneurship Centres), спеціально створеної у США інституції, що координує їх роботу, проводить конференції та сприяє

²²¹Williams G. *The Enterprising University: Reform, Excellence and Equity*/ Edited by Gareth Williams. Buckingham [England]; Philadelphia, PA: Society for Research into Higher Education: Open University Press, 2003. – 193 p.

²²²Röpke J. *The Entrepreneurial University, Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy* / Röpke J. // Working Paper Department of Economics, Philipps- Universität Marburg, Germany, 5.1.2000. – p. 3 (19 p.). [Electronic Resource]. Access mode: http://etc.online.uni-marburg.de/LinkedDocuments/mafex_rj_entreuni.pdf.

²²³Subotzky G. *Alternatives to the Entrepreneurial University: New Modes of Knowledge Production in Community Service Programs* / Subotzky G. // Higher Education, December 1999. – Vol. 38. – No. 4. – Pp. 401–440.

²²⁴Всесвітній економічний форум. Офіційна інтернет сторінка / Електронний ресурс. – Режим доступу: www.wef.org; Звіт Європейської комісії «Наука, дослідження та інновації в ЄС» / Електронний ресурс. – Режим доступу: https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/strategy/policy-support/support-national-research-and-innovation-policy-making/srip-report_en.

покращенню комунікацій. Але не всі підприємницькі університети США є членами GSEC, що вказує на те, що реальна їх кількість є ще більшою. Дійсно, університетська діяльність багатьох університетів США та провідних Європейських країн включає підприємницьку діяльність як необхідну складову їх розвитку.

Особливості фінансування вітчизняних університетів, засновані на використанні кількості студентів різних форм навчання як основного показника, фінансового нормативу бюджетної забезпеченості, та запровадження з 2016 року принципу «гроші ходять за студентом» при визначенні кількості місць державного замовлення різко посилюють конкуренцію між закладами вищої освіти та створюють всі умови для диференціації джерел фінансування, важливим елементом яких є надходження від підприємницької діяльності.

2. Посилення взаємодії з приватним сектором економіки.

У сучасних умовах для фінансування інноваційної діяльності використовуються як внутрішні, так і зовнішні джерела університетів. Взаємодія з приватним сектором економіки вирішує не тільки проблему пошуку фінансових ресурсів на проведення R&D, але й за рахунок взаємовигідної співпраці. Дослідження показують, що співпраця між підприємницькими університетами та приватним сектором економіки постійно посилюється, що підтверджується збільшенням фінансування приватним сектором економіки науково-дослідної роботи університетів (рис. 1).

Аналізуючи дані **рисунок 1** можна відмітити, що існує тенденція до постійного збільшення фінансування приватним сектором економіки науково-дослідної роботи університетів, як наслідок, воно за період з 2006 по 2016 рік збільшилося майже у рази, з 2,3 млрд. дол. США до 4,3 млрд. дол. США, незважаючи на глобальну фінансову кризу, яка призвела до стагнації фінансування у 2009-2011 рр.

Дуже часто, згадуючи про підприємницькі університети, дослідники приділяють увагу розвитку ендаументів як основного фінансового ресурсу для розробки та впровадження інновацій. Але потрібно зауважити, що більшість університетів, де широко розвинуті ендаументи, мають доволі довгу історію створення та є приватними. Беззаперечними лідерами з обсягів ендаумент-фондів та сумами коштів, які направляються на інновації є американські університети недержавної форми власності, які були створені у 17-19 сторіччях на основі приватних внесків їх засновників та постійного збільшення учасників фінансування (**таблиця**). Подібна форма організації університетської діяльності обов'язково передбачає фінансування інноваційної діяльності та співпрацю між університетом та приватним сектором економіки, що, безсумнівно, є своєрідною визітівкою університету та створює відповідний «кодекс поведінки» його адміністрації, наглядової ради, студентів і випускників.

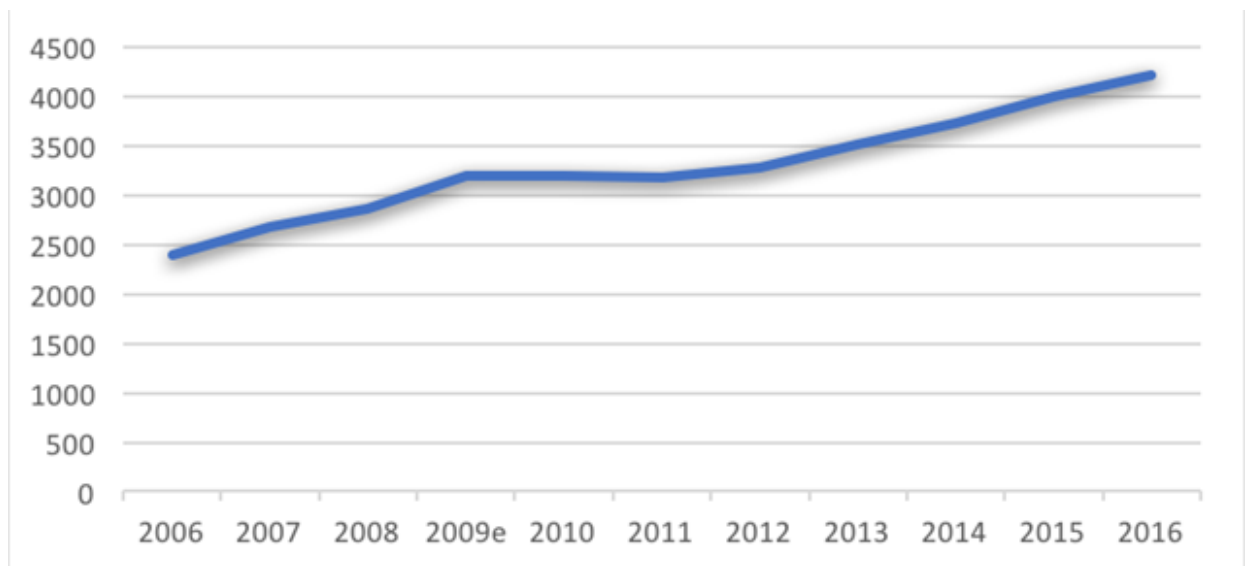


Рис 1. Фінансування приватним сектором економіки науково-дослідної роботи університетів у 2006–2016 рр. (млн. дол. США)

Джерело: Всесвітній економічний форум²²⁵

Провідні українські університети, такі як Київський національний університет в останні роки також створили ендавменти, але обсяги фінансових ресурсів, що акумульовані в них, ще не є достатніми для фінансування інноваційної діяльності та не йдуть у порівняння з сумами коштів провідних університетів. Як вказують К. Рябков та В. Покідіна, станом на кінець 2015 року ендавмент-фонди в Україні знаходяться на початковому етапі розвитку²²⁶.

Є лише декілька університетів, де були створені ендавмент-фонди, а формально тільки при одному українському ВНЗ – Інституті міжнародних відносин Київського національного університету ім. Тараса Шевченка, створений благодійницький цільовий фонд, який було засновано в 2012 році, і станом на кінець 2015 року акумульовано близько 250 тисяч гривень від понад 20 благодійників.

