

# ВІСНИК



## Дніпропетровського університету

Науковий журнал

*До 100-річчя Дніпропетровського національного  
університету імені Олеся Гончара (1918–2018)*

---

**№10/1**

**Том 24**

**2016**

---

**Серія: ЕКОНОМІКА**

**Випуск 10 (2)**

Дніпро

2016

*Збірник включено до Переліку наукових фахових видань України,  
у яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт  
на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук з економічних наук  
(Наказ Міністерства освіти і науки України № 1081 від 29.09.2014)*

*Друкується за рішенням вченої ради  
Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара*

**Рецензенти:**

д-р екон. наук, проф. **П. В. Гудзь**;  
д-р екон. наук, проф. **Н. І. Гражевська**

Висвітлено досягнення в галузі економіки та опубліковано розробки провідних спеціалістів і вчених, а також потенційних здобувачів ступенів і звань, спрямовані на підвищення ефективності національної економіки, вдосконалення економічних відносин в умовах трансформації і кризи. Запропоновано результати економіко-математичних досліджень соціально-економічних процесів.

Для науковців, викладачів, аспірантів та студентів старших курсів.

Рассмотрены достижения в области экономики и опубликованы разработки ведущих специалистов и ученых, а также потенциальных соискателей степеней и званий, направленные на повышение эффективности национальной экономики, усовершенствование экономических отношений в условиях трансформации и кризиса. Предложены результаты экономико-математических исследований социально-экономических процессов.

Для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов старших курсов.

**Редакційна колегія:**

д-р екон. наук, проф. **Н. І. Дучинська** (відп. ред.), д-р фіз.-мат. наук, проф. **С. О. Смирнов**, д-р екон. наук, проф. **О. Й. Шевцова**, д-р екон. наук, проф. **Ю. П. Макаренко**; д-р екон. наук, проф. **С. Ю. Хамініч**, канд. фіз.-мат. наук, доц. **В. В. Огліх**, д-р екон. наук, проф. **О. К. Єлісеєва**, д-р екон. наук, доц. **О. М. Грабчук**, д-р екон. наук, проф. **Т. В. Гринько**, д-р екон. наук, доц. **Іван Дімітров** (Болгарія); д-р екон. наук, проф. **Єжи Гайдка** (Польща); д-р екон. наук, проф. **Станіслав Борковські** (Польща)

# МАКРОЕКОНОМІЧНІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

---

УДК 336.02

С. В. Качула

*Університет митної справи та фінансів*

## ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ ТА РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ

У статті визначено соціальну функцію малого підприємництва. Розглянуто питання реалізації фінансової політики держави щодо розвитку малого підприємництва в аспекті виконання ним соціальних функцій. Показано, що інструменти фінансової політики держави мають різний вплив на розвиток малого підприємництва. Обґрунтовано напрями удосконалення фінансової політики держави щодо розвитку малого підприємництва.

*Ключові слова:* мале підприємництво, соціальні функції, фінансова політика держави, цільові програми, програмно-цільовий метод, бюджет.

В статье определена социальная функция малого предпринимательства. Рассмотрены вопросы реализации финансовой политики государства по развитию малого предпринимательства в аспекте выполнения им социальных функций. Показано, что инструменты финансовой политики государства имеют различное влияние на развитие малого предпринимательства. Обоснованы направления совершенствования финансовой политики государства по развитию малого предпринимательства.

*Ключевые слова:* малое предпринимательство, социальные функции, финансовая политика государства, целевые программы, програмно-целевой метод, бюджет.

The social function of small business is certain in the article. The question of realization of the state financial politics is considered in relation to development of small business in the aspect of fulfillment of social functions. It is shown that the instruments of financial politics of the state have different influence on development of small business. The directions of improvement of financial politics of the state in relation to development of small business are proved.

*Keywords:* small business, social function, financial politics of the state, target programs, program-target method, budgetary policy, budget.

**Постановка проблеми.** Розвиток малого підприємництва (далі – МП), як вважають дослідники, пов'язаний з вирішенням питань не лише економічного, а й соціального характеру. Серед останніх – створення нових робочих місць, отже, за інших рівних умов, підвищення зайнятості та рівня доходів населення, підвищення соціальної захищеності домогосподарств, формування середнього класу в суспільстві, наповнення місцевих бюджетів тощо. З огляду на світовий досвід, підприємництво, як один з найбільш мобільних і адаптивних інститутів суспільства, потенційно здатне забезпечити масову зайнятість населення. Розвиток малого підприємництва сприяє розширенню можливостей домогосподарств самостійно забезпечувати потреби споживачів та власні потреби.

Наслідки фінансово-економічної кризи суттєво вплинули на рівень життя населення України, спричинили зростання безробіття, бідності, розшарування суспільства та виникнення інших негативних соціальних проявів. Тому вибір підприємництва в якості джерела доходів за несприятливої економічної ситуації стає одним

із шляхів виживання для населення. За таких умов фінансова політика держави має вирішувати завдання по сприянню функціонування малого підприємництва та створювати умови для його розвитку. У цьому контексті заходи фінансової політики держави, що стимулюють розвиток підприємництва за змістом, є заходами з реалізації соціальної підтримки підприємців. Визначити, наскільки фінансова політика держави виконує в Україні це призначення, є актуальним з огляду на високий рівень безробіття, обмеження коштів бюджету на соціальні видатки та падіння життєвого рівня населення в умовах економічної рецесії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню проблем розвитку МП, питань його фінансової підтримки, підвищення ролі інструментарію фінансової політики держави, зокрема інструментів та важелів бюджетно-податкової політики, формування інституційного середовища та сприяння розвитку суб'єктів підприємницької діяльності присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених: З. С. Варналія [1], І. В. Запатріної [2], І. Я. Чугунова [2], Л. В. Лисяк [3], А. Ю. Чепуренко [7; 9], С. Шейна [6], Д. Сторей [10] та ін. Незважаючи на значну кількість досліджень щодо підтримки та стимулювання діяльності МП, подальшого дослідження потребують питання взаємозв'язку фінансової політики та соціальних аспектів розвитку в Україні.

**Метою статті** є дослідження можливостей малого підприємництва щодо вирішення ряду соціальних питань в умовах фінансово-економічної нестабільності та посилення ролі фінансової політики держави у стимулюванні його розвитку.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Розвиток ринкової економіки в Україні відбувається складно і суперечливо.

Фінансово-економічна криза спричинила падіння ВВП у 2014-2015 рр. (реальний ВВП в Україні скоротився на 6,6 % у 2014 р. та на 9,9 % у 2015 р.). Падіння економіки у поєднанні із зростанням індексу споживчих цін на 24,9 % у 2014 р. та на 43,3 % у 2015 р. призвело до зубожіння населення. Певні ознаки відновлення протягом перших двох кварталів 2016 р. не позначилися на зайнятості населення: значно зріс та лишається майже незмінним рівень безробіття (близько 10 %) (табл. 1).

Таблиця 1

## Рівень безробіття в Україні, 2008 р. – 1,2 кв. 2016 р.

Рік	Всього населення	Економічно активне населення	Зайняте населення	Безробітне населення	Заресстровані безробітні	Рівень безробіття
						тис. осіб
2008	46143,7	20675,7	19251,7	1424,0	596,0	6,9
2009	45962,9	20321,6	18365,0	1956,6	693,1	9,6
2010	45778,5	20220,7	18436,5	1784,2	452,1	8,8
2011	45633,6	20247,9	18516,2	1731,7	505,3	8,6
2012	45553,0	20393,5	18736,9	1656,6	467,7	8,1
2013	45426,2	20478,2	18901,8	1576,4	487,6	7,7
2014	42928,9	19035,2	17188,1	1847,1	458,6	9,7
2015	42760,5	17396,0	15742,0	1654,0	461,1	9,5
1 кв. 2016	42708,6	17194,9	15428,0	1766,9	498,6	10,3
2 кв. 2016	42658,1	17273,0	15582,8	1690,2	462,5	9,8

Джерело: складено за [4].

Дані табл. 1 свідчать про те, що в умовах суспільних перетворень, особливо якщо вони співпадають у часі з глибокою фінансово-економічною кризою, значної уваги набувають питання зниження безробіття шляхом забезпечення зайнятості населення.

Частка населення, зайнятого у малому бізнесі, не перевищує 25 %, а обсяг реалізованої малими підприємствами продукції складає 16,9 % від загального обсягу, при тому, що за підсумками 2015 р. частка малих підприємств охоплює 95 % від загальної кількості підприємств [4]. Тобто за кількісними показниками малі підприємства знаходяться на рівні західних країн, а за якісними – набагато нижче. Всього у МП України зайнято понад 2,7 млн. осіб, а це 9 % її працездатного населення.

В Україні впродовж 2010–2015 рр. кількість малих підприємств на 10 тисяч осіб населення становить, в середньому, 70 одиниць і має тенденцію до зниження. Навіть найвище значення цього показника в Україні за останні десять років спостерігалось на рівні 84 одиниць (2007 р.), тоді як у Великій Британії – 460, у Німеччині – 370, в Італії – 680. Навіть, враховуючи відмінності у віднесенні певних суб'єктів господарювання до категорії малих чи середніх підприємств у європейських країнах та в Україні, ці цифри вражають. В регіональному розрізі кількість малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення України є полярною: у місті Києві (266), Одеській (103), Київській (102), Харківській (91), Дніпропетровській (83) і Запорізькій (80) областях їх найбільше, тоді як у Тернопільській (45), Сумській (47), Закарпатській (45), Чернівецькій (44) та Рівненській (43) областях – найменше.

Держава зацікавлена у розвитку малого підприємництва (як і підприємництва в цілому), адже вона, насамперед, виконує соціальну функцію у суспільстві. Так, важливими завданнями держави в умовах кризи є проведення реформ оздоровлення соціальної сфери, підвищення рівня життя населення, сприяння розвитку людського потенціалу. Саме потреба держави у вирішенні зазначених завдань змушує її пред'являти попит на підприємницький ресурс і регулювати його розвиток у напрямку розширення соціальних функцій і вдосконалення механізмів їх реалізації. Адже саме належне використання розвиненого людського потенціалу є підґрунтям посткризового відновлення та якісного економічного зростання країни.

Тобто в умовах кризи посилюється потреба в активізації соціальної політики держави. А розвиваючи мале підприємництво, яке в процесі реалізації своєї соціальної функції здатне взяти на себе вирішення багатьох завдань, держава сприятиме створенню умов (відповідних інститутів) формування соціальної відповідальності бізнесу в суспільстві. Потенційно форми реалізації соціальної функції малого підприємництва можуть бути наступними:

- сумлінна ділова практика (забезпечення стабільної виплати соціально значущої заробітної плати, законослухняність, дотримання ділової етики тощо);
- розвиток регіонального соціального середовища (спонсорство та благодійність, соціальне інвестування, розвиток людських ресурсів тощо);
- збереження екології (перехід на принципи сталого екологічно безпечного соціально-економічного розвитку);
- підвищення життєвого рівня населення (орієнтація на споживача, випуск якісної продукції та ін.);
- забезпечення зайнятості населення, у тому числі залучення в процес суспільного підприємництва соціально вразливих груп населення, формування «середнього класу»;
- підвищення якості й рівня життя населення, згладжування соціальних конфліктів, скорочення державних видатків на соціальний захист;
- формування стабільного джерела доходів бюджету, забезпечуючи тим самим стійкий соціально-економічний розвиток.

Як підкреслює Ю. Г. Мисякова, підприємництво здійснює «стратегічно доцільний внесок в розвиток внутрішнього і зовнішнього середовища дії свого бізнесу шляхом впровадження соціальних програм відповідно до стратегії свого розвитку.

Саме таким чином організації прагнуть отримати репутацію соціально відповідальної компанії, яка враховує мінливі суспільні очікування і, тим самим, одержує своєрідну ліцензію на діяльність» [5].

Фінансово-економічна криза спонукала уряди зарубіжних країн сформувати пакети безвідкладних дій щодо підтримки населення, які виконували фактично захисну або компенсаторну функцію соціальної політики. Серед цих заходів – підтримка самозайнятості та малого бізнесу. У цьому контексті окремі дослідники вважають, що «більшість людей, що організують новий бізнес, не є підприємцями у широкому розумінні: вони не створюють компаній, які зростають і які надають все нові і нові робочі місця... Скоріш за все вони розглядають свій бізнес як альтернативу зайнятості по найму, а доходи – як заміник заробітної плати. Тому такі підприємства скоріше є формою самозайнятості, аніж створення фірм з високим потенціалом зростання» [6]. Таким чином, якщо держава підтримує політику самозайнятості, то тим самим вона реалізує відповідну соціальну політику, адже самозайнятість – альтернатива підтримки безробітних.

Водночас, така політика є короткотерміновою, а у середньо- і довгостроковому періоді – безперспективною з позиції економічного розвитку і розширення кількості робочих місць. Це пояснюється тим, що підприємець намагається на свій страх і ризик отримати дохід, який би перевищував загальну суму вкладених коштів, а самозайняті у сфері малого бізнесу – забезпечити собі і своїй сім'ї певний рівень доходів, який орієнтований на середній рівень заробітної плати у регіоні чи в галузі, у якій вони працювали до цього по найму. Як стверджує А. Ю. Чепуренко, це, з одного боку, робить самозайнятого менш вимогливим до коливань кон'юнктури і динаміки ринкових цін, але з іншого боку, не породжує ніяких імпульсів до зростання і розвитку бізнесу [7]. Дослідження С. Шейна підтверджує цей висновок: «надихаючи все більше і більше людей розпочати власний бізнес, не можна підвищити економічне зростання чи створити достатню кількість робочих місць, тому що стартапи у цілому не є джерелом життя для економіки чи інструментом підвищення зайнятості» [6, с. 142].

Таким чином, у короткостроковому періоді фінансова політика держави має бути націлена на стимулювання створення малих підприємств для забезпечення самозайнятості населення, яке втратило роботу і, відповідно, на зниження навантаження на бюджет внаслідок спрямування меншої суми коштів на виплати допомоги безробітним. Водночас, у середньо- і довгостроковому періоді фінансова політика повинна задіяти фінансовий інструментарій, що стимулює розвиток вже функціонуючих на ринку малих інноваційно орієнтованих підприємств, від яких залежатиме якість економічного зростання. З цією метою необхідно створювати відповідні інститути фінансової політики, що стабілізують умови функціонування вже існуючих малих підприємств, сприяючи їх розвитку, стимулювати їх зміцнення та укрупнення, перехід у розряд середніх. Це особливо важливо для України в умовах реорганізації державних установ та організацій, вивільнення їх працівників на фоні й так високого рівня безробіття та посилення соціального розшарування суспільства, яке, за дослідженнями вчених, знаходиться на рівні країн так званого третього світу [8].

Фінансова політика має бути спрямована на створення умов для стабільного розвитку малих і середніх підприємств. Дослідження зарубіжних вчених свідчать, що в останні роки відбулися зміни пріоритетів фінансової політики держав та підходи щодо важливості підтримки та створення умов розвитку малого підприємництва. Важливим моментом є існування чи створення соціокультурних передумов

для розвитку підприємництва. Мова також іде про якість підтримки державою малого підприємництва, постановки чітких цілей державної політики, досягнення яких можливо кількісно оцінити [9], тим більше, що існує загроза прийняття політично забарвлених рішень. Адже, як стверджує Д. Сторей, «у політиці підтримки МП присутній очевидний політичний компонент» [10].

Особливо важливим є стимулювання малого підприємництва в слабо розвинутих (так званих, застійних) регіонах чи малих містах, де необхідно проводити політику самозайнятості. За такого підходу політика підтримки самозайнятості є інструментом соціальної політики, яка дозволить у короткостроковій перспективі відносно пом'якшити гострі викривлення на ринку праці.

Вчені доводять, що фінансова політика держави має здійснювати підтримку малого бізнесу за пріоритетними напрямками, які сприяють інноваційному розвитку виробництва. С. Шейн доводить, що в цілому необхідно скорочувати стимули до відкриття бізнесу «небажаними» підприємствами, що призведе до зниження обсягу трансферних платежів з боку держави, кількості позик, податкових пільг тощо. Він пояснює це тим, що типова молода функціонуюча компанія більш продуктивна, ніж та, що тільки створюється, а суспільству більш вигідно в економічному сенсі відмовитися від політики, яка призводить до того, що величезна кількість людей кидаються відкривати бізнес замість того, щоб займати вакантні місця по найму [6].

Таким чином, держава має зосереджувати інструментарій фінансової політики на покращення загального ділового клімату та особливо зосереджувати увагу на МП з високим потенціалом зростання, що сприятиме створенню більшої кількості нових робочих місць. Це є надзвичайно важливим для нашої країни в процесі реалізації інноваційної моделі розвитку, адже підприємства з високим потенціалом зростання, як правило, реалізують інноваційні рішення, є активними учасниками патентно-ліцензійної діяльності, стабільно високими темпами зростають і в результаті – створюють робочі місця. Тому вчені рекомендують спрямовувати бюджетні кошти на підтримку найбільш ефективно функціонуючих інноваційних компаній [6]. У цьому уряд та органам місцевого самоврядування доцільно стимулювати виникнення та налагодження співпраці з існуючими венчурними компаніями, адже саме вони, як правило, знаходять прогресивні, інноваційні та перспективні точки зростання.