Отже, на сьогодні ендавмент-фонди українських університетів лише формуються, кошти, що були акумульовані в них, поки що є незначними. Хоча у майбутньому ендавмент-фонди можуть стати суттєвим джерелом фінансування інноваційної діяльності підприємницьких університетів.

3. Розвиток STEM-освіти та активізація міждисциплінарних досліджень.

Використання нових методів навчання під час викладання економічних дисциплін, що базуються на широкому використанні знань та навичок у практичній діяльності, дозволять створити належне підґрунтя для.

²²⁵ Всесвітній економічний форум «Чотири шляхи для впровадження університетами інновацій» / Електронний ресурс. – Режим доступу:

<https://www.weforum.org/agenda/2018/01/4-ways-universities-are-driving-innovation/>.

²²⁶ К. Рябков. Ендавмент у вишій освіті: світова практика та українське сьогодні / Рябков К., Покідіна В. / Проект «Популярна економіка: ціна держави» / Електронний ресурс. – Режим доступу: http://cost.ua/files/endowment_report_2015-11-20-final.pdf.

Університети світу с найбільшими обсягів ендаументів у 2017 році

№	Університет, країна, рік заснування	Ендавмент, млн. дол. США	Фінансування R&D, млн. дол. США	Фінансування R&D / Ендавмент, %
1	Гарвардський університет, США, 1636	34541,9	1013,8	2,93
2	Єльський університет, США, 1701	25408,6	803,0	3,16
3	Університет Техасу, США, 1876	24203,3	585,3	2,42
4	Стенфордський університет, США, 1885	22398,1	1022,6	4,57
5	Принстонський університет, США, 1746	22152,6	279,9	1,26
6	Університет науки та технології Короля Абдули, Саудівська Аравія, 2009	20000,0	—	—
7	Массачусетський технологічний інститут, США, 1865	13181,5	930,7	7,06
8	Університет Пенсільванії, США, 1751	10715,4	864,1	8,06
9	Техаський університет A&M, США, 1876	10539,5	866,7	8,22
10	Університет Мічигану, США, 1812	9743,5	1369,3	14,05
11	Північно-західний університет, США, 1850	9648,5	656,2	6,80
12	Колумбійський університет, США, 1754	9041,0	868,2	9,60
13	Університет Нотр-Дам, США, 1842	8374,1	191,0	2,28
14	Університет Каліфорнії, США, 1868	8341,1	1126,6	13,51
15	Кембриджський університет, Велика Британія, 1209	7577,0	—	—

Джерело: складено та розраховано автором на основі даних інформаційного ресурсу «The best schools» [13]²²⁷

²²⁷Інформаційний ресурс «The best schools» / Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://thebestschools.org/features/richest-universities-endowments-generosity-research/>.

впровадження активної інноваційної діяльності в національних закладах вищої освіти. Розвиток цифрової економіки України передбачає модернізацію освіти та підвищення цифрової грамотності населення. Саме це дозволить підвищити якість людських ресурсів на революційно підвищити рівень людського потенціалу. Модернізація освіти повинна відбуватися як завдяки прерогативному фінансуванню тих спеціальностей, що безпосередньо пов'язані з цифровою економікою, так й у спосіб загальної цифровізації освіти. Абревіатура STEM розшифровується як Science, Technology, Engineering та Mathematics та передбачає трансформацію освітніх програм з активним застосуванням реальних знань та навичок, що базуються на активному використанні вказаних складників. Водночас, різні дисципліни в рамках конкретних напрямів підготовки вивчаються не окремо, а в комплексі. Тобто має місце певний рівень конкретних знань та навичок, які є взаємоузгодженими та пронизують систему підготовки не тільки у сфері фундаментальних та природничих дисциплін, але й інших. Це дозволить у майбутньому не тільки активно розвивати галузі економіки, що пов'язані з цифровою економікою, але й сформувати велику кількість професійних користувачів продуктів, що є результатом функціонування цифрової економіки. Україна має доволі сильні позиції у рівні математичних знань, що підтверджується високими місцями школярів за результатами щорічних Міжнародних математичних олімпіад. Саме наявність здібностей у галузі математики та суміжних дисциплін дозволитимуть розвивати STEM-освіту та формувати відповідні навички, необхідні для активізації інноваційної діяльності. На графіку можна побачити місце України у порівнянні з державами, що є традиційними лідерами інноваційного розвитку серед європейських країн (включаючи Ізраїль), а саме: Данією, Ізраїлем, Ірландією, Німеччиною та Фінляндією (рис. 2).

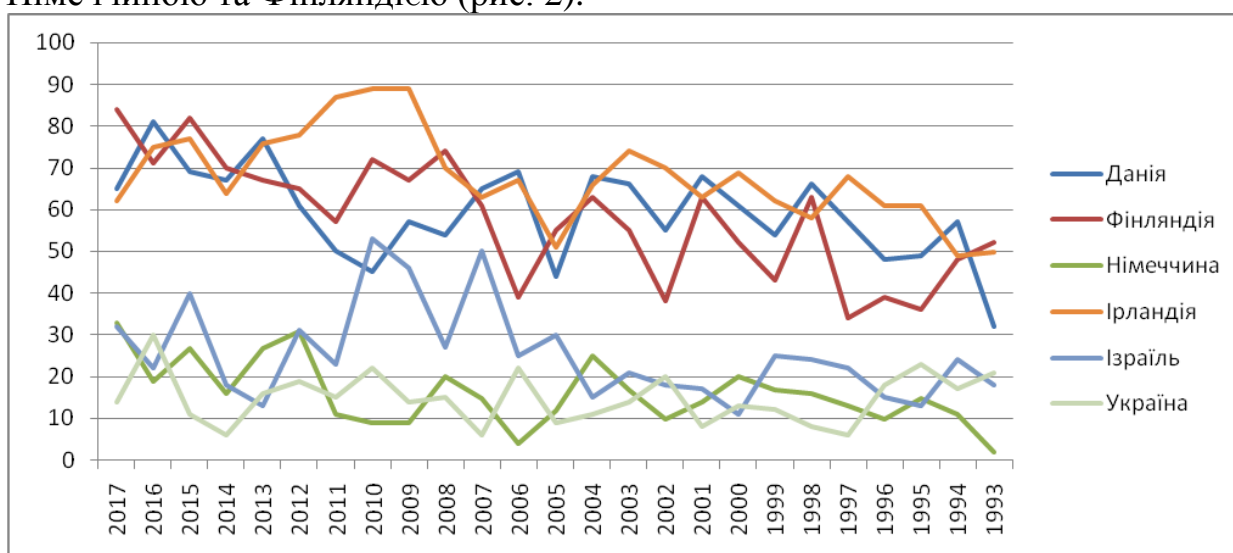


Рис. 2. Місце України у Міжнародних математичних олімпіадах у 1993-2017 рр.²²⁸

²²⁸Офіційний інтернет-ресурс Міжнародної математичної олімпіади / Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.imo-official.org/results.aspx>.