Дослідники продемонстрували, що венчурні капіталісти систематично здійснюють оцінку нових компаній за такими категоріями ризику: 1) ризик конкуренції; 2) ризик неможливості врятувати вкладені кошти в разі необхідності; 3) ризик втратити всі кошти; 4) ризик провалу менеджменту; 5) ризик провалу бізнес-ідеї (ринковий потенціал продукції); 6) ризик провалу лідерства [11]. При цьому важливо, що венчурний бізнес відповідає за помилки чи наслідки своїх невірних рішень власним прибутком. Саме це є додатковим аргументом налагодження взаємодії державних інститутів з венчурними компаніями, сприяння їх створенню, як радять американські дослідники [12]. Державним структурам, які відповідають за підтримку інноваційного підприємництва, слід співфінансувати вкладення венчурних компаній чи бізнес-ангелів або створити умови для залучення ними позикового капіталу на тривалий період (на пільгових умовах). Вчені звертають увагу на ряд прикладів позитивного державного втручання, яке викликало зростання венчурної індустрії в період її зародження, а потім ланцюгова реакція сприяла зростанню вже інноваційного підприємництва. Цей досвід є особливо цінним для України, де венчурний бізнес потребує активного розвитку.

Отже, ефективність інструментів державної фінансової політики буде зростати, якщо здійснювати не просто заходи щодо підтримки окремих стартапів з високим

потенціалом зростання, а стимулювати кластер. Така підтримка повинна бути спрямована на стимулювання інвестицій в приріст знань і компетенцій, зокрема в освітню інфраструктуру, центри трансферу технологій, створення платформ і майданчиків, де потенційні підприємці могли б спілкуватися (конкурси, конференції, освітні програми тощо), тобто задіяти інструментарій непрямої фінансової підтримки МП.

При цьому необхідно формувати правила гри адекватні стану малого підприємництва, а також прозорі механізми застосування інструментів фінансової політики держави в сфері оподаткування, доступу до кредитних ресурсів тощо. Фіскальна система має бути спрямована на досягнення компромісу між завданнями розвитку бізнесу і наповненням державного і місцевих бюджетів. Має бути сформована доволі проста і зрозуміла система адміністрування (реєстрація, ліцензування, сертифікація та ін.), яка не пригнічує МП. Загалом необхідне вибудовування міцної, надійної, відносно стабільної, передбачуваної, дієвої системи інститутів, що сприятиме зниженню трансакційних витрат і відкриттю більш широкого горизонту планування господарської діяльності МП.

Державна підтримка сектору МП здійснюється відповідно до Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» та Концепції загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва 2014-2024 рр. Питання щодо майбутнього розвитку сектору МП прямо або опосередковано відображені у загальнодержавних стратегічних та програмних документах. Починаючи з 2013 року, перед Україною постало багато викликів як економічного, так і геополітичного характеру (анексія Криму, військові дії на Сході України та ін.). Зважаючи на це, можливості державного бюджету і наразі залишаються надзвичайно обмеженими. В таких умовах Уряд вживає активних та постійних заходів щодо залучення для підтримки сектору МП допомоги міжнародних донорських організацій. В результаті в середньо- та довгостроковій перспективі стане можливим розширення джерел фінансування за рахунок державного бюджету, внутрішніх та зарубіжних інвесторів. Українські МП демонструють низький рівень інновацій (13,1 % опитаних в 2012-2014 роках, в порівнянні з майже половиною в ЄС). З метою сприяння інноваціям фінансова політика держави щодо розвитку МП повинна стимулювати їх інноваційну діяльність. Досягти даної мети можливо через підвищення рівня інформованості та залучення МП до таких програм як COSME, ГОРИЗОНТ-2020, Європейська мережа підприємств, Євростарз тощо.

Стратегією розвитку Дніпропетровської області на період до 2020 року, затвердженою рішенням Дніпропетровської обласної ради від 26.09.2014 № 561-27/VI, стратегічною ціллю 1 «Зменшення економічних дисбалансів» передбачено операційну ціль «Диверсифікація економіки», в рамках якої планується забезпечення розвитку інфраструктури, підтримка малого та середнього бізнесу підтримки малого та середнього бізнесу через створення бізнес-інкубаторів, центрів підтримки бізнесу, у тому числі для жінок-підприємців з урахуванням принципів гендерної рівності, створення та підтримка діяльності бізнес-асоціацій, проведення навчань, консультування малого та середнього бізнесу, галузеві дослідження у сфері малого та середнього бізнесу, використання механізмів корпоративно-соціального партнерства для стимулювання розвитку бізнес-середовища та інфраструктури підтримки бізнесу, запровадження дієвої системи консультаційної і правової підтримки підприємств малого та середнього бізнесу, розробка єдиного інформаційного простору для стимулювання розвитку бізнесу у регіоні тощо. Чисельність найманих працівників малого та середнього підприємництва Дніпропетровської області, яка є розвиненим регіоном України, у 2015 р. становила понад 348 тис. осіб або 55,5 % від загальної чисельності найманих працівників підприємств області.



Аналіз державних програм розвитку МП показав, що в Україні фінансова політика носить переважно короткотерміновий характер, що відображається і на формуванні та реалізації регіональних цільових програм. Саме це, на наш погляд, є причиною неефективності інструментів і важелів фінансової політики стимулювання розвитку МП та реалізації інноваційної моделі розвитку України. Цілі і завдання регіональних Програм розвитку малого та середнього підприємництва у Дніпропетровській області розглянемо у табл. 2.

Таблиця 2

**Програми розвитку малого та середнього підприємництва у Дніпропетровській області**

<b>Програма</b>	<b>Цілі</b>	<b>Завдання</b>
<b>Програма розвитку малого та середнього підприємництва у Дніпропетровській області на 2015 – 2016 роки</b> (від 05.12.2014 №587-28/VI, від 21.10.2015 №688-34/VI)	Мета програми – забезпечення сталого розвитку малого та середнього підприємництва завдяки спільним діям місцевих органів виконавчої влади, суб'єктів малого та середнього підприємництва, громадських об'єднань підприємців, а також установ ринкової інфраструктури щодо спрямування фінансових, матеріально-технічних ресурсів, виробничого та наукового потенціалу, ресурсів суб'єктів господарювання на створення й підтримання сприятливих умов для розвитку малого та середнього підприємництва	1. Упорядкування нормативного регулювання підприємницької діяльності. 2. Фінансово-кредитна та інвестиційна підтримка підприємництва. 3. Створення додаткових робочих місць, у тому числі для жінок та молоді, у сфері малого бізнесу за рахунок коштів центрів зайнятості. 4. Підтримка підприємницької ініціативи безробітних, зокрема жінок та молоді, їх навчання основам підприємництва. 5. Ресурсне та інформаційне забезпечення, формування інфраструктури підтримки підприємництва. 6. Підтримка суб'єктів підприємницької діяльності з Донецької та Луганської областей, які зареєстрували свій бізнес на території Дніпропетровської області
<b>Програма розвитку малого та середнього підприємництва у Дніпропетровській області на 2017 – 2018 роки</b> (від 02.12.2016 №124-7/VII)	Мета програми – забезпечення стабільних умов для подальшого розвитку малого та середнього підприємництва, насамперед щодо пріоритетних напрямів економіки області, створення сприятливих умов для ефективної підприємницької діяльності, підвищення ролі малого та середнього підприємництва у розв'язанні соціально-економічних проблем розвитку регіону шляхом консолідування зусиль органів державної влади, місцевого самоврядування, суб'єктів малого та середнього підприємництва, об'єднань і спілок підприємців	1. Упорядкування нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності. 2. Фінансово-кредитна та інвестиційна підтримка малого та середнього підприємництва. 3. Ресурсне та інформаційне забезпечення, формування інфраструктури підтримки підприємництва. 4. Подальше формування інфраструктури підтримки малого та середнього підприємництва

Джерело: складено автором за [http://oblrada.dp.ua].

Як свідчать дані табл. 2, мета і завдання програм підтримки підприємництва із року в рік практично дублюються. Це може свідчити про існування проблем у досягненні цілей та невирішеність поставлених завдань [13]. Тобто виділені бюджетні асигнування використовуються недостатньо ефективно. При цьому ефективне управління бюджетними коштами з метою реалізації основних напрямів суспільного розвитку передбачає удосконалення планування формування і реалізації державного та місцевих бюджетів, імплементацію кращого зарубіжного досвіду з урахуванням інституційного середовища України, підвищення ефективності державного фінансового контролю [14].

Фінансування заходів Програм розвитку малого та середнього підприємництва в Дніпропетровській області, яке здійснюється за рахунок коштів державного бюджету, обласного бюджету, місцевих бюджетів (у межах наявних фінансових ресурсів) та інших джерел, не заборонених чинним законодавством України, водночас, є недостатнім. Так, на фінансування заходів Програми розвитку малого та середнього підприємництва в Дніпропетровській області на 2015–2016 рр. за рахунок обласного бюджету затверджено 1 млн грн [15]. При цьому, цілі і завдання програм, що реалізуються у Дніпропетровській області, є нечіткими, розмитими та лише частково відповідають вимогам програмно-цільового методу [14].

Це проблема характерна не лише для України. Як відмічає Д. Сторей, «ні одна держава не має ясного уявлення щодо набору цілей для кожного компонента державної політики» [10]. Тому уряди, зазвичай, не оголошують чітко окреслені і кількісно вимірювані цілі державної політики, а воліють формулювати нечіткі переліки заходів підтримки МП (як і середнього бізнесу), групуючи їх у відповідні програми. Д. Сторей стверджує, що причина криється у кінцевій цілі уряду – політичній, тобто не сприяння підприємству, а отримання підтримки електорату на виборах. Дослідник застерігає, що використання малого і середнього підприємництва для створення робочих місць може здійснювати як позитивний, так і негативний вплив на ринок праці, зокрема, негативний – слабкий вплив на скорочення кількості зареєстрованих безробітних. В Україні це може проявлятися у зростанні неформальної зайнятості, неповної зайнятості тощо.

Таким чином, необхідні чітко сформульовані цілі державних програм підтримки малого підприємництва та завдання і показники результативності, що дозволитимуть відслідковувати ефективність реалізації цих програм й досягнення запланованих результатів, а також здійснювати належний фінансовий контроль. Крім того, на наш погляд, кількість державних цільових програм в Україні залишається надмірною, адже їх фінансування за рахунок бюджетних коштів є обмеженим, а інші внутрішні джерела практично не залучаються. Тому, на наш погляд, доцільно знову порушити питання щодо зменшення кількості державних цільових програм і, відповідно, регіональних, науково обґрунтованого визначення пріоритетів підтримки малих підприємств, підвищення прозорості використання бюджетних коштів на їх фінансування, своєчасного представлення громадськості фінансових звітів про їх виконання, формування інституту ефективного контролю, зокрема громадського.

На сьогодні доступ до фінансування для малих підприємств в Україні залишається суттєвою проблемою, адже банківське кредитування внаслідок кризи банківської системи є вкрай незначним. Бюджетні обмеження, що виникли внаслідок економічної рецесії 2014–2015 рр., призвели до того, що державна підтримка розвитку МП була вкрай обмеженою [16].

Водночас, певні позитивні зрушення вже є. Так, впроваджується масштабна програма дерегуляції, реалізовано основні заходи зі спрощення процедури реєстрації бізнесу, розширення електронного врядування, посилення навчання підприємництва та професійного навчання, усунення технічних бар'єрів для торгівлі та прийняття стандартів ЄС.

Фінансова нестабільність та необхідність цільового і ефективного використання бюджетних коштів для реалізації державних програм розвитку малого підприємництва потребують інших підходів щодо розробки державних програм стимулювання розвитку малих підприємств. Передовсім їх формування має враховувати стадію економічного циклу, що передбачає гнучку фінансову політику держави. Для розвитку малих підприємств важливо створювати відповідну інфраструктуру (бізнес-інкубатори, кластери, технологічні парки, центри підтримки підприємництва), що окреслено в програмах розвитку МП, але носить декларативний характер.

Розробляючи заходи щодо підтримки розвитку малого підприємництва з ефективним використанням інструментарію фінансової політики держави, а також стимулювання виконання ним соціальної функції, слід враховувати сформовані в країні «правила гри», тобто інституційне середовище, умови здійснення підприємницької діяльності, включаючи державні, регіональні та муніципальні інститути підтримки підприємництва. Адже саме вони визначають позитивність чи негативність оцінки умов підприємницького старту індивідами і є стимулами або перешкодами для підприємницької активності населення [17].

В Україні, за підрахунками З. С. Варналія, тільки від 4 до 20 % населення країни (не враховуючи тіньовий сектор) може бути віднесене до «середнього класу», а внесок у його збільшення мале підприємництво вносить лише шляхом формування класу власників, але не високооплачуваних найманих робітників. При цьому, значна кількість малих підприємств (індивідуальні підприємці та сімейні фірми) взагалі не використовують найману працю. Для порівняння – структурі населення розвинених країн, де питома вага громадян, що зараховуються до «середнього класу», становить приблизно 70 %. [1]. Тобто МП за умови його державної підтримки здатне успішно вирішити такі проблеми, як безробіття, соціальне напруження, відсутність робочих місць, наповнення споживчого ринку якісними вітчизняними товарами.

**Висновки.** Підсумовуючи вище викладене, слід зазначити, що завдяки своїй гнучкості малі підприємства швидко реагують на ринкові зміни, здатні вчасно переробити технологічний процес і представити на ринок конкурентоспроможну продукцію; сприяють росту зайнятості, формуванню підприємницької культури, більш рівномірному розвитку регіонів, активної інноваційної діяльності; певним чином здатні згладжувати соціальні конфлікти.

Привабливість підприємництва у країнах зі складною економічною ситуацією та орієнтованих на економічне зростання багато в чому визначається умовами підприємницького старту в короткостроковій перспективі в регіоні свого проживання, тому фінансова політика держави має сприяти створенню таких умов.

Проблема створення сприятливих умов для розвитку малого підприємництва потребує формування і здійснення відповідної ефективної фінансової політики на загальнодержавному та місцевому рівнях середньо- та довгострокового характеру. Створення в Україні умов і стимулів для ефективної діяльності реального сектора економіки, у свою чергу, сприятиме підвищенню рівня зайнятості, рівня та якості життя населення. Наслідком цього стане зменшення залежності населення від державної допомоги, а відтак – зниження обсягів видатків бюджетів на соціальний захист і соціальне забезпечення, що дозволить збільшити обсяги видатків розвитку, сприяти досягненню стратегічної мети – сталого людського розвитку.

В умовах посткризового відновлення, враховуючи те, що за умови успішного розвитку малого підприємництва відбувається забезпечення власних потреб та потреб споживачів, знижується соціальне навантаження на бюджет, держава має бути зацікавлена у формуванні відповідного дієвого стимулюючого інструментарію фінансової політики, зокрема державних і регіональних цільових (бюджетних) програм. Їх ефективність буде зростати за умови зменшення їх кількості та чіткого окреслення цілей і завдань.

Всі функціонуючі в Україні МП є неоднорідними, тобто об'єднують:

- мікропідприємства «для виживання», створені скоріше через потребу, ніж з підприємницьких міркувань;
- динамічно зростаючі інноваційні підприємства, що можуть стати середніми або великими;

- підприємства у стадії стагнації чи закриття, оскільки їх власники не можуть або не хочуть їх розвивати, незважаючи на існуючий попит;
- стійкі малі підприємства, що не мають значних фінансових і інших можливостей для зростання та ін.

Враховуючи неоднорідність МП, вони потребують при формуванні та реалізації фінансової політики застосування різних інструментів щодо їх розвитку, що є перспективою подальших досліджень.