Аналізуючи дані рисунку можна визначити, що Україна у порівнянні з вказаними країнами виглядає добре, показуючи результати дуже близькі до місць Німеччини, причому в останні роки вони навіть є кращими. Разом з цим у Німеччині вже сформовані потужні центри інноваційних технологій на базі провідних підприємницьких університетів, а її міста, такі як Берлін, Мюнхен, Франкфурт, Штутгарт є одними з найбільш інноваційних міст Європи.

А незважаючи на те, що результати українських школярів на протязі останніх двадцяти п'яти років є вищими за відповідні показники Ізраїлю, Фінляндії, Данії та Ірландії, саме у Дубліні, Тель-Авіві, Хельсінкі та Копенгагені сформовані потужні центри інноваційних технологій.

4. Активне вивчення англійської мови як універсального засобу активізації комунікацій.

Дослідження англійською мовою виграли глобальну неформальну «боротьбу стандартів», і сьогодні знання, як мінімум, англійської мови є вже не бажаним, а обов'язковим атрибутом економіки освіти, причому для всіх її учасників: студентів, викладачів, адміністрації ВНЗ, учасників системи державного й регіонального управління освітою.

З позицій інституціональної економічної теорії, мовне середовище являє собою суперконвенцію, необхідний складник сучасної глобальної інституційного середовища, поряд із законодавчою системою й системою грошового обігу.

Певну мову це не тільки необхідний атрибут існування національної держави, а й засіб комунікації між носіями різних мов. Тому використання певної мови в системі глобальних комунікацій можна розглядати з позицій відомої в інституціоналізмі «теорії стандартів».

Різну мову у зв'язку з цим можна розглядати як різний стандарт, а в результаті еволюції більш популярний (не завжди найефективніший) стандарт виграє боротьбу стандартів. Що виграв стандарт дозволяє знизити трансакційні витрати в процесі його використання в різних цілях. Наприклад, дана пропозиція написано клавіатурою з розкладкою «QWERTY» з використанням текстового редактора «Word» компанії «Microsoft», шрифту «TNR» на аркуші формату А4.

Чим частіше і великою кількістю користувачів використовується стандарт, тим більшим є глобальний ефект від його використання.

Англійська мова позитивно впливає на рівень логістики, легкість ведення бізнесу та ВНД на душу населення (за паритетом купівельної спроможності). Як показують дослідження Всесвітнього банку, високий середній рівень англійської мови серед школярів та студентів позитивно впливає на індекс розвитку логістики держави (рис.), що підтверджується високим значенням коефіцієнту кореляції (0,67) між ним та показником рівня знань англійської мови (Індекс EF EPI) (рис.3).

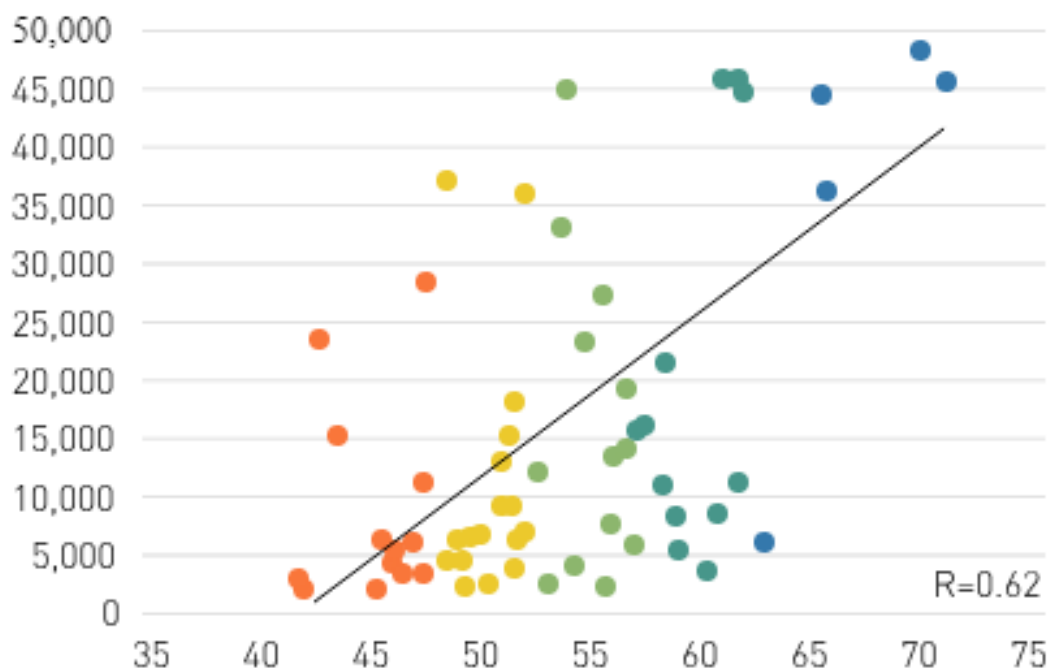


Рис. 3. Залежність між рівнем знань англійської мови та рівнем валового національного доходу (за ПКС) на душу населення²²⁹

Також має місце позитивна залежність між відповідним індексом та індексом легкості ведення бізнесу (doing bussiness index) та валовим національним доходом на душу населення, розрахованим за паритетом купівельної спроможності, що знову ж таки підтверджується відносно високими значеннями коефіцієнтів кореляції, що склали, відповідно, 0,71 та 0,67. Варто зауважити, що хоча знання англійської мови не здатне генерувати потоки інновацій, але саме воно є на сьогодні необхідним інструментом активізації інноваційної діяльності та налагодження необхідних комунікацій між усіма її учасниками.

Унаслідок різних причин і як результат різних процесів знання англійської мови сьогодні необхідно як викладачу, який прагне займатися актуальними науковими дослідженнями й мати доступ до результатів останніх досягнень, у тому числі й у сфері освіти, так і, навіть більшою мірою, студенту, який прагне опанувати компетентностями, що дозволяють значно підвищити свою конкурентоспроможність на сучасному глобальному ринку праці. У цьому випадку володіння англійською мовою є не просто компетентністю, а часто відкриває або спрощує доступ до оволодіння іншими необхідними компетентностями, ставлячись у такий спосіб до базових компетентностей на сучасному ринку праці.

5. Трансформація функцій традиційних бібліотек.

Традиційний «старий добрий» університет, як нам би того не хотілося, йде в минуле, втім як і сама економіка освіти другої половини ХХ століття.

²²⁹ Інтернет-ресурс «Education first» / Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.ef.com/wwru/epi/insights/english-economics-and-trade/>.

Характерною рисою даного процесу, часом непомітного в короткостроковому періоді, але, тим не менш, постійно продовжує, є занепад ролі традиційних бібліотек, з чого ми й почнемо опис основних тенденцій розвитку економіки освіти в умовах глобалізації. Занепад ролі традиційних бібліотек, гостра необхідність їхньої модернізації для створення сучасних центрів надання доступу до інформації та знань.

Бібліотека ХХ століття відігравала роль безсумнівного «джерела знань» для осіб, які здобувають освіту в епоху масової боротьби з бідністю, неписьменністю населення і введення системи обов'язкового комплексного початкової та середньої освіти. Створення бібліотек у різних формах і проявах відбувалося як у вигляді створення суспільного блага, так і на основі приватного інтересу. Особа, яка має статус «начитаного людини» і велику домашню бібліотеку, сприймалося в суспільстві без сумніву позитивно, а саме прагнення до знань і висока освіченість займали високі позиції в ієрархії людських цінностей, особливо в СРСР. Водночас, доступ до інформації і знань у бібліотеках (як громадських, так і домашніх) пов'язаний із наявністю трансакційних витрат, що виявляються у витратах коштів і часу на пошук необхідної інформації. Традиційна бібліотека забезпечувала їхню мінімізацію в умовах порівняльної дорожнечі й дефіциту друкованих видань.

Сьогодні альтернативна вартість послуг традиційних бібліотек істотно підвищується в умовах революційної інформатизації людської діяльності і трансформації системи пошуку інформації й забезпечення доступу до знаннями. Тому традиційна бібліотека ХХ століття прийшла в занепад, причому це явище не тимчасове, як вважають працівники бібліотек, а також окремі представники адміністрації вищих навчальних закладів, але є відображенням тих змін у системі надання доступу до інформації та знань, які вже пройшли точку біфуркації і призвели до модернізації функцій і ролі бібліотек у сучасних умовах.

Заразом, людина, стикаючись із розширеними можливостями в нових умовах, часто втрачається в інформаційних потоках, частина з яких несе в собі недостовірний складник. Вільний доступ до постійно зростаючим потокам інформації сприяє виникненню нових типів трансакційних витрат, пов'язаних із її пошуком і ефективному використанню для оволодіння новими компетентностями. Тому формується попит на модернізовані послуги бібліотек, що сприяє трансформації їхніх основних функцій. Модернізована бібліотека повинна, насамперед, відповідати сучасним вимогам до способів і форм забезпечення доступу до інформації та знань, пропонуючи послуги з їхньої систематизації, узагальнення та структуризації даних, а також забезпечуючи доступ до важкодоступної у вільному середовищі інформації. Отже, бібліотека знову придбає втрачені функції організації, що дозволяє мінімізувати трансакційні витрати для користувача її послуг.

Використання адміністративних методів повернення студентів і викладачів у бібліотеку алогічно й неефективно. Інакше буде сприйматися забезпечення безоплатного віддаленого доступу до платних електронних

видань, створення й обслуговування Wi-Fi зон і надання інших послуг, можливо платних, але тим не менше мінімізують трансакційні витрати їхніх користувачів. Зміст традиційної бібліотеки є досить дорогим заняттям, а модернізована бібліотека може стати центром прибутку, а не витрат для ВНЗ і муніципальної влади.

6. Сучасна інформатизація економіки освіти. Створення комплексних сучасних інформаційних освітніх систем у ВНЗ, що дозволяють вирішити такі завдання:

- забезпечення доступу до актуальних і достовірних знань і інформації, що дозволяє пропонувати на ринку конкурентоспроможний освітній продукт;
- оволодіння всіма учасниками освітнього процесу компетентностями у сфері інформатизації та комп'ютерної техніки, причому вони, на відміну від знання іноземних мов, можуть дуже сильно варіюватися за своєю якістю і складом;
- доступ до оволодіння новими компетентностями в різних сферах і галузях;
- зниження трансакційних витрат, пов'язаних із наданням сучасних освітніх послуг;
- наявність яскраво вираженого синергетичного ефекту підвищення загального рівня і якості людського капіталу в умовах, коли процеси інформатизації одночасно і з досить рівномірною швидкістю зачіпають діяльність викладачів, студентів, адміністрації ВНЗ.

Інформатизація економіки освіти є безперервним і постійним процесом, який є невід'ємним складником сучасного розвитку суспільства, тобто це не точка біфуркації, а вже результат переходу до нових умов динамічного процесу формування сучасної економіки освіти, у рамках яких необхідно здійснювати свою діяльність.

Діяльність сучасного університету характеризується поступовим процесом трансформації його розвитку для впровадження інновацій, підготовки та реалізації результатів наукових досліджень. Саме розбудова інноваційної складової дозволить вирішити проблему недофінансування вітчизняних університетів та створить належні умови для їх подальшого розвитку, покращення рівня освітньої діяльності та підвищення позицій у загальносвітових рейтингах.

В Україні суттєво прискорюються процеси імплементації базових елементів цифрової економіки, зокрема Кабінетом Міністрів України за останній рік розроблено та затверджено відразу дві базові концепції: «Розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020» № 67-р від 16 січня 2018 р. та «Розвитку електронного урядування в Україні» 649-р від 20 вересня 2017 р. Вони передбачають поступовий перехід від ресурсної економіки до високотехнологічних виробництв та ефективних процесів за допомогою ІТ-технологій, інноваційного розвитку та вдосконалення комунікацій. Перша концепція визначає базові політики, першочергові сфери, ініціативи та проекти «цифровізації» України на найближчі 3 роки: 1) розвиток цифрової інфраструктури – широкопasmовий інтернет (ШСД) має бути на всій території України; 2) цифровізація освітніх процесів та

стимулювання цифрових трансформацій у системі освіти, медицині, екології, безготівкової економіки, інфраструктурі, транспорті, громадській безпеці тощо.

Для українських університетів трансформація діяльності має певні особливості, що пов'язані як зі специфікою їх розвитку протягом останніх десятиріч, так із особливостями фінансування. Певна закритість радянської економіки та процесів суспільного розвитку, відсутність належних комунікацій з передовими університетами світу створили ситуацію, коли абсолютна більшість викладачів не володіє в належній мірі англійською мовою як універсальною мовою науки та бізнесу. Це значно обмежує доступ до провідних сучасних знань та джерел інформації та ускладнює міжнародні комунікації. Українські школярі мають достатньо високий рівень знань та навичок у математиці, але все це не в повній мірі відбувається на розвитку інноваційної діяльності як на рівні університетів, так і країни у цілому.

Перетворення традиційних бібліотек на сучасні центри первинної обробки та систематизації інформації з запровадженням коворкінг-центрів також є важливим елементом трансформації діяльності сучасного підприємницького університету на шляху становлення його як центру інноваційної діяльності. Покращення рівня інформатизації українських університетів дозволить включати практичну інноваційну діяльність до навчальних курсів, розробляти дослідницькі проекти в рамках вивчення навчальних дисциплін та оформлювати їх для регіональних конкурсів, у тому числі для участі в проектах «Громадський бюджет», або для пошуку джерел фінансування з використанням глобальних та національних краудфандингових ресурсів таких як «Kickstarter», «Indiegogo», «Gofundme», «Великаідея», тощо. Це дозволить значно підвищити інноваційну культуру та реалізувати підприємницькі здібності студентів, вдосконалити та актуалізувати освітній процес, зробивши його дійсно корисним для формування сучасних навичок у сфері інноваційної діяльності, модернізувати та, нарешті, знову заповнити студентами університетські бібліотеки.