### Бібліографічні посилання

1. Варналій З. С. Державна регуляторна політика у сфері малого підприємництва / З. С. Варналій, І. С. Кузнєцова. – К. : Ін-т економ. прогноз., 2002. – 104 с.
2. Чугунов І. Я. Розвиток програмно-цільового методу планування бюджету / І. Я. Чугунов, І. В. Запаріна // Фінанси України. – 2008. – № 5. – С. 3–14.
3. Бюджетна складова реалізації домінуючих напрямів суспільного розвитку : моногр. / Л. В. Лисяк, О. В. Гриценко, С. В. Качула, К. М. Роменська [та ін.] ; за наук. ред. д. е. н., проф. Л. В. Лисяк. – Дніпропетровськ : ДДФА, 2015. – 396 с.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukr.stat.gov.ua>
5. Мысякова Ю. Г. Институционализация социальной ответственности бизнеса: социальный аспект / Ю. Г. Мысякова // Журнал экономической теории. – 2008. – №3. – С. 51–52.
6. Shane S. Why Encouraging More People to Become Entrepreneurs is Bad Public Policy // Small Business Economy. – 2009. – Vol. 33. – P. 141–149.
7. Чепуренко А. Ю. Вместо заключения. Предпринимательство и федеральная политика / А. Ю. Чепуренко / В кн. : «Теория предпринимательства в России: новые подходы и результаты: По материалам «Глобального мониторинга предпринимательства» ; под ред. Т. А. Алимовой, О. И. Образцовой, А. Ю. Чепуренко. – М. : ГУ ВШЭ, 2010. – С. 235–266.
8. Тымкив К. Принцы и нищие / К. Тымкив // Корреспондент. – 2011. – №51. – С. 28–30.
9. Возможна ли теория предпринимательства в России? // Исследуя предпринимательство ; пер. с англ. ; под ред. А. Ю. Чепуренко, О. И. Образцова. – М. : Издательский дом НИУ ВШЭ, 2014. – С. 369–397.
10. Storey D. J. Evaluating the Impact of Public Policies to Support Small Businesses in Developed Economies [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.e-award.org/web/1998\\_David\\_J\\_Storey.aspx](http://www.e-award.org/web/1998_David_J_Storey.aspx). (Accessed 2 September 2016)
11. Landström H. and Jan C. MacMillan's Contributions to Entrepreneurship and Small Business Research [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.e-award.org/web/1999\\_Ian\\_C\\_MacMillan.aspx](http://www.e-award.org/web/1999_Ian_C_MacMillan.aspx). Accessed 2 October 2016
12. Gompers P. A. The Venture Capital Revolution / P. A. Gompers, J. Lerner // Journal of Economic Perspectives. – 2001. – Vol. 15 (2). – P. 145–168.
13. Лисяк Л. В. Впровадження програмно-цільового методу планування витраток місцевих бюджетів в Україні / Л. В. Лисяк // Формування ринкової економіки України : зб. наук. праць ЛНУ ім. Івана Франка. – 2013. – Вип. 29. – Ч. 2. – С. 3–9.
14. Качула С. В. Розвиток програмно-цільового методу бюджетного планування в умовах децентралізації в Україні / С. В. Качула // Економічний вісник університету. – 2016. – Вип. 29/2. – С. 546–553.
15. Про обласний бюджет на 2016 рік та на 2017 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : (Accessed 20 December 2016)
16. Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва (МСП) в Україні (проект) : Міністерство економічного розвитку і торгівлі України (Мінекономрозвитку) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [brdo.com.ua/wp.../UA\\_clean\\_revised\\_corrected\\_SME\\_Strategy\\_16\\_11\\_2016.doc](http://brdo.com.ua/wp.../UA_clean_revised_corrected_SME_Strategy_16_11_2016.doc)
17. Environmental factors that influence the entrepreneurial capacity. An empirical approach from the GEM Project using a structural equation model / J. C. D. Casero, R. H. Mogollón, J. L. Roldán. – LBS, Babson College, 2007.

*Надійшла до редколегії 23.12.2016*

**Р. О. Маслик**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАРУБІЖНИХ ФІНАНСОВИХ МОДЕЛЕЙ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ**

**В статті досліджено передовий зарубіжний досвід соціального захисту населення, зокрема проаналізовані види світових фінансових моделей: ліберальна, континентальна, соціал-демократична та південно-європейська. Розглянуто можливості застосування однієї з моделей для реформування соціального захисту населення в Україні.**

*Ключові слова:* фінансування, соціальний захист, соціальні виплати, соціальна допомога.

**В статье исследован передовой зарубежный опыт социальной защиты населения, в том числе проанализированы виды мировых финансовых моделей: либеральную, континентальную, социал-демократическую и южно-европейскую. Рассмотрены возможности применения одной из моделей для реформирования социальной защиты населения в Украине.**

*Ключевые слова:* финансирование, социальная защита, социальные выплаты, социальная помощь.

**In the article the advanced foreign experience in social protection, in particular species of global financial models: liberal, continental, social democratic and south European are analyzed. The possibilities of the use of one of the models for the reform of social protection in Ukraine are defined.**

*Keywords:* finance, social protection, social benefits, social assistance.

Реформи, які започатковані в економіці України протягом останнього періоду, потребують модернізації та удосконалення моделі соціального захисту населення, яка є однією з найважливіших проблем становлення українського суспільства за умов глибоких ринкових зрушень у національній господарській системі. Негативні наслідки соціально-економічної трансформації, яка відбувається без необхідних запобіжних механізмів, призвели до різкого падіння життєвого рівня більшості населення України. Це тому, що існуюча система соціального захисту, створена за радянських часів, більш не відповідає вимогам сьогодення. З іншого боку, особливості сучасного соціально-економічного стану України не дозволяють автоматично перенести ті чи інші заходи у сфері соціального захисту населення, які з успіхом функціонують в країнах з різним рівнем розвитку ринкових відносин.

Для того, щоб зрозуміти, яку саме фінансову модель соціального захисту необхідно будувати в Україні і в якому напрямку рухатись, слід звернутись до наукового аналізу зарубіжних моделей соціального захисту, що вже існують у світі, і дати їм оцінку з точки зору їх ефективності та прийнятності для України (як країни, в якій відбувається становлення соціально орієнтованої ринкової економіки).

Практично всі національні моделі соціального захисту розвинутих країн включають такі складові частини:

- соціальне страхування (медичне, по старості і смерті, страхування вдів та сиріт, від нещасних випадків на виробництві, по безробіттю, по інвалідності);
- мінімальне соціальне забезпечення (у тому числі соціальна допомога, різні соціальні програми, спрямовані на поліпшення життя тих чи інших категорій громадян);
- соціальні трансферти в рамках житлової, освітньої і сімейної політики.

Неможливо чітко розмежувати існуючі світові моделі соціального захисту. Типологію можна розглядати лише як спрощену схему, яка не може повністю відобразити безліч існуючих соціальних програм, що розрізняються за такими параметрами, як способи фінансування, якість послуг й ступінь охоплення населення [1, с. 137].

Широкого визнання отримала класифікація шведського вченого Г. Успінг-Андерсена. Учений розподілив усі розвинуті країни з ринковою економікою на три типи залежно від критеріїв, на основі яких у цих країнах будуються принципи соціального захисту. В результаті було викоремлено такі типи моделей: «ліберальна», «консервативна» та «соціал-демократична» (рис. 1).

У звіті Комісії ЄС (1995) представлена типологія, згідно з якою у країнах ЄС домінують чотири основні моделі: континентальна, англосаксонська, скандинавська, південно-європейська. Названі моделі детально описані в літературі [2, с. 50; 3, с. 34-38; 4], тому поруч із загальними типовими рисами розглянемо й ті нові моделі, які з'явилися протягом останнього часу.

Континентальна модель (її ще називають «бісмарковською» в честь засновника О. Бісмарка, або корпоративною, Г. Еспінг-Андерсен цю модель назвав консервативною) встановлює жорсткий зв'язок між рівнем соціального захисту та тривалістю професійної діяльності працівника. Соціальні права набувають форми страхових внесків, тому тип соціального захисту не залежить від державного бюджету.



Рис. 1. Характерні риси моделей соціального захисту

Ця модель властива багатьом розвиненим європейським країнам, у тому числі Австрії, Італії, Франції, однак, здебільшого, вона реалізується в моделі соціального захисту Німеччини.

«Німецьке чудо» було досягнуто, перш за все, завдяки вірному відбору соціально-економічної моделі розвитку суспільства, відповідності певних витрат (одна третина) від загального бюджету на соціальне забезпечення населення. Для охорони здоров'я здійснюється страхування на випадок хвороби. Так, усі працюючі з найму безробітні та пенсіонери відповідно до «Закону про страхування» підлягають страхуванню на випадок хвороби. З метою раннього виявлення певних хвороб передбачені профілактичні огляди різних груп застрахованих: дітей віком до 4 років, жінок віком від 30 років та чоловіків віком від 45 років. Пенсії, як правило, призначаються по досягненню 65 років, однак можливе призначення пенсії і по досягненню 63 років. Передумовою цього є страховий стаж праці не менше 35 років. В загальний страховий стаж зараховується також час служби в армії і знаходження на фронті, період безробіття, навчання у середніх та вищих навчальних закладах, а також період непрацездатності у зв'язку з хворобою. Жінки мають право на пенсію вже по досягненню 60 років. Це правило відноситься також і до безробітних. Інваліди, які повністю або частково є непрацездатними, також мають можливість отримання пенсії без досягнення пенсійного віку. У Німеччині понад 11 мільйонів пенсіонерів, яким сплачуються пенсії по соціальному страхуванню. Вони нарівні з активно працюючим населенням вииграють від росту економіки та підвищення доходів населення. Завдяки принципу динаміки пенсії встановлюються із року в рік нові – підвищуються відповідно до загального росту заробітної плати. В останній час пенсії були підвищені, у порівнянні з 50-ми роками, більше, ніж у 19 разів. Середній розмір пенсії становить понад 950 євро. У кожному окремому випадку в межах певних розмірів пенсія залежить від розміру сплачених у минулому внесків: хто протягом тривалого часу сплачував страхові внески за високими ставками (від заробітку, що перевищує загальний рівень), той має право отримувати пенсію відповідно вищого розміру.

Особи, що мають фізичні або розумові вади через поранення під час війни, загальне захворювання або каліцтво, беруть участь у трудовому та суспільному житті. У Німеччині нараховується більше 4 мільйонів інвалідів, які не в змозі подолати наслідки інвалідності без допомоги та особливої турботи з боку суспільства. Усі інваліди мають право на відповідні види соціальної, психологічної, медичної і професійної реабілітації. Заходи, що мають на меті їх трудове та побутове влаштування, запроваджуються вже з лікарняного ліжка та подовжуються до часу певного включення інваліда у трудовий процес і життя суспільства. Кошти на життя інвалідам та їх сім'ям виділяються протягом всього періоду реабілітації шляхом надання допомоги, розмір якої визначається у відсотковому відношенні до попереднього заробітку. Вони сплачуються у розмірі 80 % від загальної суми заробітку та збільшуються, як і пенсійне забезпечення, в залежності від темпів розвитку економіки.

Держава також надає допомогу тим, хто має та виховує дітей. Багатодітні сім'ї, зазвичай, мають у своєму розпорядженні менше коштів, у порівнянні із самотніми або бездітними сім'ями. З метою полегшення утримання та виховання дітей таким сім'ям сплачується щомісячна допомога. Держава сплачує на одну дитину 50 євро,

на другу – 70 євро, на третю та кожну наступну дитину – 120 євро. Право на допомогу мають всі батьки, незалежно від рівня їх власних прибутків, часу досягнення дітьми 18-річного віку, тобто повноліття. Якщо навчання дітей затягується, допомога сплачується навіть по досягненню ними 27-річного віку. Допомога на дітей не обкладається податком.

Особи, які не мають роботи, отримують від бюро праці та працевлаштування на протязі року допомогу по безробіттю у розмірі 68 % від останньої отриманої заробітної плати, яка не повинна перевищувати певний максимальний розмір. Безробітним, які мають на утриманні дітей, також призначається допомога на дітей. Безробітним, які понад 1 рік не мають роботи, сплачується допомога у розмірі 58 % від їх останнього заробітку. Допомога для працюючих неповний робочий час сплачується у разі короткочасних простоїв у роботі. Вона підраховується в залежності від часу простою і становить, в середньому, 68 % від заробітку, який повинен був отримати робітник за умови, якщо б простій не настав.

Німецький варіант соціального захисту, який отримав назву «соціальної ринкової економіки», викликає особливий інтерес, оскільки поєднує високу економічну ефективність з розвиненою системою соціального захисту, яка заснована на певних принципах. Основним з цих принципів є надання економічної свободи, що слугує стимулом високої продуктивності праці. Сам принцип складається з таких елементів: свобода споживання, відповідно до якої споживачі можуть вибрати будь-які товари чи послуги на свій розсуд; свобода виробництва і торгівлі (підприємства можуть виробляти ті товари і послуги, які потрібні споживачам); свобода вибору робочого місця, володіння і розпорядження приватною власністю. На принципі економічної свободи засноване децентралізоване економічне планування діяльності виробничих підприємств. Координація децентралізованого економічного планування в ринковій економіці виконується за допомогою ринкового механізму взаємодії попиту і пропозиції. Саме в цьому і полягає основна ідея ринкової економіки, а економічна свобода є руйнівною силою цієї економічної системи. Забезпечення дійсної конкуренції стало одним з важливих завдань держави. Якщо результати дії ринкового механізму стають неприйнятними з соціальної точки зору, то важливо забезпечити контроль з боку держави. За цих умов принцип економічної свободи доповнюється іншими принципами, характерними для соціальної держави.

В Німеччині існують різні елементи соціальної ринкової економіки, які дозволяють державі корегувати результати дій ринкових механізмів і колективних переговорів. Розподіл прибутків відбувається за допомогою податків. Громадяни з низькими прибутками звільняються від сплати прибуткового податку.

Цінним в німецькій моделі є те, що тут передбачені заходи з охорони праці, зокрема: захист від незаконних звільнень з роботи; охорона праці жінок (заборона жіночої праці в гірничо-видобувній і будівельній галузях, охорона праці матерів і вагітних жінок); охорона праці молоді (заборона праці до 15 років, диференціація робочого часу і часу відпусток в залежності від пільг на отримання професійної освіти); захист працівників від виробничих і професійних небезпек (травм, надмірного шуму, отруєнь тощо); регулювання робочого часу, заборона працювати у вихідні і святкові дні [5].



Ліберальна або англосаксонська модель (модель Беверіджа) ґрунтується на тому, що будь-яка людина має право на мінімальну захищеність у разі хвороби, старості тощо. Модель притаманна таким країнам як Великобританія, США, Канада, Австралія. Формування її відбувалося під впливом ліберальної трудової етики. Основними умовами функціонування даної моделі є мінімальна участь держави в ринкових відносинах та обмежене застосування заходів державного регулювання, що не виходить за рамки макроекономічної політики. Державному сектору економіки у ВВП належить лише невелика частка. Соціальна підтримка громадян здійснюється за рахунок розвинутих систем страхування за умов мінімального втручання держави, що є регулятором певних гарантій. Розмір страхових виплат, як правило, невеликий. Незначні й трансфертні платежі. Матеріальна допомога має адресний характер і надається лише на підставі перевірок потреб.

Ця модель найбільш послідовно реалізована в системі соціального захисту США. Вона відрізняється від консервативної за двома ознаками: по-перше, передбачає соціальне забезпечення залишкового типу, тобто люди повинні бути здатні існувати і без соціального забезпечення; по-друге, на сучасному етапі уряд несе обмежену відповідальність за соціальне забезпечення всіх громадян.

Система соціального захисту США спирається на такі його форми: соціальне страхування, за яким внески здійснюють як працівники, так і роботодавці; державна соціальна допомога, що надається з бюджетів різних рівнів – від федерального до місцевого.

Слід зауважити, що в США навіть серед постійно працюючих є такі категорії працівників, які наражаються на ризик соціального виключення через неохопленість системою соціального страхування. Близько 35 млн працівників не мають медичної страховки. Найнижче місце серед розвинених індустріальних країн посідають США за кількістю працюючих, які охоплені профспілковим рухом. США й досі не застосовують більшості міжнародних стандартів праці, розроблених, зокрема, МОП: з понад 180 конвенцій МОП тут ратифіковано лише трохи більше десяти, тоді як у країнах Західної Європи ратифіковано, в середньому, по 60-70 конвенцій. Низькою є участь працівників в управлінні підприємствами [3, с. 36].

На відміну від багатьох інших розвинених країн, у США не існує загальнодержавних соціальних програм, які б передбачали здійснення сімейних виплат чи виплат на випадок хвороби. Водночас у країні діють державні програми з медичного страхування та надання безоплатної медичної допомоги.

Означена модель вирізняється достатньо високим рівнем зайнятості та разом з тим не дуже високим ступенем перерозподілу національного доходу за рахунок фіскальної політики, хоча він і викликає нарікання з боку платників податків. Соціальні видатки у країнах з ліберальною моделлю, здебільшого, не перевищують 20% ВВП. За оцінками дослідників, США можна назвати державою, де масштаб соціальної допомоги обмежується потребою уникнення гострих соціальних конфліктів і досягнення суспільної стабільності.

Соціал-домократична модель притаманна скандинавським країнам (Швеції, Норвегії, Фінляндії, Данії, Нідерландам та Швейцарії). Її ще називають «солідарною» і навіть «соціалістичною», тому що вона передбачає провідну роль держави у здійсненні соціального захисту. Пріоритетними завданнями держави в соціальній політиці є вирівнювання рівня доходів населення і загальна зайнятість. Її головна

риса – визнання права на соціальне забезпечення усіх громадян. У цій моделі держава бере на себе значну частину відповідальності за надання соціального захисту. Це стало можливим завдяки системі оподаткування, яка дозволяє перерозподілити кошти, спрямовуючи значну частку (а це приблизно 32 % ВВП) на соціальні потреби. Рівень оподаткування у скандинавських країнах – найвищий серед розвинених країн і дорівнює 49,3 % ВВП [3, с. 34].

Роль держави не обмежується наданням людині мінімально необхідних життєвих благ, вона також сприяє задоволенню потреб людини в отриманні освіти, кваліфікації та оплачуваної роботи. Для цієї моделі характерні тісна співпраця урядових структур з роботодавцями та об'єднаннями працівників і сформовані протягом десятиліть традиції соціального партнерства. Сьогодні частка працюючих, які беруть участь у профспілковому русі, становить у Швеції 81 %, у Фінляндії – понад 70 % [3, с. 35].

Таким чином, означена модель ґрунтується на принципі розподільчої справедливості, дотримання якого дозволяє говорити про наявність у скандинавських країнах відносно рівнозначних життєвих умов для всіх громадян. Можна стверджувати, що соціаль-демократична модель є поліпшеним варіантом ліберальної моделі.