4.7. Парадигма стратегічного управління закладом вищої освіти в умовах сучасних викликів

Заклади вищої освіти є суб'єктами ринку освітніх послуг, на яких розповсюджується дія об'єктивних ринкових законів. Конкуренція на ринку освітніх послуг дедалі загострюється, що обумовлюється низкою об'єктивних чинників, серед яких найбільш відчутні такі: наявність навчальних закладів різної форми власності, перевищення пропозиції над платоспроможним попитом, масовий характер вищої освіти та ін.

Розвиток закладів вищої освіти має відбуватися на основі реалізації принципів стратегічного управління, в процесі якого реалізуються місія

функціонування закладу, стратегічна програма (стратегія), вирішуються стратегічні завдання.

З означеного випливає, що заклади вищої освіти як ринкові суб'єкти змушені вступати у конкурентну боротьбу за доступ до економічних ресурсів, протидіяти негативним чинникам зовнішнього та внутрішнього середовища, вживати заходи для зміцнення власного економічного потенціалу, удосконалювати механізми проектування управлінських рішень тощо.

У сфері вищої освіти, як і в інших видах економічної діяльності, існує конкуренція, а також різні атрибути конкурентної боротьби – демпінг, реклама, «недружні атаки» тощо. Тому у сфері вищої освіти також проявляються різнопланові ринкові та позаринкові ризики, які несуть в собі небезпеки (різного ступеня та спрямування) успішній економічній діяльності відповідних агентів (закладів вищої освіти). Ці ризики можуть бути ідентифіковані та мінімізовані в процесі застосування керівництвом (менеджментом) вишів методології стратегічного управління.

В контексті підтримки нормального функціонування закладу вищої освіти особливо вагомим значення набуває проблема своєчасної ідентифікації ринкових ризиків. В сучасних соціально-економічних умовах, які визначаються необхідністю стимулювання переходу економіки на модель інноваційного розвитку, а також дефіцитністю бюджетного фінансування наявної мережі закладів вищої освіти, виникає необхідність проведення поглиблених досліджень, спрямованих на вироблення теоретичних, методологічних та науково-практичних основ стратегічного управління вишами в умовах дії ринкових ризиків. Слід чітко усвідомлювати, що впровадження принципів стратегічного управління до організаційної моделі закладів вищої освіти є об'єктивною необхідністю, а відтак – потребує розробки наукового та методологічного інструментарію, що можливий до застосування у різних економічних ситуаціях. Мають бути досліджені процеси проектування стратегічних рішень, а також обґрунтовані методичні підходи до формування та реалізації моделей стратегічного управління на рівні закладу вищої освіти.

В той же час в процесі управління закладом вищої освіти необхідно враховувати специфіку ринкового продукту – освітньої послуги. Особливістю освітніх послуг є те, що вони є одночасно і суспільним, і приватним благом. Суспільним благом є підвищення рівня освіченості населення, освоєння людьми нових знань та технологій. Приватним благом є здобуття знань конкретними індивідами, що підвищує їхню вартість (цінність) на ринку праці. Через це модель стратегічного управління закладів вищої освіти має низку особливостей, обумовлених характером ринкового продукту (освітньої послуги).

З проблематики проектування та впровадження систем стратегічного управління у закладах вищої освіти видається чимало наукових

праць^{230,231,232,233,234,235,236,237}. Над цією проблематикою плідно працюють В.Андрущенко, Т.Боголіб, Ю.Вітренко, І.Грищенко, С.Захарін, І.Каленюк, М.Степко, І.Тарасенко, І.Шульгіна та інші науковці. В той же час доцільно провести додаткові дослідження з питань стратегічного управління вищими навчальними закладами з урахуванням специфіки сучасних соціально-економічних трансформацій. В практиці управління закладами вищої освіти відчувається відсутність інструментарію виявлення та мінімізації дії різних ринкових та позаринкових викликів. Залишаються нерозробленими кількісні методи прийняття управлінських рішень менеджментом закладу вищої освіти.

У ринковому середовищі ключовим елементом стратегічного управління економічної організації є підтримка та розвиток її стратегічного потенціалу. Стратегічний потенціал є елементом системи внутрішнього потенціалу і пов'язується із здатністю організації вирішувати завдання стратегічного розвитку. В умовах економічної нестабільності стратегічний потенціал організації має генерувати додаткові властивості, серед яких найважливіше значення мають адаптивність (стійкість до зовнішніх викликів, які нерідко є руйнівними або навіть катастрофічними), мобільність (здатність швидко задіяти додаткові ресурси), управлінська гнучкість (властивість потенціалу як системи перебудовуватися в залежності від характеру змін зовнішнього середовища), орієнтація на реалізацію конкурентних переваг та ін.

Заклад вищої освіти – це високодиверсифікована організація, яка здійснює одночасно кілька видів діяльності. Тому для неї однією із пріоритетних проблем є оптимальний розподіл ресурсів між різними видами діяльності. Оцінювання стратегічних альтернатив розвитку закладу вищої освіти здійснюється на основі збалансування сформульованих цілей, викликів середовища та наявних ресурсів²³⁸.

Заклади вищої освіти як ринкові інституції функціонують на ринку освітніх послуг, на якому спостерігається доволі запекла конкурентна

²³⁰ Економічні аспекти проблем розвитку вищої освіти в Україні [монографія] / за ред. чл.-кор. НАПНУ І.М.Грищенка. – Хмельницький: ХНУ, 2010. – 478 с.

²³¹ Каленюк І.С. Економіка освіти [навчальний посібник] / І.С.Каленюк. – К.: Знання України, 2003. – 316 с.

²³² Комарова О.А. Освітній потенціал: теоретико-методологічні та практичні аспекти формування / О.А.Комарова. – Кіровоград: ДЛАУ, 2009. – 336 с.

²³³ Соціологічні опитування / Центр Разумкова [Електронний ресурс]. - <http://razumkov.org.ua/ukr/socpolls.php>

²³⁴ Боголіб Т. М. Фінансове забезпечення розвитку вищої освіти і науки в трансформаційний період. – К., 2006. – 324 с.

²³⁵ Економічні основи інноваційного розвитку вищих навчальних закладів України / за ред. акад.НАПНУ В.І.Лугового. – К.: Педагогічна преса, 2009. – 384 с.

²³⁶ Економіка вищої освіти України: тенденції та механізм розвитку / за ред. акад.НАПНУ В.П.Андрущенка. – К.: Педагогічна преса, 2006. – 208 с.

²³⁷ Повышение качества высшего образования и Болонский процесс / В.А.Трайнев, С.С.Мкртчян, А.Я.Савельев. – М.: Дашков и К., 2010. – 392 с.

²³⁸ Економічні аспекти проблем розвитку вищої освіти в Україні [монографія] / за ред. чл.-кор. НАПНУ І.М.Грищенка. – Хмельницький: ХНУ, 2010. – 478 с. (с.237).

боротьба. Це - об'єктивне явище, яке є закономірним наслідком масового характеру вищої освіти.

Ринок освітніх послуг можна сприймати як систему економічних відносин, що виникають з приводу купівлі-продажу освітніх послуг²³⁹. Слід враховувати, що на ринку освітніх послуг «взаємодіють» попит на освітні послуги з боку основних господарюючих суб'єктів (окремих громадян, домогосподарств, підприємств й організацій, держави) та їхня пропозиція від різних освітніх закладів. Протягом останніх років на ринку освітніх послуг України спостерігається диференціація та сегментація як ринкового продукту, так і відповідно технологічних процесів в залежності від потенційного попиту²⁴⁰. Це призводить до конкуренції між суб'єктами освітньої діяльності.

З іншого боку, слід розуміти, що конкуренція серед закладів вищої освіти - цілком нормальне явище, що викликане дією ринкових механізмів і детермінує процеси ринкового розподілу та мобільності ресурсів. Пропонуємо виділяти наступні форми конкуренції: конкуренція між ВНЗ різних форм власності за доступ до бюджетних ресурсів; конкуренція за абітурієнтів (студентів); конкуренція за висококваліфікованих викладачів; конкуренція за просування на міжнародний ринок освіти; конкуренція за іноземних студентів. Заклади вищої освіти у висококонкурентному середовищі змушені діяти як специфічні освітні корпорації, які одночасно надають ринкові послуги та виробляють суспільні блага.

Проте в питаннях розвитку системи вищої освіти не слід покладатися лише на «невидиму руку» ринку. Держава та суспільство об'єктивно зацікавлені у високій результативності діяльності закладів вищої освіти, які виробляють суспільні блага. На практичному рівні у сфері вищої освіти суспільним благом вважається підготовка висококваліфікованих фахівців для суспільного сектору національної економіки (в межах державного замовлення, яке формується уповноваженим державним органом з урахуванням тенденцій ринку праці).

До 2010 р. сфера вищої освіти України розвивалася випереджаючими темпами, що проявилось в першу чергу у зростанні кількості закладів вищої освіти та збільшенні чисельності студентів, проте починаючи з 2011 р. кількість студентів почала зменшуватися²⁴¹. Розвиток вищої освіти відбувається у несприятливих макроекономічних умовах. Зокрема, через падіння платоспроможного попиту окремі заклади припинили діяльність, а окремі – знижують ціни (демпінгують), що негативно позначається на якості

²³⁹ Каленюк І.С. Економіка освіти [навчальний посібник] / І.С.Каленюк. – К.: Знання України, 2003. – 316 с. (с.189).

²⁴⁰ Комарова О.А. Освітній потенціал: теоретико-методологічні та практичні аспекти формування / О.А.Комарова. – Кіровоград: ДЛАУ, 2009. – 336 с. (с.59).

²⁴¹ Економічні аспекти проблем розвитку вищої освіти в Україні [монографія] / за ред. чл.-кор. НАПНУ І.М.Грищенка. – Хмельницький: ХНУ, 2010. – 478 с. (с.133).

навчання. Демографічна криза 1990-х рр. призвела до зниження кількості потенційних споживачів освітніх послуг²⁴².

Результати соціологічних опитувань свідчать про скоріше негативне сприйняття у суспільній свідомості якості та характеру процесів, що відбуваються у сфері вищої освіти²⁴³.

На жаль, система вищої освіти України не може продемонструвати високу якість діяльності в системі міжнародних координат, що підтверджується результатами незалежного рейтингування закладів вищої освіти, яке регулярно проводиться впливовими міжнародними організаціями.

Суттєвою вадою системи вищої освіти України є орієнтація закладів вищої освіти на задоволення потреб споживачів, які бажають отримати так звані «модні» або «рейтингові» спеціальності (економіст, юрист, менеджер, психолог та ін.). Значна частка вишів готують непрофільних для них фахівців, не маючи для цього належного кадрового, наукового та навчально-методичного забезпечення.

Хоча показник бюджетного фінансування сфери вищої освіти (відносно ВВП) є доволі високим, однак майже не фінансується наукова (дослідницька) та інноваційна діяльність установ вищої освіти, інвестиційні витрати на нове будівництво, впровадження нових освітніх технологій, закупівля навчального обладнання, проведення перспективних наукових досліджень²⁴⁴.

Узагальнення зарубіжного досвіду дозволяє виділити основні інструменти фінансування закладів вищої освіти: пряме бюджетне фінансування на покриття витрат; пряме бюджетне фінансування за програмно-цільовим методом (орієнтоване на досягнення результату); бюджетне фінансування з використанням державних зобов'язань (освітніх ваучерів); освітнє кредитування; освітні заощадження; грантове кредитування; отримання плати за навчання від споживачів (замовників) освітніх послуг; корпоративне фінансування (за рахунок коштів майбутніх роботодавців)²⁴⁵.

Заклади вищої освіти, що прагнуть до лідерства, активніше інтегруються до світових наукових мереж та об'єднань (зокрема, шляхом укладання договорів з відомими світовими та європейськими дослідницькими організаціями, у тому числі з Європейським космічним агентством, ПРООН, НАСА та ін.). Напрацьовано позитивний досвід функціонування нових інноваційно орієнтованих структур, сформованих за участю закладів вищої освіти (створення наукових парків, технопарків,

²⁴² Каленюк І.С. Економіка освіти [навчальний посібник] / І.С.Каленюк. – К.: Знання України, 2003. – 316 с. (с.88).

²⁴³ Соціологічні опитування / Центр Разумкова [Електронний ресурс]. - <http://razumkov.org.ua/ukr/socpolls.php>

²⁴⁴ Економічні аспекти проблем розвитку вищої освіти в Україні [монографія] / за ред. чл.-кор. НАПНУ І.М.Грищенка. – Хмельницький: ХНУ, 2010. – 478 с. (с. 283).

²⁴⁵ Боголіб Т. М. Фінансове забезпечення розвитку вищої освіти і науки в трансформаційний період. – К., 2006. – 324 с. (с. 94).

об'єктів інноваційної інфраструктури, інших організаційних структур інноваційного підприємництва)²⁴⁶.

Важливим елементом функціонування системи вищої освіти є підтримка реальної (а не лише законодавчо проголошеної та декларативної) автономії закладів вищої освіти. У розвинутих країнах інституційною платформою стратегічного управління закладом вищої освіти є його автономія, яка на практиці розповсюджується не лише на академічні права і свободи («академічна автономія»), а і на організаційно-розпорядчу діяльність («організаційна автономія»), фінансову політику та кадрову роботу («фінансово-господарська автономія»), що посилює відповідальність керівництва (менеджменту) закладу за результати діяльності. В Україні залишаються невирішеними проблеми розширення повноважень закладів вищої освіти щодо проведення кадрової політики, регламентування умов вступу на навчання, розподілу фінансових ресурсів, прозорості для громадського контролю всієї їхньої академічної та фінансової діяльності.