Південноєвропейська або середземноморська модель характерна для менш розвинутих країн Європи (Греції, Іспанії, Італії, Португалії), в яких спостерігається високий рівень безробіття, обсяги перерозподільного ВВП можуть суттєво коливатися – від 40 % до 60 % [6].

Соціальна політика пасивна, розрахована на найбідніші категорії громадян, тому рівень соціальної захищеності за цією моделлю невисокий. Велику роль тут відіграють сім'я і церква. Останнім часом у цих країнах багато робиться для створення систем соціального захисту, як того вимагає членство в ЄС. Вважаємо, що цю модель, скоріше за все, можна називати такою, що розвивається.

Модель соціального захисту в умовах кожної конкретної країни чи регіону формується під впливом історичних чинників, особливостей економічного та соціокультурного розвитку. Вона завжди має конкретні правові засади, визначені основним законом країни й закріплені відповідними законодавчими актами. Тому, кожна держава має самостійно визначати, яким чином краще забезпечити систему соціального захисту населення.

Проаналізувавши статистичні дані, можна зробити висновок, що на сьогодні найкращою із моделей є ліберальна. Причиною також є те, що Україна взяла курс нових європейських країн, де основним напрямком соціальної політики є створення середнього класу власників, тобто політично активного, економічно сильного класу з високим рівнем правової свідомості людей, а також покращення правового регулювання фінансування соціального захисту населення України. До цього можна віднести: проведення кодифікації соціального законодавства і розробку Соціального кодексу (у 2004 році до Верховної Ради був поданий його проект, який дотепер не розглядався); допоки Соціальний кодекс не прийнято, потрібно внести деякі зміни до законодавства, яке регулює надання соціальних послуг; уніфікувати термінологію соціального законодавства (підписання Закону України «Про засади соціального захисту населення»); зробити наголос на підписанні міжнародних договорів стосовно соціального захисту, що дасть змогу вийти на якісно новий рівень фінансового забезпечення соціального захисту населення [7, с. 28]. Такої ж

думки дотримується Ю. Волков, який стверджує: «Світовий досвід показує, що ліберальна модель є найефективнішою формою устрою суспільства і цілком прийнятною для країн та народів із різними культурними та національними традиціями» [8, с. 261].

Запровадження такої моделі повинне передбачати реалізацію наступних стратегічних завдань соціальної політики, які мають вирішуватися на рівні держави та окремого регіону: забезпечення виконання ухвалених державних програм; виконання, моніторинг соціальних програм на регіональному рівні; здійснення контролю за структурними зрушеннями в економіці, забезпечення життєдіяльності та підтримки відповідного рівня життя населення; створення нормативної бази формування місцевих бюджетів; створення в регіонах необхідних умов для забезпечення рівних стартових можливостей життєдіяльності з огляду на мінімальні соціальні гарантії держави та бюджетну забезпеченість одного мешканця; проведення постійної соціальної експертизи стану і розвитку регіону, розробка соціальних прогнозів і виважене їх використання під час прийняття управлінських рішень на національному та регіональному рівнях; всебічна підтримка підприємництва, особливо малого та середнього бізнесу; впорядкування відносин комунальної власності; розвиток житлово-комунальної сфери; поступове реформування об'єктів соціальної інфраструктури; надання ефективної адресної допомоги соціально найвразливішим верствам населення; проведення активної молодіжної політики, підтримка сім'ї, материнства та дитинства, адресна соціальна допомога.

### Бібліографічні посилання

1. Баранник Л. Б. Фінансовий механізм системи соціального захисту населення України: проблеми становлення та перспективи розвитку : моногр. / Л. Б. Баранник. – Дніпропетровськ : Дніпропетр. держ. фін. академія, 2012. – 496 с.
2. Антропов В. В. Социальная защита в странах Европейского союза. История, организация, финансирование, проблемы / В. В. Антропов. – М. : ЗАО Издательство «Экономика», 2006. – 271 с.
3. Баранник Л. Б. Соціальний захист громадян : навч. посіб. / Л. Б. Баранник. – Дніпропетровськ : ДДФА, 2010. – С. 34–38.
4. Церкасевиц Л. В. Современные тенденции социальной политики в странах Европейского Союза : учеб. пособ. / Л. В. Церкасевиц. – СПб. : Изд-во СПб ГЕУФ, 2002. – 150 с.
5. Демчак Р. Е. Соціальний захист населення та діючі моделі в країнах з різним рівнем розвитку ринкових відносин [Електронний ресурс] / Р. Е. Демчак // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2011. – №12. – Режим доступу : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=371>
6. Сочнева Е. Н. Анализ современной модели социальной политики России / Е. Н. Сочнева // Проблемы современной экономики. – 2008. – №3 (27) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2115>
7. Маліновська О. Я. Організаційно-правове регламентування фінансового забезпечення соціального захисту населення України / О. Я. Маліновська, Р. О. Рудзінська // Економічний часопис – XXI. – 2014. – №1-2 (2). – С. 28–31.
8. Волкова Ю. Либеральная модель – шанс для России / Ю. Волкова // Социально-экономические модели в современном мире и путь России : в 2 кн. / Междунар. Ассоциация акад. наук, РАН ; под. общ. ред. К. И. Микульского. – М. : ЗАО «Издательство «Экономика», 2003. – 757 с.

*Надійшла до редколегії 23.12.2016*

УДК 657:332

**С. О. Черкасова, М. Ф. Ахметова**

*Одеський національний політехнічний університет*

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТКУ ОСББ В УКРАЇНІ**

**У статті проведено аналіз організаційно-економічних аспектів становлення і розвитку Об'єднань співвласників багатоквартирних будинків (ОСББ) в Україні.**

*Ключові слова:* об'єднання співвласників багатоквартирного будинку (ОСББ), збори, ініціативна група, статут, створення, правова база, співвласники.

**В статтє проведен анализ организационно-экономических аспектов становления и развития объединений совладельцев многоквартирных домов (ОСМД) в Украине.**

*Ключевые слова:* объединение совладельцев многоквартирного дома (ОСМД), сборы, инициативная группа, устав, создание, правовая база, совладельцы.

**The article analyzes the organizational and economic aspects of the formation and development of condominium associations (condominiums) in Ukraine.**

*Keywords:* association of co-owners of apartment buildings (condominiums), the fees, the initiative group, charter, the establishment, the legal framework, the co-owners.

В умовах сучасної економічної ситуації створення об'єднання співвласників багатоквартирного будинку (далі ОСББ) є головним важелем в реформуванні системи житлово-комунальних послуг. При цьому слід наголосити, що останнім часом створення ОСББ набуває велику прихильність також серед населення України. Під час створення ОСББ зростає продуктивність управління будинком, з'являється інтерес у мешканців, оскільки вони можуть самостійно вирішувати питання щодо проведення технічних робіт та контролювати усі процеси управління.

Згідно законодавства ОСББ являється юридичною особою, що створена власниками квартир та/або нежитлових приміщень багатоквартирного будинку для сприяння використанню їхнього власного майна та управління, утримання і використання спільного майна [1].

Таким чином, в сучасних умовах господарювання для створення та забезпечення ефективної роботи ОСББ потрібно виконувати послідовні дії й відповідно добре знати основу законодавчої бази, що регулює порядок організації (створення) та управління діяльністю ОСББ в Україні. Правильно створене ОСББ допоможе мешканцями зробити свій будинок досконалим та повністю самостійно вирішувати основні питання щодо організації його ефективного функціонування: проведення планових робіт, ремонт техніки, виплата заробітної плати працівникам об'єднання, виконання плану кошторису.

За даними Державного комітету статистики України на 01.02.2016 в Україні створено майже 18738 ОСББ, що більше на 2804 ОСББ, ніж у 2015 році [4; 5]. Цей факт вказує на те, що в сучасних умовах спостерігається тенденція постійного збільшення чисельності новостворених ОСББ, а темпи приросту складають майже 17,6 %. При цьому, також слід зазначити тенденцію щодо збільшення чисельності вже зареєстрованих ОСББ (так, наприклад, у березні 2016 р. було зареєстровано 487 ОСББ, а вже в квітні 2016 р. – 770 ОСББ). Отже, кількість створених ОСББ зростає з кожним днем, зростає також популярність серед населення щодо відповідальності відносно створення й управління діяльністю ОСББ [4; 5].

Слід зауважити, що різним аспектам організації діяльності, створення й забезпечення ефективної роботи ОСББ в сучасних умовах господарювання наукові праці присвятили такі вітчизняні науковці та діячі, як: В. Бригілевич, Н. Гура, Н. Лисенко, А. Бабак, Т. Бойко, О. Кучеренко, А. Шуліко, Д. Левицький та інші.

При цьому проблеми та напрямки реформування системи створення ОСББ О. Заїка, І. Єфіменко [2; 6]. Так, автори Т. Безземельна та О. Заїка визначили проблеми необхідності державного управління процесом створення і функціонування кондомініумів в Україні, проаналізували зарубіжний досвід організації управління комунальним господарством, окреслили напрями державного управління. У науковій статті І. Єфіменко [6] ОСББ визначено як суб'єкт самостійного управління житлом та окреслено вплив оплати комунальних послуг на процес постійного забезпечення його існування. Також проблемам створення та інституціоналізації ОСББ у контексті розвитку соціального капіталу та громадянського суспільства присвячено наукові дослідження Н. Пашко [13]. Разом з тим, цілу низку питань з дослідження організаційно-економічних аспектів становлення й розвитку ОСББ та методичних підходів щодо обліку і аудиту окремих аспектів їх діяльності й досі не вирішено. Проаналізувавши останні наукові дослідження, було виявлено, що основною проблематикою в сфері організаційно-економічних аспектів створення ОСББ в Україні на сьогоднішній день залишається недосконалість правової бази для регулювання їх діяльності, що потребує подальших наукових досліджень.

Метою дослідження є аналіз організаційно-економічних аспектів становлення і розвитку ОСББ в сучасних умовах господарювання.

На сьогоднішній день зростає необхідність удосконалення житлово-комунального господарства, а разом з цим і відповідальність серед співвласників ОСББ. Кожен повинен зрозуміти, що реформування системи залежить від дій кожної людини. ОСББ являє собою приклад першого кроку реформування існуючої бази комунального господарства України. Однак, велика кількість людей мають страх створення нової форми власності у багатоквартирному будинку, бо відтепер усі вони будуть повинні постійно спілкуватися та робити одну справу для всіх.

Потрібно розуміти, що стан житла формує рівень комфорту життя людини, а це все робить її життя більш досконалим та приємним. Тому створення ОСББ дає можливість самостійно створити систему для поліпшення рівня житлово-комунального господарства в Україні [1].

Слід зауважити, що формування ефективної роботи ОСББ в Україні має багато невирішених питань. При створенні ОСББ співвласники беруть на себе велику відповідальність, тому що відтепер за усі питання, пов'язані з роботою ОСББ, відповідають колективно. Члени ОСББ вирішують господарські питання, спілкуються з мешканцями будинку, розробляють кошторис на рік та співпрацюють з компаніями, які надають послуги щодо утримання будинку в задовільному стані.

Для цього спочатку треба визначити основні закони, що регулюють діяльність ОСББ:

- 1) Закон України «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку» [8];
- 2) Закон України «Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку» [10].

Організаційні етапи створення ОСББ визначаються у Законі України «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку», до яких слід віднести:

- 1) створення ініціативної групи (для скликання установчих зборів, визначення дня та місця зборів), яка складається не менше ніж з 3-х осіб;
- 2) підготовка та проведення установчих зборів співвласників;

- 3) створення статуту об'єднання;
- 4) реєстрація ОСББ у відділі державних реєстраторів;
- 5) отримання усіх довідок про взяття на облік;
- 6) передача будинку на баланс;
- 7) виготовлення печаток;
- 8) внесення ОСББ до реєстру неприбуткових організацій;
- 9) відкриття рахунку у банку;
- 10) укладання угод з компаніями, які надають житлово-комунальні послуги;
- 11) прийняття будинку на баланс;
- 12) оформлення документів на земельну ділянку [8].

В результаті проведених досліджень організаційних етапів створення ОСББ в сучасних умовах господарювання було визначено наступні основні недоліки по кожному з наведених етапів:

1) При створенні ініціативної групи в процес повинні бути залучені активні люди, які зможуть зробити перший крок у створенні ОСББ, а це обумовлює необхідність витрачання ними свого особистого часу та взяття особистої відповідальності, що ускладнює пошук кандидатур.

2) При підготовці та проведенні установчих зборів співвласників ініціативна група повинна відповідати за основні організаційні питання, такі як: проведення роз'яснювальної роботи серед мешканців, донесення до кожного доцільності створення ОСББ у будинку та підготовка усіх документів для створення ОСББ (списків співвласників будинку, списку складу правління, технічного плану розвитку будинку та ін.) [3]. Усі питання повинні розроблятися поступово та раціонально. Основною проблемою на даному етапі виступає проблематичність пошуку виконавців ініціативної групи, які б могли належним чином провести установчі збори та донести основну мету існування ОСББ у будинку.

3) Реєстрація ОСББ у відділі державних реєстраторів (проведення державної реєстрації, визначення назви ОСББ) повинна регламентуватися законодавчо та має обов'язковий характер. При цьому можуть виникати проблеми з інформаційною частиною й законодавчим забезпеченням.

4) Створення статуту об'єднання є обов'язковим етапом, при якому ОСББ повинні використовувати типовий статут об'єднання. Основною проблемою може стати використання ОСББ тільки типового статуту без додаткових змін. При цьому, статут ОСББ повинен розроблятися під існуюче ОСББ. З позицій же законодавства в статуті визначаються тільки необхідні пункти, які повинні бути в статуті ОСББ [12]. Слід зазначити, що відсутність хоча б одного пункту може привести до відмови реєстрації ОСББ.

5) Отримання усіх довідок про взяття на облік є відповідальною частиною, оскільки кожне ОСББ повинно обов'язково отримати усі довідки про взяття його на облік у відповідних установах.

6) При передачі будинку на баланс основні проблеми виникають у новозбудованих будинках, оскільки співвласники повинні якомога швидко створити ОСББ у даних будинках. Якщо в новозбудованому будинку не буде створене ОСББ, то Міська рада може сама призначити балансоутримувача для забезпечення утримання будинку. Однак, оскільки усі витрати переходять до співвласників, саме тому влада пропонує самотійно передати будинок на баланс.

7) Виготовлення печаток потребує від виконавців отримання дозволу на виготовлення печатки і штампу, що вимагає оформлення пакету відповідних документів та вирішення проблемних моментів з оплати за виготовлення печаток і штампів.

8) Внесення ОСББ до реєстру неприбуткових організацій є одним з головних етапів, тому що ОСББ є неприбутковою організацією, основна мета існування якої полягає в утриманні будинку, управлінні власним майном та ефективному використанні ресурсів. Основною проблемою на даному етапі може стати байдужість мешканців до власного будинку. Зазвичай кожна людина, що мешкає у будинку, думає тільки про власну квартиру і несе відповідальність тільки за свої платежі. ОСББ змінює звичне мислення населення України, оскільки кожен повинен нести колективну відповідальність, при створенні ОСББ кожен стає співвласником багатоквартирного будинку, а отже й повинен відноситися до під'їзду чи прибудинкової території дуже відповідально, бо це вже і його власність [7].

9) Для відкриття рахунку у банку виконавці ініціативної групи повинні обрати надійний банк та підготувати відповідні документи. При цьому, також вони повинні знайти бухгалтера для ведення операцій та складання фінансової звітності. Отже, основними проблемними моментами цього етапу можуть стати проблеми з визначенням банку, з яким буде співпрацювати з ОСББ, та хто буде відповідати за ведення обліку його діяльності.

10) Укладання угоди з компаніями, які надають житлово-комунальні послуги, вимагає від виконавців ініціативної групи обрання відповідних компаній. Це дуже важливе питання, тому що компанія повинна бути надійною, виконувати усі види послуг та мати конкурентну ціну на послуги [9]. Основна проблема на даному етапі може виникнути внаслідок недовіри населення до компаній, так як вони мали гіркий досвід в минулому.

11) Прийняття будинку на баланс починається з формування заяви та рішення загальних зборів про прийняття будинку на баланс. Без передачі будинку на баланс не можна обслуговувати ОСББ [11]. Основна проблема на даному етапі виникає в тому випадку, коли в будинках знаходяться не житлові приміщення, на які навіть немає документів, а місцева влада здає такі приміщення в оренду, при цьому, ніхто не хоче платити за оренду та висилатися (наприклад ЖЕК). Також при передачі будинку на баланс старий балансоутримувач може здійснити крадіжку лічильника чи технічних приладів.

12) При оформленні документів на земельну ділянку основною проблемою можуть стати неформальні ділянки землі під ОСББ. У більшості випадків це стосується старих будинків. Кожна оформлена ділянка являє собою додаткові надходження до бюджету за рахунок податків. Якщо це новий будинок, то без оформлення ділянки неможливе проведення будівельних робіт.

Таким чином, усі визначені недоліки можуть змінюватись залежно від типу ОСББ, але використання цього типового списку проблем може застерегти зробити помилку у створенні ОСББ в сучасних умовах господарювання.