Згідно нашої позиції, якщо виходити з точки зору теорії конкуренції, система стратегічного управління закладом вищої освіти має передбачати розвиток конкурентних переваг – тобто тих значимих характеристик, які істотно впливають на формування його конкурентної позиції. При цьому конкурентну позицію закладу вищої освіти можна сприймати як місце цього закладу на ринку освітніх послуг з точки зору формування привабливих для споживача елементів освітньої послуги. Конкурентну позицію закладів вищої освіти можна визначити через різноманітні системи рейтингів, які широко використовується у багатьох країнах задля розуміння динаміки розвитку закладів вищої освіти та системи вищої освіти в цілому. Рейтинг закладів вищої освіти – це ієрархічна інформація про ступінь відповідності вказаних закладів певним очікуванням, які відображають якість наданих освітніх послуг.

Відтак, можемо дійти висновку, що стратегія розвитку закладу вищої освіти може ґрунтуватися на основі формування нових та використання наявних конкурентних переваг. Ці переваги проявляють себе лише на фоні дій конкурентів, тобто у вільному ринковому середовищі, і можуть бути ефективно реалізованими у випадку належної організації різних складових управлінського механізму²⁴⁷.

З цього випливає інший висновок: ключове призначення механізму стратегічного управління закладом вищої освіти - забезпечити зміцнення конкурентної позиції закладу за рахунок найбільш ефективного використання конкурентних переваг. В умовах глобалізації особливого значення набуває інтеграційна стратегія, тобто стратегія взаємодії закладу вищої освіти з ринковими інституціями, розташованими у глобальній або національній економічній системі. Формування інтеграційної стратегії

²⁴⁶ Економічні основи інноваційного розвитку вищих навчальних закладів України / за ред. акад. НАПНУ В.І.Лугового. – К.: Педагогічна преса, 2009. – 384 с. (с. 178).

²⁴⁷ Економіка вищої освіти України: тенденції та механізм розвитку / за ред. акад. НАПНУ В.П.Андрущенко. – К.: Педагогічна преса, 2006. – 208 с. (с.19).

(інтеграційної програми) на рівні закладу вищої освіти передбачає реалізацію низки проектів та заходів із інституціями, що знаходяться у зовнішньому середовищі, в тому числі в частині: формування інтеграційної стратегії; розробки показників (критеріїв) результативності інтеграційного співробітництва; створення структурного підрозділу або призначення посадової особи, відповідальної за координацію та моніторинг результативності робіт у сфері інтеграційного співробітництва; розробка проектів (заходів) інтеграційного співробітництва із науковими установами, суб'єктами корпоративного сектору (бізнес-структурами), у тому числі роботодавцями, із закладами середньої освіти (середніми школами), із іноземними вищими навчальними закладами. На рівні закладу вищої освіти доцільно розробити механізм стимулювання співробітників, які ініціюють та беруть участь у реалізації програм інтеграційного співробітництва²⁴⁸.

На нашу думку, парадигма стратегічного управління закладом вищої освіти має ґрунтуватися на основі розгляду закладу як відкритої, складної і динамічної соціально-економічної системи, яка постійно змінює свої характеристики, а відтак – і змінює конкурентну позицію на ринку освітніх послуг. Завдання механізму стратегічного управління закладом вищої освіти полягає у забезпеченні зміцнення конкурентної позиції закладу за рахунок найбільш ефективного використання конкурентних переваг.

Важливим питанням вказаного механізму є підтримка високої якості стратегічного управління закладом вищої освіти. Вказану якість можна розуміти як здатність системи стратегічного управління закладом вищої освіти задовільнити прагнення до належної конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг через виконання певної стратегічної програми. Методологія стратегічного управління закладом вищої освіти має ґрунтуватися на загальній системі управління якістю, що створена відповідно до міжнародних стандартів ISO серії 9000. Система управління якістю, що створена відповідно до міжнародного стандарту ISO 9001:2015, ефективно функціонує в бюджетних установах більшості держав – членів ЄС.

Ключовими ознаками високої якості управління є: орієнтація на споживача (суспільство, суспільні групи); провідна роль «професійних керівників»; зацікавленість службовців у досягненні кінцевого результату; процесний підхід; системний підхід; прийняття обґрунтованих рішень. Прийнятним для ідентифікації якості стратегічного управління закладом вищої освіти є метод розрахунку абсолютних та відносних показників (відхилень) параметрів керованих управлінських та економічних процесів. Набір показників, що можуть бути використані для оцінювання якості стратегічного управління закладом вищої освіти пропонуємо обирати на основі даних очікуваних результатів виконання стратегічної програми (або заходів, передбачених стратегією) розвитку закладу. Система обраних для

²⁴⁸ Повышение качества высшего образования и Болонский процесс / В.А.Трайнев, С.С.Мкртчян, А.Я.Савельев. – М.: Дашков и К., 2010. – 392 с. (с. 212).

аналізу показників може бути уточнена (зменшена або доповнена кількісно, деталізована тощо) у відповідності до змін зовнішнього середовища або трансформації економічних відносин у сфері вищої освіти.

Під час формування (проектування) стратегічних рішень та реалізації стратегії розвитку закладу вищої освіти на основі використання конкурентних переваг, доцільно розглядати заклад вищої освіти як специфічну «освітню корпорацію», яка надає освітні послуги відповідно до державних стандартів, а також інші послуги відповідно до статуту.

Наступний аспект перспективного механізму стратегічного управління розвитком закладу вищої освіти - обґрунтування (вибір) організаційного ресурсу (у тому числі організаційної структури) для реалізації визначеної стратегічної моделі. Організаційна модель розвитку закладу вищої освіти має забезпечити як поточне функціонування закладу, націлене на вироблення на надання освітніх послуг з конкретними споживчими характеристиками, так і реалізацію програми стратегічного розвитку. У сучасних джерелах пропонується розглядати варіант, що акцентує увагу на розвитку різних частин капіталу (як ресурсу): людського капіталу, інтелектуального капіталу, організаційного капіталу, інтерфейсного капіталу, фізичного капіталу тощо. В процесі стратегічного розвитку закладу вищої освіти мають відбуватися постійні позитивні зміни, спрямовані на зміцнення людського потенціалу (що проявляється, зокрема, у зростанні кваліфікації науково-педагогічних працівників), його адаптації до змін у науці, техніці, практичній діяльності.

Відчувається необхідність розробки відповідних методичних рекомендацій та внесення змін до чинного законодавства (Податковий кодекс, Закони України «Про освіту» та «Про вищу освіту»), відповідно до яких закладам вищої освіти має бути надано статус неприбуткових організацій з правом провадження підприємницької діяльності (за умови, що підприємницький дохід формується завдяки реалізації діяльності у сфері вищої освіти, тобто відповідає статутній діяльності).