Однак на жаль слід констатувати, що на сьогоднішній день в процесі створення ОСББ виникає багато недоліків та питань. Основний алгоритм створення ОСББ в Україні прописаний у Законі України «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку» [8], але у 2015 році з'явилась оновлена процедура створення об'єднання. При цьому усі уточнення прописані в Законі України «Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку» [10]. На практиці ці процедури дуже повільно входять в практику сучасних вітчизняних ОСББ. Доцільно було б допрацювати оновлений Закон, тому що багато правил щодо отримання будинку законодавчо досі не визначені.

Отже, в результаті узагальнення результатів проведених досліджень можна визначити основні сучасні проблемні питання щодо організаційно-економічних аспектів становлення й подальшого розвитку ОСББ в Україні:

1) Проблемні аспекти, пов'язані з пошуком ініціативної групи, а отже відповідних компетентних виконавців, що зможуть організувати збори, провести опитування.

2) Проблемні аспекти, пов'язані з пошуком кандидатур на посаду Голови ОСББ. На сьогоднішній день Головою ОСББ повинна бути відповідальна людина, яка буде постійно спілкуватися з мешканцями та співвласниками будинку, виконувати функції управління, а саме: здійснювати управління будинком, контролювати виконання планових робіт, затверджувати штатний розпис, інструктувати з питань безпеки та ін. Саме тому визначаються багато випадків, коли Голови ОСББ не змогли впоратися з обов'язками та відмовлялися від виконання своєї роботи. Такі випадки дуже часто трапляються, тому що одним з головних обов'язків Голови ОСББ є спілкування з мешканцями будинку, здійснення пояснювальної роботи. Кожна людина особлива, тому до кожної треба знайти свій підхід, що доволі часто виявляється проблематичним.

3) Проблемні аспекти, пов'язані з формуванням повного списку реєстру співвласників. Це дуже важливий момент, бо Голова ОСББ повинен спілкуватися саме з співвласниками, що несуть відповідальність. Список співвласників багатоквартирного будинку можна знайти у Державному реєстрі прав [10]. Зробити це можна за допомогою юриста. Основною проблематикою є той факт, що в старих будинках співвласники мають правові документи, але ця інформація не внесена до Державного реєстру прав. У такому випадку актуальним є спілкування з мешканцями та встановлення справжнього співвласника. Іноді це все закінчується судовими справами, бо співвласник не знає, що в його будинку проводяться збори. Найчастіше у квартирі проживають родичі співвласника чи інші люди, які орендують приміщення. Закон України «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку» не надає інформацію щодо створення ОСББ у будинках без внесеної інформації до Державного реєстру прав.

Якщо ж аналізувати практичну діяльність сучасних вітчизняних ОСББ взагалі, то можна визначити широкий спектр недоліків. При цьому створення ОСББ є першим пунктом, з яким стикається людина при бажанні створити самостійну систему управління власністю. В законі України «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку» [8] дуже чітко сформовані основні організаційні питання, але на практиці не завжди вдається створити ідеальну роботу ОСББ, тому щодня власники стикаються з новими практичними проблемами.

Таким чином, удосконалення організаційно-економічних аспектів управління процесом становлення й подальшого розвитку сучасних вітчизняних ОСББ допоможе реформувати житлово-комунальну систему в Україні, збільшити кількість новостворених ОСББ. Реформування повинно проводитися на рівні держави за допомогою удосконалення правової бази. Тривалість таких робіт може займати багато часу.

В рамках формування ефективного механізму мотивації щодо створення ОСББ в Україні необхідне виконання наступних заходів:

- затвердження програм для реорганізації процесу створення ОСББ в сучасних умовах господарювання з урахуванням змін законодавства;
- створення методичних центрів навчання управителів та голів ОСББ з надання консультативних послуг, проведення відповідних навчально-практичних програм та тренінгів;
- здійснення пояснювальних консультацій щодо створення та залучення управителів до ОСББ;



– опублікування публікацій у спеціалізованих виданнях щодо поширення інформації про процес створення ОСББ в Україні. При цьому слід наголосити, бажано, щоб спеціалізовані видання були безкоштовними з метою підвищення інтересу до проблематики створення й підвищення ефективності діяльності існуючих ОСББ в Україні.

**Висновки.** Підсумовуючи проведені дослідження, можна зробити наступні висновки:

– існуюча система державного сприяння вирішенню проблемних питань з організації (створення) й підвищення функціонування ОСББ в Україні на жаль є недосконалою внаслідок відсутності професійного управління, конкурентного ринку надавачів послуг, реальної допомоги і сприяння ОСББ на рівні органів місцевого самоврядування;

– відсутність ринку управителів і ринку якісних комунальних послуг суттєво стримує розвиток ОСББ в Україні;

– в сучасних умовах господарювання створення ОСББ дозволить здійснювати:

- 1) належне утримання будинку та прибудинкової території;
- 2) сприяння членам об'єднання в отриманні житлово-комунальних та інших послуг належної якості за обґрунтованими цінами;
- 3) забезпечення виконання власниками своїх зобов'язань, пов'язаних із діяльністю об'єднання;
- 4) забезпечення реалізації прав власників приміщень на володіння та користування спільним майном членів об'єднання.

– в процесі створення сучасного ОСББ в Україні виникає багато проблемних питань та перешкод, зокрема цей процес вимагає значних зусиль у процесі вибору компетентної ініціативної групи, Голови ОСББ, укладання угод на послуги, оформлення та реєстрації цілого комплексу відповідних документів, що обумовлює необхідність використання значної законодавчо-нормативної бази.

– формування ефективного механізму мотивації щодо створення ОСББ в Україні вимагає виконання системи наступних заходів:

- 1) затвердження програм для реорганізації процесу створення ОСББ в сучасних умовах господарювання з урахуванням змін законодавства;
- 2) створення методичних центрів навчання управителів та голів ОСББ з надання консультативних послуг, проведення відповідних навчально-практичних програм та тренінгів;
- 3) здійснення пояснювальних консультацій щодо створення та залучення управителів до ОСББ;
- 4) опублікування публікацій у спеціалізованих виданнях щодо поширення інформації про процес створення ОСББ в Україні. При цьому слід наголосити, бажано, щоб спеціалізовані видання були безкоштовними з метою підвищення інтересу до проблематики створення й підвищення ефективності діяльності існуючих ОСББ в Україні.

Реалізація запропонованих організаційно-економічних і мотиваційних заходів з удосконалення існуючої системи створення й подальшого розвитку ОСББ в Україні повинна поліпшити правову базу, створити міцний фундамент розвитку та збільшити новостворені ОСББ в сучасних умовах господарювання. При цьому, колективна відповідальність як складова механізму управління спільним майном у багатоквартирному будинку на засадах ОСББ стане рушійною стимулюючою силою для створення нової системи управління національним господарством.

**Бібліографічні посилання**

1. Гура Н. О. Розвиток системи обліку в житлово-комунальному господарстві : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.00.09 – Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності) / Н. О. Гура. – К. : КНУ, 2009. – 27 с.
2. Безземельна Т. Державне управління функціонуванням та розвитком кондомініумів в Україні [Електронний ресурс] / Т. Безземельна, О. Заїка. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Dtr\\_du/2012\\_1/files/DU112\\_03.pdf](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Dtr_du/2012_1/files/DU112_03.pdf)
3. Реформування системи управління житловою нерухомістю міста : практ. посіб. / Бригілевич В., Когут Г., Швець В. та ін. ; за заг. ред. В. Бригілевича ; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO». – К. : ТОВ «Софія-А», 2012. – 104 с.
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Динаміка створення ОСББ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://proosbb.info/2016/05-18/17:41/dinamika-stvorennya-osbb-v-ukraini.html>
6. Єфіменко І. Кондомініум як суб'єкт самостійного управління житлом [Електронний ресурс] / І. Єфіменко // Вісник Національної юридичної академії ім. Ярослава Мудрого. – 2010. – № 3. – Режим доступу : [http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/623/1/Visnik3\\_E\\_2010.pdf#page=104](http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/623/1/Visnik3_E_2010.pdf#page=104)
7. Управління житловим будинком : практ. посіб. / Бабак А., Левицький Д., Лисенко Н. та ін. – К. : Ін-т місцевого розвитку, 2007. – 160 с.
8. Закон України «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку» № 417-VIII від 14.05.2015 (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2866-14>
9. Закон України «Про житлово-комунальні послуги» № 1875-IV від 01.01.2016 (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1875-15>
10. Закон України «Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку» № 417-VIII від 14.05.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/417-19>
11. Інформаційний ресурс для співвласників багатоквартирних будинків [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.osbbinform.com.ua>
12. Наказ «Про затвердження Типового статуту об'єднання співвласників багатоквартирного будинку та Типового договору відносин власників житлових і нежитлових приміщень та управителя» № 238 від 23.09.2015 (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1155-03>
13. Пашко Н. Концептуалізація ОСББ у контексті теорій соціального капіталу та громадянського суспільства / Пашко Н. // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. – 2014. – № 8. – С. 115–125.

*Надійшла до редколегії 01.11.2016*

# ФІНАНСИ ТА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

---

УДК 026.336.717-026.564

**Т. О. Жукова**

*Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця*

## **АНАЛІЗ ТА СИСТЕМАТИЗАЦІЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКУ**

**У статті надано визначення терміну «фінансова стійкість» та підходи до складових її оцінки, проаналізовані та систематизовані існуючі методи оцінки фінансової стійкості банку, представлені результати узагальнення рейтингових систем, які дозволили виділити їх переваги та недоліки.**

*Ключові слова:* фінансова стійкість, методи аналізу, ліквідність, капітал, платоспроможність, рентабельність, фінансові ризики.

**В статті предоставлены определения термина финансовая устойчивость и подходы к составлению ее оценки, проанализированы и систематизированы существующие методы оценки финансовой устойчивости банка, предоставлены результаты обобщения рейтинговых систем, которые позволили выделить их преимущества и недостатки.**

*Ключевые слова:* финансовая устойчивость, методы анализа, ликвидность, капитал, платежеспособность, рентабельность, финансовые риски.

**The article defines the financial stability of the banking sector and methods of its evaluation, have been analyzed and systematized the existing methods for assessing the bank's financial stability, given the results of generalization of rating systems that are allowed to identify their strengths and weaknesses.**

*Keywords:* financial stability, methods of analysis, liquidity, capital, solvency, profitability, financial risks.

Завдання дослідження полягає в проведенні аналізу та систематизації існуючих методів оцінки фінансової стійкості банку, визначенні заходів щодо забезпечення фінансової стійкості банківських установ.

Вивченням проблемних питань з оцінки фінансової стійкості банків займалися такі вітчизняні вчені, як Л. П. Белих, О. Д. Вовчак, А. М. Герасимович, О. В. Дзюблюк, Ж. М. Довгань, В. В. Иванов, Г. Т. Карчева, О. В. Крухмаль, О. І. Лаврушин, Ю. С. Масленченков, В. І. Міщенко, А. М. Мороз, Г. С. Панова, І. М. Парасій-Вергуненко, Л. О. Примостка, Т. О. Раєвська, Р. І. Тиркало, Н. В. Циганова, Н. М. Шелудько, О. Б. Ширінська, Н. П. Шульга, З. І. Щибиволок, а також зарубіжні науковці – Е. Альтман, Ф. М. Брігхем, Е. Гілл, К. Дж. Дональд, Е. Дж. Долан, П. Роуз, Т. Кох, Е. Рид, Р. Котгер, Дж. Маршалл, Р. Сміт, Дж. Сінкі, Р. Міллер, Ф. Мишкін, В. Валравен, Д. МакНотон, Д. Ван-Хуз та інші. Віддаючи належне їх науковим розробкам, слід зауважити, що, з огляду на реалії сьогодення, проблеми оцінювання та забезпечення фінансової стійкості українських банків як з теоретичного, так і з практичного погляду потребують подальших досліджень. В умовах виникнення кризових явищ та посилення їх негативного впливу на ефективність функціонування вітчизняної банківської системи виникає потреба у подальшому розвитку методичного інструментарію проведення аналізу фінансової стійкості банків і забезпечення дієвого механізму його реалізації.

Стійкість банківського сектору виступає одним із факторів стабільного функціонування економіки в цілому. Тому, безумовно важливим є своєчасна діагностика ймовірності краху окремого банку за допомогою системи постійного моніторингу та контролю індикаторів фінансової стійкості, виявлення чутливих до впливу ймовірних ризиків зовнішнього та внутрішнього середовища факторів для прийняття відповідних рішень і реалізації заходів щодо зміцнення фінансового стану банку й забезпечення фінансової стійкості банківської системи в цілому. Функціонування вітчизняної системи в умовах нових викликів потребує додаткового дослідження сутності ключових понять, виявлення певних особливостей та характерних ознак прояву.

Так, стійкість банку за визначенням О. В. Дзюблюка [1] є фундаментальною, внутрішньою характеристикою, завдяки якій забезпечують життєздатність і стабільний розвиток комерційного банку в межах заданої траєкторії та відповідно до обраної стратегії в умовах конкурентного ринку, незважаючи на силу впливу зовнішніх та внутрішніх факторів. Натомість, І. М. Васкович визначає фінансову стійкість банківської системи як якісну і кількісну характеристику здатності системи трансформувати банківські ресурси та з максимальною ефективністю й мінімальним ризиком виконувати свої функції, витримуючи вплив зовнішніх і внутрішніх факторів [18]. В своїх дослідженнях М. Н. Крейніна надає наступне визначення поняття: «Фінансова стійкість банку – одна з характеристик відповідності структури джерел фінансування структурі активів, яка визначається на основі співвідношення різних видів джерел фінансування та його відповідності складу активів» [19]. Однак, цей підхід на нашу думку не є достатньо ґрунтовним та надає можливість отримувати інформацію тільки на теперішній час, без врахування можливостей суттєвих змін у найближчому майбутньому. Слід зауважити, що на переконання В. В. Іванова стійкість банку – це стабільність його діяльності у світлі середньо- і довгострокової перспективи [20]. При цьому Ю. С. Масленченков вважає, що стійкість відображає стан комерційного банку в існуючому ринковому середовищі, яке забезпечує цілеспрямованість його руху в теперішньому часі і у перспективі [21].

Оскільки стабільність банківської системи визначає стабільність економічного середовища, яке оточує банк, то досягти цієї якісної характеристики неможливо без забезпечення стійкості кожного окремого банку в формуванні системи показників впливу на банківську стійкість, що можливе за допомогою дієвих вітчизняних та зарубіжних методів оцінки фінансового стану банків.

Розробка нових, а також активне використання, подальший розвиток та вдосконалення існуючих методів оцінки фінансової стійкості у сучасній банківській практиці є надзвичайно важливою умовою для суспільства в цілому на етапі реального розвитку наявної та залучення потенційної клієнтури банків, проведення попередньої діагностики можливих проблем банків й надання достовірної оцінки фінансового стану банків-контрагентів, органів державного регулювання і нагляду.

Поширеною практикою при оцінці фінансової стійкості стає використання широкого спектру не лише внутрішньої банківської інформації, джерелами якої є фінансова звітність і баланс банку, а й зовнішньої інформації, отриманої зі звітів зовнішніх аудиторів, спеціалізованих рейтингових агентств, статистичних збірників шляхом обміну інформацією з іншими банками.

Аналіз літературних джерел, які стосуються оцінки фінансової стійкості банківської системи, підтверджує, що методи та прийоми щодо формування такої оцінки постійно змінюються і вдосконалюються, оскільки можуть змінюватися та уточнюватися цілі моніторингу, розширюється перелік підходів, а також сфера їх застосування.

Зокрема, підходи до складових оцінки фінансової стійкості банківської системи згідно з результатами досліджень О. В. Дзюблюка можна класифікувати наступним чином [1]:

- 1) коефіцієнтний аналіз та аналіз однорідних груп;
- 2) рейтингові системи оцінки;
- 3) комплексні оцінки банківського ризику;
- 4) статистичні моделі (системи «попереднього реагування»);
- 5) мікро- та макропруденційний аналіз.

Вітчизняна система нормативів викладена в Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні, яка затверджена Постановою Національного банку України № 368 від 28.08.2001 [2] (далі – «Інструкція»). Цією Інструкцією, розробленою згідно із загальноприйнятими у міжнародній практиці принципами та стандартами, визначаються 13 показників, встановлюються їх граничні норми та правила розрахунку. Нормативи за своїм змістом об'єднані у такі чотири групи: нормативи капіталу (3 показники: мінімального розміру регулятивного капіталу (Н1), адекватності регулятивного капіталу/платоспроможності (Н2), адекватності основного капіталу (Н3)), ліквідності (3 показники: миттєва ліквідність (Н4), поточна ліквідність (Н5), короткострокова ліквідність (Н6)), кредитного ризику (4 показники: максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента (Н7), великих кредитних ризиків (Н8), максимального розміру кредитів, гарантій та поручительств, наданих одному інсайдеру (Н9), максимального сукупного розміру кредитів, гарантій та поручительств, наданих інсайдерам (Н10)), інвестування (2 показники: інвестування в цінні папери окремо за кожною установою (Н11, загальної суми інвестування (Н12)) та норматив ризику загальної відкритої (довгої/короткої) валютної позиції банку (Н13).

Варто відзначити, що рейтингові системи, коефіцієнтний аналіз, комплексні оцінки банківських ризиків забезпечують поточну оцінку фінансової стійкості банківської системи, в той час як для оцінки фінансової стійкості банку в майбутньому доцільно використовувати статистичні моделі.

В табл. 1, яка розроблена на основі отриманих результатів узагальнення підходів науковців [1; 15–17; 22–24], наведено систематизовану характеристику підходів щодо оцінки фінансової стійкості банківської системи з демонстрацією прикладів використання існуючих методів аналізу, виокремлення недоліків та переваги кожного з них. Варто відзначити, що наведені результати систематизації (в табл. 1) – досліджувані методи оцінки фінансової стійкості банків, мають низку відмінностей у різних країнах, що пов'язано з історичними і структурними особливостями розвитку банківських систем в окремих країнах.

Зарубіжні методи оцінки фінансової стійкості комерційного банку можна розділити на 4 категорії: 1) рейтингові системи оцінки (PATROL, ORAP, CAMELS); 2) системи коефіцієнтного аналізу (BAKIS); 3) комплексні системи оцінки банківських ризиків (RATE, RAST); 4) статистичні моделі (FIMS, SAABA).

Система PATROL (PATrimonio, Redditività, Rischiosità, Organizzazione, Liquidità) – система з проведення дистанційного аналізу фінансового стану кредитних організацій і виявлення тих з них, в яких необхідно провести виїзну перевірку. При аналізі розраховують п'ять компонентів: достатність капіталу, прибутковість, якість кредитів, організація, ліквідність [3].

Система ORAP (Organization and Reinforcement of Preventive Action). Мета – визначення істотних проблем у банку на основі оцінки всіх компонентів ризиків, пов'язаних з його діяльністю з використанням кількісної та якісної інформації. У неї входять 14 показників, які діляться на п'ять груп: пруденційні коефіцієнти (капітал, ліквідність і т.д.); балансова та позабалансова діяльність (якість активів); ринковий ризик; доходи; якісні критерії (власники акцій, управління і внутрішній контроль) [4].

Таблиця 1

## Результати узагальнення рейтингових систем щодо оцінки фінансового стану банків

Держава	Рейтингові системи	Характеристика	Переваги	Недоліки
1	2	3	4	5
		Рейтингові системи оцінки		
США	CAMELS (Capital adequacy, Asset quality, Management factors, Earnings, Liquidity, Sensitivity to market risk)	Надає можливість комплексно оцінити фінансову стійкість банку на основі даних, що наводяться до державних органів банківського регулювання та контролю в країні. Основою рейтингової системи є оцінка ризиків та визначення рейтингових оцінок за такими основними компонентами: достатність капіталу (C); якість активів (A); менеджмент (M); надходження (E); ліквідність (L); чутливість до ринкового ризику (S)	Стандартизований метод оцінки банків; рейтинги за кожним показником вказують на прямий вдосконалення	Аналіз фінансового стану банку протягом короткого проміжку часу; заснована на суб'єктивних думках експертів, тому головним чином залежить від їх професіоналізму
Італія	PATROL (PATrimonio, Reddività, Rischiosità, Organizzazione, Liquidità)	Метою даної системи є проведення дистанційного аналізу фінансового стану кредитних організацій і виявлення тих з них, у яких необхідно провести виїзну перевірку. При аналізі розраховують п'ять компонентів: достатність капіталу, прибутковість, якість кредитів, організація, ліквідність [22]	Швидкість аналізу за рахунок стандартизованої звітності; ефективність оцінки поточного стану банку	Результати аналізу достовірно відображають лише поточний стан банку
Франція	ORAP Organization and Reinforcement of Preventive Action	Метою даної багатофакторної системи – визначення істотних проблем у банку на основі оцінки всіх компонентів ризиків, пов'язаних з його діяльністю з використанням кількісної та якісної інформації. У неї входять 14 показників, які діляться на п'ять груп: пруденційні коефіцієнти (капітал, ліквідність і т.д.); балансова та позабалансова діяльність (якість активів); ринковий ризик; доходи; якісні критерії (власники акцій, управління і внутрішній контроль) [24]	Швидкість; легкість отримання вихідних даних	Результати аналізу достовірно відображають лише поточний стан банку
		Системи коефіцієнтного аналізу		
Німеччина	BAKIS (Bundesbank's prudential information system)	Основна мета – швидка оцінка фінансового стану кредитної організації, виявлення змін в динаміці кредитного, ринкового та ризику ліквідності, а також виявлення загальних тенденцій у фінансовому секторі економіки. При дослідженні розраховуються 47 коефіцієнтів, [24] які дають змогу оцінити кредитні та ринкові ризики. При цьому всім цим коефіцієнтам присвоюються однакові коефіцієнти значущості	Значна кількість показників дає змогу всебічно дослідити стан банку; дозволяє виявити тенденції системи; оперативність, повнота, комплексність аналізу	Неможливість порівняння банків із різною спеціалізацією; потребують значного обсягу інформації; трудомісткість; обмеження виявлення тих сфер діяльності, які потребують особливого нагляду з боку контролюючих органів

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5
Англія	RATE (Risk Assessment, Tools of Supervision and Evaluation) та TRAM (Trigger Ratio Adjustment Mechanism)	Система комплексної оцінки банківського ризику. Аналізуються не лише дані щодо діяльності банків та фінансових компаній, а й низка макроекономічних показників, які характеризують стан грошово-кредитного ринку, платіжного балансу, рівень заощаджень та інвестицій. Включає 3 взаємопов'язані блоки: оцінку ризику (Risk Assessment), інструменти нагляду (Tools) і оцінку ефективності застосування інструментів нагляду (Evaluation)	Підходить для оцінки фінансового стану багатьох філійних банків чи банківських холдингів; передбачає аналіз бізнес-плану банку (знизу), і потім дають загальну оцінку фінансової стійкості	Капіталомісткий; забезпечує опосередковану оцінку фінансової стійкості через оцінку певних видів ризику
Нідерланди	RAST (Risk Analysis Support Tool)	Використовується для оцінки рівня ризиків, прийнятих на себе банком, і складається з чотирьох основних етапів: загальний опис і фінансовий аналіз організації на основі наявної звітності та результатів останніх досліджень на місцях; поділ організації на великі управлінські підрозділи і види діяльності; оцінка ризиків та управління окремими підрозділами; агрегування показників та складання звітів [25]	Достатньо повно характеризує діяльність банків	Значна трудомісткість
Франція	SAABA (Support System for Banking Analysis)	Розрахунок рейтингів та рейтингових понижень; прогнозування банкрутств і «виживання»; очікуваних збитків. Складається з трьох діагностичних модулів: 1) модуль кількісного аналізу – досліджує кредитний портфель банку і обчислює ймовірність неповернення різних типів кредитів; 2) досліджує якість власників акцій банку (включаючи готовність цих юридичних і фізичних осіб підтримувати кредитну установу); 3) на основі рейтингових даних, результатів досліджень на місцях і відомостей по ринках дієтності якості управління банком, внутрішній контроль і ліквідність. Використовуючи інформацію, отриману по всіх трьох модулях, система виробляє синтетичний діагноз банку, у тому числі дає оцінку його стійкості (за п'ятибальною шкалою) [25]	Прогнозна оцінка; використання комплексних статистичних модулів, програм і підходів (дискримінантний, кореляційний аналіз); довгостроковий прогноз	Необхідність уведення в модель тільки значимих показників, визначення залежності між «причинними» і «наслідковими» показниками; необхідність періодичного тестування цих взаємодіючих показників; в основному представлені лінійними залежностями; значна трудомісткість
Країни-члени МВФ	Система ПФУ, стрес-тестування	Макро- та мікропруденційний аналіз	Достатньо повно характеризує діяльність банків з точки зору їх мікроекономічної ефективності	Проблема агрегування даних; характеризують зміни середньотермінового та довготермінового характеру, проте вони свідчать не про можливе нарощування кризових явищ, а лише відображають їх постфактум

Найвідоміша у світі рейтингова система оцінки надійності комерційних банків – CAMELS. Вона використовується американськими організаціями, що здійснюють контроль за банківською діяльністю. CAMELS формується з шести інтегральних компонентів [4]:

- Capital Adequacy (достатність капіталу);
- Asset Quality (якість активів);
- Managements factors (фактори управління);
- Earnings (прибутковість);
- Liquidity (ліквідність);
- Sensitivity to risk (чутливість до ринкового ризику).

Кожен інтегральний компонент, у свою чергу, ділиться на більш дрібні складові, які оцінюються за п'ятибальною шкалою. А далі складається зведена характеристика кожної групи надійності залежно від стану всіх її компонентів.

За В. М. Сагатовським, система – це скінченна множина функціональних елементів й відношень між ними, виокремлена з середовища відповідно до певної мети в межах визначеного часового інтервалу [25].

До систем, побудованих на основі коефіцієнтного аналізу, відноситься BaKred System (BAKIS). Основна мета – швидка оцінка фінансового стану кредитної організації, виявлення змін в динаміці кредитного, ринкового та ризику ліквідності, а також загальних тенденцій у фінансовому секторі економіки. При дослідженні розраховуються 47 коефіцієнтів [3].

Система RATE включає 3 взаємозалежних блоки:

- оцінку ризику (Risk Assessment);
- інструменти нагляду (Tools);
- оцінку ефективності застосування інструментів нагляду (Evaluation).

Оцінка ризику здійснюється на основі показників, які відображають категорії ризику банківського бізнесу і адекватність контролю за ризиками. Наступний етап полягає в розробці специфічних для кожного кредитного інституту інструментів нагляду, програм і підходів з метою найбільш ефективного здійснення наглядових функцій. Оцінка ефективності застосування інструментів нагляду – висновок про роботу на всьому протязі наглядового періоду про зрушення, що відбулися за цей час у діяльності кредитного інституту [4].

Система RAST (Risk Analysis Support Tool) використовується для оцінки рівня ризиків, прийнятих на себе банком, і складається з чотирьох основних етапів:

- загальний опис і фінансовий аналіз організації на основі наявної звітності та результатів останніх досліджень на місцях;
- поділ організації на великі управлінські підрозділи і види діяльності;
- оцінка ризиків та управління окремими підрозділами;
- агрегування показників та складання звітів [5].

Широку координацію в сфері банківського регулювання на міжнародному рівні у 1974 році було розпочато шляхом заснування Базельського Комітету з питань банківського нагляду при Банку міжнародних розрахунків. У 1988 році побачила світ рекомендація про «Міжнародну конвергенцію оцінки та стандартів капіталу» (далі – «Базель I»), яка містила мінімальні вимоги до банків і була спрямована на підвищення міцності й стабільності міжнародної банківської системи. У 2004 році були прийняті «Базель II». Основною метою Базеля II в глобальному вимірі є підвищення надійності, стабільності та прозорості міжнародної банківської системи на основі впровадження передової практики управління ризиками. Цієї



мети можна досягнути за допомогою дотримання трьох компонентів (опор) Базеля II: 1) розрахунку капіталу, 2) контролю з боку нагляду, 3) ринкової дисципліни [6–8]. Поряд з цим у 2010 р. було затверджено новий документ Базельського комітету з банківського нагляду – Базель III, який враховує виправлені недоліки попередніх методів. Згідно з рішенням Базельського комітету з банківського нагляду зміни до Базельських рекомендацій («Базель III») мали на меті такі основні цілі:

- зміцнити міжнародні нормативи з управління капіталом та ліквідністю для створення більш стійкого банківського сектору;
- покращити здатність банківського сектору долати наслідки фінансових та економічних криз і таким чином знизити ризик розповсюдження цих проблем з фінансового у реальний сектор економіки.

У будь-якому випадку усі перелічені вище системи оцінки фінансової стійкості комерційних банків об'єднує одне – забезпечити адекватний і своєчасний механізм діагностики та реагування на виникнення проблем у банківській системі.

На сучасному етапі розвитку фінансового сектору України банківські установи повинні забезпечити своє стабільне функціонування на висококонкурентному ринку фінансових послуг. Необхідно констатувати те, що в сучасних умовах кризи банківська система України є незахищеною від цілої низки ризиків.

Для виправлення цієї ситуації необхідно розробити та запровадити в Україні єдині законодавчо закріплені рекомендації для банківських установ з використанням досвіду зарубіжних систем оцінки ризиків, за допомогою яких можна було б оцінити діяльність банку на поточний момент та здійснити аналіз факторів і показників, які зможуть оцінити можливість неплатоспроможності та банкрутства банку. Розробка цих рекомендацій повинна стати одним з першочергових завдань у період кризи.

Таким чином, на нинішньому етапі важливою є оцінка фінансової стійкості банківської системи, що впливає з необхідності проведення не лише внутрішнього аналізу, а й обов'язкового зовнішнього аналізу, з позиції не оцінки фінансового стану на даний момент часу, а з позиції динаміки розвитку. Тому, на нашу думку, варто поєднувати підходи з метою врахування внутрішніх та зовнішніх чинників розвитку банківського сектору, а також відображення усіх аспектів та специфіки банківської діяльності в динаміці.

Оскільки важливим є визнання оцінки фінансової стійкості банківської системи міжнародними організаціями, то в роботі запропоновано в якості системи індикаторів фінансової стійкості використовувати «індикатори фінансової стійкості» (FSI's – Financial Soundness Indicators), розроблені МВФ [9]. Перелік індикаторів фінансової стійкості складається з двох частин:

- перша – основні (базові) показники, які забезпечують необхідний мінімум для аналізу фінансового сектора та розраховуються тільки за даними звітності банків;
- друга – рекомендовані (додаткові) показники, які розраховуються на основі звітності банків та інших суб'єктів фінансового ринку.

Відповідно до Financial Soundness Indicators індикатори фінансової стійкості – це показники поточного фінансового стану і стійкості фінансових установ країни та їх контрагентів із сектору нефінансових корпорацій й сектору домашніх господарств [9].

Статистичні дані містять інформацію про основні індикатори фінансової стійкості депозитних корпорацій (банків) щодо достатності капіталу, якості

активів, прибутку та рентабельності, ліквідності, чутливості до ринкового ризику і рекомендовані індикатори фінансової стійкості, а також вихідні дані для їх складання. Індикатори фінансової стійкості дають уявлення про ринки, на яких здійснюють свою діяльність фінансові установи.

Індикатори фінансової стійкості розраховуються і поширюються для використання в макропруденційному аналізі. Такий аналіз містить оцінку та контроль за сильними сторонами і вразливими місцями фінансових систем з метою підвищення фінансової стійкості, зокрема зниження імовірності краху фінансової системи.

Міжнародний валютний фонд передбачає компіляцію та поширення країнами 40 індикаторів фінансової стійкості: 25 індикаторів для сектору депозитних корпорацій (із яких 12 основних) і 15 індикаторів для клієнтів сектору депозитних корпорацій [9]. При цьому слід зазначити, що рекомендований МВФ перелік індикаторів фінансової стійкості достатньо повно характеризує діяльність банківської системи з точки зору її макроекономічної ефективності.

Відповідно до методології МВФ Національним банком України статистичні дані складаються та поширюються за 12 основними та 14 рекомендованими індикаторами фінансової стійкості депозитних корпорацій (банків). Варто зазначити, що на практиці абсолютно фінансово стійких комерційних банків немає, проте кожен із них має прагнути до поліпшення власного фінансового стану, що, в кінцевому підсумку, позитивно відобразиться на рівні фінансової стійкості банківської системи в цілому.

При цьому фінансову стійкість банківської системи визначено в [1] «як певний інтегрований показник, що характеризує спроможність системи та її складових економічних підсистем функціонувати і розвиватися відповідно до загальноекономічного та соціально-політичного становища держави. Стійкий фінансовий стан банківської системи, крім цього, характеризується підвищенням рівня прибутковості банківського сектору економіки, збільшенням обсягів реалізації та асортименту банківських продуктів в умовах розширення кола банківської клієнтури, а також зростанням рівня капіталізації комерційних банків».

Отже, сам інтегрований показник повинен відповідати наступним критеріям [10]:

- інтегрована оцінка повинна бути загально визнаною;
- інтегрована оцінка має бути зрозумілою, тобто повинно бути ясно, які власне характеристики та в яких саме пропорціях зосереджені в ній.

Інтегрована оцінка фінансової стійкості потребує дослідження показників, вплив яких став визначальним для її формування. Від повноти і вірогідності інформаційного простору показників, які дають характеристику банківської системи, багато в чому залежить ефективність управління фінансовою стійкістю. Згідно до цього сформована сукупність показників фінансової стійкості, представлених ІФС, повинна відповідати таким вимогам [11; 14]:

- повнота, тобто можливість за допомогою показників досить повно описати сутність процесів, що протікають у виробничій системі;
- унікальність показників, тобто відсутність надмірності;
- вірогідність чи валідність, тобто відповідність виділених одиниць значеннєвої інформації їх реальним найменуванням;
- несуперечність, тобто відсутність омонімії.

Наступним етапом є вибір метода обчислення інтегрованої оцінки. Аналіз вітчизняної та зарубіжної практики обчислення інтегрованої оцінки фінансової стійкості показує, що однозначного підходу в цьому напрямку поки що не досягнуто.

Узагальнено класифікувати підходи до обчислення інтегрованої оцінки можна наступним чином [11–14]:

- математичними способами агрегування (середнє арифметичне, сума, середнє геометричне (зважене), метод відстаней, таксономічний метод);
- на основі баз порівняння (еталони, максимальне (мінімальне) значення, середнє за вибіркою, попередній період порівняння, нормативне значення);
- способом агрегування (без врахування значень окремих показників, з врахуванням значень окремих показників, статистичні методи, експертні оцінки);
- за значеннями показників (абсолютні (вартісні, натуральні), рейтинги, бали, відносні коефіцієнти).