Механізм стратегічного управління закладом вищої освіти в сучасних умовах має ґрунтуватися на впровадженні у навчальну практику концепції «освіта протягом життя», створення та впровадження принципово нових освітніх технологій (у тому числі так званої «відкритої освіти»), використання інформаційно-комунікаційних технологій в якості джерела стратегічного розвитку закладів вищої освіти, моніторингу та оцінювання стратегічної (ринкової) позиції закладів на основі розрахунку рейтингів (рейтингування) та інші.

З огляду на обмежені можливості, вітчизняні заклади вищої освіти, виходячи із власної спеціалізації (профілю), можуть реалізовувати стратегії розвитку на основі використання конкретних можливостей (переваг) створення проектів у галузі корпоративної освіти - сфери освітянської діяльності, яка передбачає проведення навчань задля підвищення кваліфікації або перепідготовки співробітників компаній (корпоративного сектору) за навчальними програмами, складеними на основі запитів бізнес-партнерів.

Перспективними напрямками стратегії розвитку корпоративної освіти на рівні конкретного закладу вищої освіти є: створення структурного підрозділу (інституту, кафедри, навчального центру); передача в оренду освітніх приміщень (аудиторій, комп'ютерних класів, лабораторій); проведення регулярних тренінгів; надання окремих освітніх послуг; створення системи атестації персоналу замовника та ін.

Перспективними організаційними формами корпоративної освіти, що розвивається на базі закладу вищої освіти, можуть бути: створення окремого структурного підрозділу (Інституту, «корпоративного університету»), який функціонує на базі об'єднання ресурсів головного закладу (в основному, інтелектуальних) та замовника-роботодавця (виробничих та фінансових); створення окремої кафедри (секції, навчального центру), яка відповідатиме за підготовку та підвищення кваліфікації конкретних слухачів, що навчаються в межах існуючих програм, але опановують варіативні дисципліни з урахуванням запиту замовника-роботодавця; створення тренінг-підрозділу (лабораторії, сервіс-центру), який здійснює підготовку та підвищення кваліфікації працівників на основі наявної у закладі ліцензії, але з урахуванням запиту замовника-роботодавця, і при цьому видає документ про освіту встановленого зразка. Конкретна форма корпоративної освіти обирається з урахуванням характеру запиту, а також ступеня готовності сторін (закладу та компанії) до інтеграції. Також враховується вартість навчання, обсяги підготовки, можливість акумуляції необхідних ресурсів, наявність ліцензій тощо.

Також можлива реалізація стратегії розвитку корпоративної освіти на основі етапності виконання окремих заходів, у тому числі застосування «м'яких» (експериментальних) форм корпоративної освіти. Український корпоративний сектор не спроможний сформувати стійкий платоспроможний попит для розвитку корпоративної освіти у комерційно привабливих обсягах. В таких умовах досить привабливою є модель створеного на базі спеціалізованого закладу вищої освіти корпоративного університету, в якому роль корпоративного партнера (консолідатора) бере на себе професійна громадська організація, яка може об'єднати запити кількох роботодавців або компаній всієї галузі.

Проведений емпіричний аналіз засвідчує, що заклади вищої освіти України мають практику розробки стратегічних рішень, але вони не оформлюються у вигляді окремого документу (стратегії). З метою налагодження успішного механізму стратегічного управління закладом вищої освіти необхідно організувати системну та цілеспрямовану роботу щодо моніторингу кон'юнктури ринку освітніх послуг, ідентифікації ринкових та позаринкових викликів, оцінки та результативної протидії різним ризикам.

Цілком зрозуміло, що в процесі реалізації програм і заходів стратегічного управління заклади вищої освіти мають своєчасно реагувати на зовнішні виклики, при цьому враховуючи проголошену місію та статутні завдання, знаходячи додаткові джерела для підтримки стратегічного розвитку.

Проведене дослідження дало змогу зробити декілька висновків та узагальнень. Формування стратегічних рішень та реалізація стратегії розвитку закладу вищої освіти на основі використання конкурентних переваг дозволяє розглядати заклад вищої освіти як специфічну «освітню корпорацію», яка надає освітні послуги відповідно до державних стандартів, а також інші послуги відповідно до статуту.

Система стратегічного управління закладом вищої освіти має передбачати розвиток конкурентних переваг та ґрунтуватися на положеннях теорії економічної диверсифікації²⁴⁹. Ці переваги проявляють себе лише у вільному ринковому середовищі і можуть бути ефективно реалізованими у випадку належної організації різних складових управлінського механізму.

Конкурентну позицію закладу вищої освіти можна сприймати як місце цього закладу на ринку освітніх послуг з точки зору формування привабливих для споживача елементів освітньої послуги.

Конкурентну позицію закладів вищої освіти можна визначити через різноманітні системи рейтингів, що дозволяють отримати ієрархічну інформацію про ступінь відповідності вказаних закладів певним очікуванням, які відображають якість наданих освітніх послуг.

Забезпечення зміцнення конкурентної позиції закладу вищої освіти здійснюється за рахунок найбільш ефективного використання конкурентних переваг. При цьому заклад вищої освіти розглядається як відкрита, складна і динамічна система, яка постійно змінює свої характеристики, а відтак – і конкурентну позицію на ринку освітніх послуг.

Якість стратегічного управління закладом вищої освіти підтверджується належною конкурентоспроможністю на ринку освітніх послуг через виконання певної стратегічної програми. Адекватна організаційна модель розвитку закладу вищої освіти забезпечує як поточне функціонування закладу (вироблення на надання якісних освітніх послуг) так і реалізацію програми стратегічного розвитку.

Проекти у галузі корпоративної освіти дозволяють закладам вищої освіти реалізовувати стратегії розвитку на основі використання конкретних переваг. Через етапність виконання окремих заходів, застосовування експериментальних форм закладами вищої освіти стає можливим формування та розвиток корпоративної освіти в Україні.

Заклади вищої освіти в Україні мають практикувати не тільки розробки стратегічних рішень, але й оформлювати їх у вигляді окремого документу (стратегії).

Для успішного стратегічного управління закладом вищої освіти необхідним є: моніторинг кон'юнктури ринку освітніх послуг, ідентифікація ринкових та позаринкових викликів, оцінка та вчасна і результативна

²⁴⁹ Захарін С.В. Економічна диверсифікація як ефективний механізм забезпечення розвитку підприємства / С.В.Захарін // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. - 2012. - № 1 (63). - С. 139-145. (с. 141).

протидія різним небезпекам (з урахуванням проголошеної місії, завдань та стратегії розвитку).

У подальшому слід провести наукові розвідки, спрямовані на наукове обґрунтування моделювання параметрів проектів стратегічного розвитку закладу вищої освіти в залежності від його типу.

Наукове видання

**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

МОНОГРАФІЯ

Підписано до друку 12.11.2018 р.
Формат 60×84/16. Папір офсетний. Гарнітура Times. Друк різнографія.
Умов. друк. арк. 10,7. Обл.-від. арк 11,4
Наклад 300 прим. Зам. № 1211-1
Видавництво та друк ТВО «ДКС центр»
пров. Куренівський, 17, м. Київ, тел. (044) 537-14-34
свідоцтво про і внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру ДК № 3457 від 08.04.2009 р.