Варто зауважити, що інтегрована оцінка фінансової стійкості банківської системи може здійснюватися як з урахуванням вагомості (пріоритетності) окремих показників (ІФС) чи їх підмножини, так і без врахування вагомості.

Для проведення більш якісної оцінки фінансової стабільності банків та попередження банкрутства варто відмітити незначну тенденцію до зростання інтегрованої оцінки фінансової стійкості банківської системи України після кризи 2009 р., що є позитивним явищем для банківського сектору та фінансової системи загалом. Однак, наявні тенденції економічного та політичного характеру 2013–2016 рр. є реальними загрозами для банківської системи України. Тому зазначені індикатори є сигналом появи негативних чинників розвитку у банках, які при раціональному управлінні можуть мати позитивні наслідки для фінансової стійкості.

У якості ключових заходів щодо забезпечення фінансової стійкості банківських установ, на думку автора, слід виділити:

- підтримку ціни грошових ресурсів відповідно до дохідності вкладень у реальне виробництво;
- диверсифікацію структури банківської системи як на державному, так і на регіональному рівнях, тобто забезпечення відповідності структури можливостей банківської системи структурі потреб реального сектору економіки шляхом формування системи різних за розміром банківських установ, розвитку банківської інфраструктури, розташування банківських установ за принципом близькості до клієнта;
- координацію грошових і виробничих потоків, виходячи з того, що основні виробничі сили, виробничий апарат та інші джерела економічного зростання знаходяться в регіонах;
- надання комплексу формальних інституціональних обмежень вітчизняним банківським установам, можливості для мобільної адаптації до зовнішніх умов економічного розвитку держави та світової спільноти, які постійно змінюються, а також специфіки неформальних позицій, забезпечення транспарентності діяльності кожного банку, особливо їх філій.

Аналіз літературних джерел [1; 14–17], які стосуються оцінки фінансової стійкості банківської системи, показав, що методи та прийоми такої оцінки постійно змінюються і вдосконалюються, тому що можуть змінюватися цілі моніторингу, розширюватися перелік підходів, а також сфера їх застосування. Важливим є визнання оцінки фінансової стійкості банківської системи міжнародними організаціями, тому в якості системи індикаторів фінансової стійкості доцільно використовувати «індикатори фінансової стійкості», розроблені МВФ. Рекомендований МВФ перелік індикаторів фінансової стійкості достатньо

повно характеризує діяльність банківської системи з точки зору її макроекономічної ефективності.

У вітчизняній банківській практиці застосовують різноманітні методи оцінки діяльності банків – залежно від мети, яку ставлять перед собою дослідники, при цьому єдиного універсального методу немає, оскільки усі банки різняться за функціональним призначенням, за комплексом виконуваних операцій та послуг, за складом клієнтів, а також залежно від типу здійснюваної політики на фінансовому ринку.

Специфічні риси вітчизняної банківської системи, що об'єднує інституції, які надають послуги фінансового посередництва, при оцінці їх діяльності визначають розгорнуту систему показників, в тому числі індикаторів фінансової стійкості, які у своїй сукупності дозволяють отримати комплексну та надійну характеристику рівня фінансової стійкості банківської системи в макроекономічному розрізі, ступеня її конкурентоспроможності, у порівнянні з іншими країнами, встановити певні межі потенціального впливу динаміки змін розвитку банківської системи на економіку в цілому.

У роботі було проаналізовано та систематизовано існуючі методи оцінки фінансової стійкості банку, надано результати узагальнення рейтингових систем, які дозволили виділити їх переваги та недоліки, а також запропоновані ключові заходи щодо забезпечення фінансової стійкості банківських установ.

### Бібліографічні посилання

1. Дзюблюк О. В. Фінансова стійкість банків як основа ефективного функціонування кредитної системи : моногр. / О. В. Дзюблюк, Р. В. Михайлюк. – Тернопіль, 2009. – 316 с.
2. Інструкція про порядок регулювання діяльності банків в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01/paran25#n25>
3. Фетисов Г. Г. Устойчивость коммерческого банка и рейтинговые системы ее оценки / Г. Г. Фетисов. – М. : Финансы и статистика, 1999.
4. Лаврушин О. И. Оценка финансовой устойчивости кредитной организации / Лаврушин О. И., И. Д. Мамонова. – М. : КНОРУС, 2011.
5. Шевриновский В. Н. Развитие систем банковского мониторинга: анализируя мировой опыт / В. Н. Шевриновский // Банковские технологии. – 2009. – № 5.
6. Кротюк В. Базель II: нова концептуальна редакція Базельської угоди про капітал / В. Кротюк, О. Куценко // Вісник Національного банку України. – 2006. – № 3 (121). – С. 2–5.
7. Кротюк В. Базель II: розрахунок мінімально необхідної величини капіталу згідно з Першою компонентою / В. Кротюк, О. Куценко // Вісник Національного банку України. – 2006. – № 5 (123). – С. 16–22.
8. Кротюк В. Базель II: контроль з боку органу нагляду та ринкова дисципліна / В. Кротюк, О. Куценко // Вісник Національного банку України. – 2007. – № 5 (135). – С. 3–8.
9. Carson C. S. Financial Soundness Indicators / C. S. Carson, S. Ingves // International Monetary Fund. – 2003. – May, 14. – P. 43.
10. Вітлінський В. В. Моделювання економіки : навч. посіб. / В. В. Вітлінський. – К.: КНЕУ, 2005. – 408 с.
11. Айвазян С. А. Прикладная статистика: основы моделирования и первичная обработка данных / С. А. Айвазян, И. С. Енюков, Л. Д. Мешалкин. – М. : Финансы и статистика, 1983. – 471 с.

12. Грабовецький Б. Є. Економічне прогнозування і планування : навч. посіб. / Б. Є. Грабовецький. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 188 с.
13. Григорук П. М. Багатомірне економіко-статистичне моделювання : навч. посіб. для студентів ВНЗ / П. М. Григорук. – Львів: «Новий Світ – 2000», 2006. – 148 с.
14. Благун І. І. Когнітивна модель розвитку банківської системи України / І. І. Благун // Актуальні проблеми економіки. – К., 2013. – №4(142). – С. 209–217.
15. Коваленко В. В. Антикризове управління в забезпеченні фінансової стійкості банківської системи : моногр. / В. В. Коваленко, О. В. Крухмаль. – Суми : УАБС НБУ, 2007. – 198 с.
16. Коваленко В. В. Стратегічне управління фінансовою стійкістю банківської системи: методологія і практика : моногр. / В. В. Коваленко. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. – 228 с.
17. Некоторые подходы к разработке системы индикаторов мониторинга финансовой стабильности / С. М. Дробышевский (рук. авт. коллектива) и др. – М. : ИЭПП, 2006. – 305 с.
18. Васькович І. М. Деякі аспекти фінансової стійкості комерційного банку / І. М. Васькович // Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – №2. – С. 40–43.
19. Крейнина М. Н. Финансовая устойчивость предприятия: оценка и принятие решений / М. Н. Крейнина // Финансовый менеджмент. – 2001. – №2. – С. 32–36.
20. Иванов В. В. Анализ надежности банка : практ. пособ. / В. В. Иванов. – М. : Русская Деловая Литература, 1996. – 320 с.
21. Масленченков Ю. С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке: Фундаментальный анализ / Ю. С. Масленченков. – М. : Перспектива, 1996.
22. Лаврушин О. И. Оценка финансовой устойчивости кредитной организации / О. И. Лаврушин, И. Д. Мамонова. – М. : КНОРУС, 2011.
23. Фетисов Г. Г. Устойчивость коммерческого банка и рейтинговые системы ее оценки / Г. Г. Фетисов. – М. : Финансы и статистика, 1999.
24. Шевриновский В. Н. Развитие систем банковского мониторинга: анализируя мировой опыт / В. Н. Шевриновский // Банковские технологии. – 2009. – № 5.
25. Basel III: A global regulatory framework for more resilient banks and banking systems – revised version [Електронний ресурс] / Basel Committee on Banking Supervision. – June 2011. – Режим доступу : <http://www.bis.org>

*Надійшла до редколегії 27.07.2016*

УДК 336:369.041

**Л. В. Лисяк**

*Університет митної справи та фінансів*

## **РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ У ЗМІЦНЕННІ ДОХОДІВ ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ**

У статті досліджено проблеми наповнення Пенсійного фонду України. Визначено роль бюджетних коштів у зміцненні доходів цього фонду, що сприяє реалізації бюджетної політики соціального забезпечення осіб пенсійного віку. Виявлено чинники зростання дефіциту Пенсійного фонду України та визначено шляхи його зниження. Акцентована увага на необхідності формування інститутів, які сприятимуть реалізації пенсійної реформи в країні та зниженню навантаження на державні фінанси.

*Ключові слова:* бюджет, бюджетна політика, пенсійне страхування, дефіцит, доходи, пенсійна реформа.

В статье исследованы проблемы наполнения Пенсионного фонда Украины. Определена роль бюджетных средств в укреплении доходов этого фонда, что способствует реализации бюджетной политики социального обеспечения лиц пенсионного возраста. Выявлены факторы роста дефицита Пенсионного фонда Украины и определены пути его снижения. Акцентировано внимание на необходимости формирования институтов, которые будут способствовать реализации пенсионной реформы в стране и снижению нагрузки на государственные финансы.

*Ключевые слова:* бюджет, бюджетная политика, пенсионное страхование, дефицит, доходы, пенсионная реформа.

The article investigates problems of the Pension fund of Ukraine filling. Determined the role of budgetary funds in the strengthening of the earnings of this Fund, which contributes to the implementation of the budgetary policy of persons of retirement age social security. The factors of growth of the deficit of the Pension Fund of Ukraine are revealed and ways to reduce it are identified. The attention is focused on the need to build institutions which will contribute to the implementation of pension reform in Ukraine and to reducing the burden on public finances.

*Keywords:* budget, budgetary policy, pension insurance, deficit, earnings, pension reform.

Упродовж останніх років у складній економічній ситуації в Україні науковцями та практиками активно обговорюються шляхи реформування пенсійної системи. Існуюча в країні організація пенсійного забезпечення стала однією із вагомих перешкод для реалізації ефективної бюджетної політики внаслідок хронічного дефіциту Пенсійного фонду України (далі – ПФУ) та необхідності реалізації соціальних зобов'язань держави.

В цілому видатки Державного бюджету України постійно зростають, тому гостро постає питання щодо цільового і ефективного їх використання. Адаже в нестабільних умовах розвитку економіки країни, структурної перебудови, високої інфляції, збитковості підприємств та відповідно обмеженості доходів бюджету зростає бюджетний дефіцит, для фінансування якого із року в рік здійснюються усе більші державні запозичення, накопичується державний борг, загострюється боргова безпека. Тому особливої актуальності набувають питання обґрунтованого витрачання бюджетних коштів на формування доходів ПФУ в процесі виконання державою соціальної функції щодо осіб пенсійного віку.

Дослідженню проблем удосконалення системи пенсійного забезпечення в Україні та використання зарубіжного досвіду, збалансованості бюджету ПФУ

присвячені наукові праці Є. Заєць [1], О. Кириленко, О. Петрушки [2], Л. Ткаченко [3]. Фінансовим аспектам реформування пенсійної системи та ролі державних фінансів у соціально-економічних перетвореннях приділяють увагу Л. Сідельникова [4], В. І. Надрага [5] та ін. Водночас, старіння населення та, відповідно, зростання частки осіб пенсійного віку в його загальній чисельності в Україні посилюють фінансове навантаження як на працюючих, так і на бюджет. Тому недостатньо дослідженими залишаються перспективи формування доходної частини бюджету ПФУ в умовах реформування пенсійної системи країни та можливості зниження ролі державного бюджету у цьому процесі.

**Мета статті** – визначити роль державного бюджету у формуванні доходів ПФУ та дослідити можливість створення умов, які в процесі пенсійного реформування в Україні сприятимуть зниженню навантаження на державні фінанси.

Пенсійне забезпечення – невід’ємний компонент державних соціальних гарантій, фінансового забезпечення тієї категорії населення, яка відповідно до чинного законодавства має право на отримання пенсії. З періоду здобуття Україною незалежності пенсійне забезпечення, успадковане від тоталітарного режиму, порівняно з іншими ланками фінансової системи, трансформувалося найбільш повільно і непослідовно. Відповідно до законодавства, у 2004 р. в Україні розпочалося впровадження пенсійної реформи, якою передбачалося запровадження трирівневої пенсійної системи [6]:

– перший рівень – солідарна система загальнообов’язкового державного пенсійного страхування, що базується на засадах солідарності й субсидування, а також здійснення виплати пенсій і надання соціальних послуг за рахунок коштів ПФУ;

– другий рівень – накопичувальна система державного пенсійного страхування, що передбачає накопичення частини обов’язкових внесків як відсотка від заробітної плати працівника в єдиному Накопичувальному фонді та їх обліку на індивідуальних накопичувальних пенсійних рахунках громадян;

– третій рівень – система недержавного пенсійного забезпечення, що базується на засадах добровільної участі громадян і роботодавців у формуванні пенсійних нагромаджень.

Водночас, до сьогоднішні із передбачених законодавством рівнів повноцінно функціонує перший та нестабільно – другий рівень, а основні витрати щодо фінансового забезпечення пенсійних виплат здійснює ПФУ. Питання щодо запровадження другого рівня (обов’язкової накопичувальної пенсійної системи) опрацьовується.

ПФУ призначений для формування та реалізації державної політики у сфері пенсійного страхування, забезпечує збирання та акумулювання страхових внесків, облік осіб, які підлягають загальнообов’язковому державному соціальному страхуванню, фінансування потреб пенсійного забезпечення населення, здійснює контроль за цільовим використанням коштів [7]. В основі формування доходів і в бюджету ПФУ переважає страховий принцип, тобто основну їх частину складають страхові внески. Кошти Державного бюджету України перераховувалися до бюджету ПФУ у вигляді дотацій на фінансове забезпечення виплати пенсій, надбавок та підвищень до пенсій, призначених за різними пенсійними програмами (державних пенсійних програм, на пенсійне забезпечення військовослужбовців, осіб начальницького та рядового складу, суддів у відставці та ін.); на компенсацію роботодавцю частини фактичних витрат, пов’язаних зі сплатою єдиного внеску

на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. Також кошти бюджету призначаються на покриття дефіциту бюджету ПФУ.

Вагомим чинником зростання дефіциту ПФУ у 2016 р. стали зміни у податковому законодавстві. З 1 січня 2016 р. зменшено розмір ставки єдиного соціального внеску (далі – ЄСВ) для роботодавців до 22 % (розмір ЄСВ в 2015 р. в середньому становив 38 %) та скасовано утримання ЄСВ із заробітної плати працівників та інших доходів. Мета таких змін – зменшення податкового навантаження на платників податків та очікування щодо виведення заробітних плат «з конвертів». У підсумку, це мало призвести до розширення бази оподаткування і зростання надходжень від ЄСВ до ПФУ на достатньому рівні. Водночас, перші результати змін невтішні – надходження коштів до ПФУ за лютий-червень 2016 р. зменшилися на 36 %, порівняно з цим же періодом 2015 р.

Інші зміни, відповідно до яких планується залучити додатковий ресурс до бюджету ПФУ – збільшення мінімальної заробітної плати з 1 січня 2017 р. до 3200 грн. «Ми чудово розуміємо, що в «сірій», напівлегальній економіці пенсійні внески сплачуються із мінімальної зарплати. Таким чином, із підвищенням розміру заробітної плати ми прогнозуємо і збільшення надходжень до ПФУ. Ми сподіваємося отримати додатковий ресурс, який зможемо використати для балансування бюджету ПФУ або для проведення нових пенсійних програм», – заявив Віце-прем'єр-міністр України Павло Розенко [8].

Існує думка, що складна демографічна ситуація, зумовлена старінням населення в Україні, збільшує навантаження на ПФУ і призводить до дефіциту коштів на виплату пенсій. Однак, в Україні частка населення старше 60 років є відносно великою, але старше 65 років – значно нижчою, ніж у країнах ЄС (15,6 % проти 18,9 % в середньому по ЄС) за рахунок того, що в інтервалі від 60 до 65 років помирає досить велика кількість людей [9]. Головна демографічна проблема України – дуже високий рівень передчасної смертності і, як наслідок, одна з найнижчих у Європі тривалість життя, особливо у чоловіків. Тому, на сьогодні в Україні демографічне навантаження все ще порівняно невисоке. Водночас, у майбутньому рівень старіння населення та демографічне навантаження в Україні зростатимуть за рахунок скорочення населення працездатного віку поряд із різким скороченням народжуваності, яке відбулося в 1990-х роках. Інша проблема – на початок 2016 р. в Україні налічувалося 830000 осіб молодше пенсійного віку, які отримували так звані «ранні» пенсії [3]. Україна за таких умов стоїть перед викликом: як уникнути колапсу державних фінансів, подолати депопуляцію в країні й забезпечити більш довге і гідне життя літнім людям. За прогнозом ІДСД НАН України, якщо ми будемо підвищувати народжуваність і не будемо дбати про зростання тривалості життя, то навантаження на пенсійну систему можна «законсервувати» [9]. Але в сучасному світі такі демографічні показники притаманні найбільш розвинутих і найменш розвинутих країнам. Якщо ми обираємо європейський шлях розвитку, потрібно примиритися з низькою народжуваністю і докладати зусиль для досягнення високої тривалості життя, тобто примирити демографію з пенсійною системою [3].

Потрібна комплексна соціально-економічна політика: реформи в пенсійній системі, активна політика на ринку праці, розвиток загальної інфраструктури за принципом універсального дизайну, підтримка сім'ї тощо. При цьому, потрібно розуміти, що на демографічні зміни впливають також зміни у характері зайнятості та суспільних відносинах.



В Україні продовжується підвищення пенсійного віку для жінок, розпочате з жовтня 2011 р. У 2017 р. жінки виходитимуть на пенсію вже у 58 років, а у 2021 р. їхній пенсійний вік зрівняється з чоловічим – 60 років. З 2015 р. вживаються заходи зі скорочення можливостей раннього виходу на пенсію, але при цьому ж одну пільгову категорію повністю не скасовано. Як наслідок, на сьогодні власних надходжень ПФУ недостатньо для здійснення виплат за існуючими пенсійними програмами. Тому, у структурі джерел формування фінансових ресурсів ПФУ вагома частка належить бюджетним коштам (табл.1).

Таблиця 1

**Дефіцит Пенсійного фонду України та його покриття за рахунок коштів  
Державного бюджету**

Показники	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Дефіцит ПФУ, млрд грн	6,0	29,8	34,5	30,1	27,2	22,1	15,7	31,8	81,3
% у ВВП	0,6	3,3	3,1	2,2	1,9	1,5	1,0	1,6	4,9
Сума покриття дефіциту із державного бюджету, млрд грн	0,0	13,8	26,6	17,8	15,3	21,8	14,7	31,8	81,3

За 2016 р. – планові та прогнозні дані.

Джерело: складено та розраховано за [13; 14].

В 2015 р. загальна сума асигнувань з Державного бюджету України до ПФУ становила 94,8 млрд грн, а кошти на покриття дефіциту бюджету ПФУ, як свідчать дані табл. 1, склали 31,8 млрд грн (11,9 % від усіх доходів). У 2014 р. ці показники відповідно становили 75,8 млрд грн (31 % від загальної суми доходів ПФУ), а кошти на покриття дефіциту бюджету ПФУ склали 14,7 млрд грн (6 % від усіх доходів); у 2016 р. заплановано перерахувати з бюджету до ПФУ 144,9 млрд грн, із них на покриття дефіциту – 81,3 млрд грн. Тобто частка коштів Державного бюджету України у загальній структурі доходів ПФУ впродовж 2008–2015 рр. постійно зростала – з 7,2 % у 2008 р. до 35,6 % у 2015 р. та за прогнозами у 2016 р. досягне 56,3 % від усіх його доходів. Це свідчить про значне посилення навантаження на державні фінанси та необхідність ефективного використання бюджетних коштів.

Стрімке зростання ролі бюджетних коштів у формуванні доходів бюджету ПФУ та покритті його дефіциту може стати суттєвою причиною нестійкості бюджетної системи. Адже спрямування значних обсягів бюджетних коштів на покриття дефіциту ПФУ збільшує видаткову частину державного бюджету, потребує підвищення доходів, акумуляція яких в умовах затяжної економічної рецесії та існування значної тіньової складової в національній економіці є практично неможливою і призводить до недофінансування інших бюджетних програм. Зауважимо, що впродовж останніх років фінансування більшості бюджетних програм є неповним, у той час, як видатки за бюджетними програмами, що стосуються покриття дефіциту коштів ПФУ, виконуються. Так, за даними звіту Рахункової палати України, в 2015 р. у запланованих обсягах здійснені видатки за 151 бюджетною програмою (із 439 бюджетних програм) на суму 159,7 млрд грн, з яких 94,8 млрд грн (59,4 %) становили видатки Міністерства соціальної політики України за бюджетними програмами на покриття дефіциту коштів ПФУ для виплати пенсій і дотацію на виплату пенсій, надбавок та підвищень до пенсій, призначених за різними пенсійними програмами [12].

Іншою негативною стороною збільшення ролі державного бюджету у формуванні доходів ПФУ є зростання потреби у державних запозиченнях. Загальна сума державного боргу України постійно зростає. За оцінками експертів, показник державного боргу на кінець 2016 р. складатиме близько 82 % ВВП.

Дефіцит бюджету ПФУ виникає внаслідок багатьох чинників і є, насамперед, результатом як незавершеності пенсійної реформи, так і кризових явищ в економіці країни. У Звіті про роботу Пенсійного фонду України в 2015 р. показана значна загальна сума заборгованості перед ПФУ підприємств, яка становила 16669,1 млн грн, у тому числі – заборгованість зі сплати ЄСВ – 6594,7 млн грн. (39,6 % від загальної суми заборгованості), заборгованість по фінансових санкціях і пені – 514,3 млн грн (3,1 %) [10]. Це свого роду невикористаний у 2015 р. резерв поповнення бюджету ПФУ. Водночас, з огляду на фінансові результати діяльності підприємств України, ця заборгованість може перейти у категорію безнадійної.

Тому, реалізація пенсійної реформи, визначених законодавством основ її впровадження має бути підґрунтям подолання фінансових труднощів ПФУ, зниження його фінансової залежності від державного бюджету.

Вагомим компонентом реформування пенсійної системи країни, що потребує формування додаткових передумов, є впровадження обов'язкового накопичувального пенсійного страхування (другий рівень). Вважається, що широке його розповсюдження сприятиме зменшенню навантаження на бюджет держави та збільшенню пенсійних виплат населенню. На наш погляд, це можливо при виконанні наступних умов:

- поживлення загальної ділової активності в економіці країни та вихід на траєкторію стійкого економічного зростання;
- зниження інфляції;
- розвиток малого і середнього бізнесу;
- створення значної кількості робочих місць, скорочення безробіття;
- зростання офіційної заробітної плати;
- зростання реальних доходів населення;
- зниження частки тіньової економіки в країні;
- розвиток фондового ринку та ін.

Кожна з цих умов тісно взаємопов'язана з іншою та є комплексною. Зокрема, під зниженням безробіття розуміємо також і формування програм легальної зайнятості молоді, осіб передпенсійного віку, а також бажаючих працювати пенсіонерів. Тим більше, що частка населення віком 60 років і старше в Україні значно перевищує середньосвітовий показник і становила в 2015 р. 21,8 % від загальної чисельності населення країни. Цей показник є загрозою для подальшого розвитку України на фоні найнижчого рівня народжуваності та одного із найвищих рівнів смертності серед європейських країн. При цьому, стрімке старіння населення, високий рівень безробіття та активні міграційні процеси передусім віддзеркалилися на ринку праці та у сфері державних фінансів. Тому, у суспільстві необхідно сприяти економічній активності людей літнього віку в умовах економічного поживлення. Ця умова є важливою, адже молодь та кваліфікована робоча сила схильні до міграції, отже в Україні на фоні високого рівня безробіття важливим є запобігання витісненню молоді та осіб передпенсійного віку із робочих місць особами пенсійного віку.

З огляду на зарубіжний досвід, більшість реформ пенсійних систем спрямовані на збалансування тривалості періодів зайнятості та одержання пенсій, зокрема шляхом: підвищення пенсійного віку, вимог до стажу роботи; обмеження можливостей раннього виходу на пенсію; сприяння зайнятості літніх працівників, активній і здоровій старості; скорочення гендерних розривів (включаючи вирівнювання пенсійного віку для чоловіків та жінок) та ін. [3, 5].

У всьому світі спостерігається тенденція до старіння населення. Якщо у 2012 р. особи віком старше 60 років склали 11,5 % населення всього світу, то, за прогнозами, до 2025 р. їх частка майже подвоїться і складе 22 %. Не випадково у багатьох країнах уряди керуються рекомендаціями Міжнародної організації праці щодо залучення літніх працівників до активної праці шляхом створення умов для цього, їх правового захисту, формування системи гарантій та соціального забезпечення [14].

Поглиблення демографічних проблем, які мають місце у більшості європейських країн, обумовило до регулювання урядами нормативного віку виходу на пенсію шляхом його збільшення. Обговорюється це питання і в Україні. Слушними є пропозиції вчених, які вважають, що підвищення пенсійного віку в Україні доцільно здійснювати повільно після подолання нестабільності та виходу на траєкторію стійкого економічного зростання. Тим більше, що середня очікувана тривалість життя жінок в Україні у 2016 р. – 76,3 роки, а чоловіків – 66,4 роки і має тенденцію до збільшення. Низький пенсійний вік згідно із законодавством і значна кількість привілейованих груп, які можуть виходити на пенсію раніше, поглиблюють проблему.

Важливим є удосконалення формальних та формування прогресивних неформальних інститутів як невід'ємної компоненти реформування пенсійної системи країни. Так, правове регулювання умов пенсійного забезпечення деяких категорій громадян в Україні здійснюється окремими законодавчими актами, тому пропозиція багатьох вчених щодо прийняття Пенсійного кодексу України є актуальною. При цьому, запровадження змін у законодавстві має бути здійснено шляхом відповідних фінансових розрахунків та широкої інформаційно-роз'яснювальної роботи серед населення.

Серед найбільш необхідних і важливих неформальних інститутів, які сприятимуть реформуванню пенсійного забезпечення населення в Україні, є інститут довіри. Це особливо важливо, адже в сучасних умовах для України все більшої актуальності набуває розвиток недержавного пенсійного страхування. Водночас, реальне повноцінне його існування гальмується, насамперед, сформованою у суспільстві недовірою населення до недержавних фондів фінансових ресурсів.

Недержавні пенсійні фонди є фінансовими компаніями, що надають домогосподарствам фінансові послуги з пенсійного забезпечення, які доповнюють систему загальнообов'язкового пенсійного забезпечення. Потреба у цій фінансовій послугі обумовлена кризовим становищем у системі солідарного накопичення. Динаміка пенсійних внесків від фізичних осіб та фізичних осіб-підприємців свідчить, що впродовж 2005–2015 рр. внески зросли з 2,2 млн грн до 80,5 млн грн, тобто збільшилися майже у 36,6 разів за десять років. Окрім соціально-захисної функції, недержавні пенсійні фонди повинні відігравати роль інвесторів, які мають у своєму розпорядженні інвестиційні ресурси довготермінового використання

і є необхідними для стабільного зростання економіки країни. Враховуючи, що недержавні пенсійні фонди є визнаними у світі потужними інституційними інвесторами, важливим є ефективне функціонування в Україні фондового ринку.

В умовах вітчизняних реалій все більшої актуальності для подальшого розвитку всієї системи пенсійного забезпечення в Україні та зокрема недержавного пенсійного забезпечення є продовження пенсійної реформи шляхом запровадження другого рівня накопичувальної системи та перерахування страхових внесків до Накопичувального фонду. Цей процес потребує законодавчого врегулювання та досягнення збалансованості бюджету Пенсійного фонду України відповідно до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку. Важливим завданням держави також є здійснення жорсткого контролю щодо збереження пенсійних активів і недопущення зловживань із боку посадових осіб.

Пенсійне забезпечення перебуває під впливом державної пенсійної політики, напрями, форми і зміст якої значною мірою залежать від рівня розвитку країни, співвідношення соціальних інтересів, мотивації та політичної волі уряду, а також свідомої активності громадян. Пенсійна система в трансформаційний період повинна бути динамічною та адекватною до змін інституційного середовища, створювати ефективний механізм фінансового забезпечення населення. Водночас, інституційне середовище України на сьогодні є незрілим, адже у суспільстві не сформовано ряд важливих інститутів, що не дозволяє повною мірою впровадити усі рівні пенсійної системи. На нашу думку, ефективне впровадження пенсійної реформи гальмується, насамперед, ослабленням інституту довіри суспільства до недержавних фондів фінансових ресурсів, неналежним контролем за їх функціонуванням та нерозвиненістю фондового ринку, високою інфляцією та відсутністю надійних довгострокових фінансових інструментів інвестування коштів.

**Висновки та перспективи подальших розвідок.** У сучасних умовах реформування пенсійної системи в Україні триває та вийшло на новий, більш системний рівень. При проведенні пенсійної реформи необхідні виваженість та послідовність дій, правильне визначення цілей та пошук найбільш прийнятних шляхів їх досягнення. Вагомим є формування в Україні інституційного середовища, яке сприятиме реалізації належного пенсійного забезпечення населення, зокрема шляхом зміцнення інституту довіри та реалізації інституту контролю, який має втілюватися у дієвому громадському контролі за роботою ПФУ та недержавних пенсійних фондів.

З метою оптимізації формування ресурсів ПФУ, збалансування його бюджету та зниження навантаження на державний бюджет, на нашу думку, необхідно першочергово: розширити рівень формальної зайнятості, стимулювати створення нових робочих місць, виплату легальної заробітної плати (цьому частково сприятиме підвищення мінімальної зарплати), ліквідувати заборгованості із виплати заробітної плати, яка є джерелом сплати ЄСВ; підвищити рівень контролю за цими процесами. Перспективою подальших досліджень є визначення шляхів подальшого зниження навантаження на державний бюджет України.

### Бібліографічні посилання

1. Заєць Є. Р Проблеми формування доходної бази Пенсійного фонду України [Електронний ресурс] / Є. Р. Заєць. – Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=75942>

2. Кириленко О. Інституційні основи державного пенсійного страхування в Україні / О. Кириленко, О. Петрушка // Журнал європейської економіки. – 2013. – Т. 12, № 1. – С. 79–95.
3. Ткаченко Л. В. Вектори побудови пенсійних систем у країнах Європейського Союзу / Л. В. Ткаченко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2014. – Вип. 40. – С. 32–42.
4. Сідельникова Л. П. Асиметрії формування ресурсів Пенсійного фонду України / Л. П. Сідельникова // Науковий вісник Херсонського національного університету. Серія: Економічні науки. – 2016. – Вип.18. – Ч. 2. – С. 162–165.
5. Надрага В. І. Фінансові ризики розбудови пенсійної системи в Україні: демографічний аспект / В. І. Надрага // Фінанси України. – 2015. – № 1. – С. 79–86.
6. Закон України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» // Відомості Верховної Ради. – 2003, №1058–IV із змінами від 09.02.2011.
7. Положення про Пенсійний фонд України, затверджене Постановою Кабінету Міністрів України від 23.07.2014 № 280 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/280-2014-%D0%BF>
8. Підвищення розміру мінімальної зарплати дозволить залучити додатковий ресурс до бюджету Пенсійного фонду [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.fin.org.ua/news/1216952>
9. Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України: Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.idss.org.ua>
10. Про роботу Пенсійного фонду України за 2005–2015 рр. : звіти // Офіційний сайт Пенсійного фонду України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pfu.gov.ua/rfu/control/uk/index>
11. Про затвердження бюджету Пенсійного фонду України на 2016 рік: Постанова Кабінету Міністрів України від 10 березня 2016 р. № 190 (Із змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ № 577 від 31.08.2016) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/190-2016-%D0%BF>
12. Звіт Рахункової палати за 2015 рік. Офіційне видання. – К., 2015. – 332 с.
13. Населення України. Імперативи демографічного старіння. – К., 2014. – 288 с.
14. Пенсійна реформа: що робила Європа і щоробити нам [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://texty.org.ua/pg/article/textynewseditor/read/60121/Pensijna\\_reforma\\_shho\\_robyla\\_Jevropa\\_i\\_shho](http://texty.org.ua/pg/article/textynewseditor/read/60121/Pensijna_reforma_shho_robyla_Jevropa_i_shho)

*Надійшла до редколегії 05.12.2016*

УДК 336.71

**Л. М. Матросова**

*Харківський інститут фінансів КНТЕУ*

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

У статті розглянуто стан та проблеми розвитку банківської системи України. Надано аналіз діяльності банківських установ за останні роки, визначено основні перешкоди щодо вдосконалення банківської системи та її адаптування до умов фінансової нестабільності. Запропоновано заходи, що спрямовані на підвищення ефективності банківської системи України.

*Ключові слова:* банківська система, фінансові ресурси, грошово-кредитна система, власний капітал, банківські послуги.

В статье рассмотрено состояние и проблемы развития банковской системы Украины. Проведен анализ деятельности банковских учреждений за последние годы, отмечены основные препятствия в совершенствовании банковской системы и ее адаптации к условиям финансовой нестабильности. Предложены меры, направленные на повышение эффективности банковской системы Украины.

*Ключевые слова:* банковская система, финансовые ресурсы, денежно-кредитная система, собственный капитал, банковские услуги.

The situation and the problems of the development of the banking system of Ukraine are considered. The activity of the main banking institutions in the last few years is analyzed, the main obstacles on the way of perfection of the banking system of Ukraine and its adaptation for the conditions of the financial instability are marked. The main measures for the increasing of the efficiency of the banking system of Ukraine are offered.

*Keywords:* the banking system, the financial resources, the monetary system, the acquility, the banking services.

Останні роки в Україні спостерігається складна ситуація у банківській системі та фінансовій сфері в цілому. Наслідки світової фінансової кризи, погіршення соціально-економічного стану держави, політична нестабільність, незавершений військовий конфлікт на Сході країни та багато інших причин призвели до скорочення промислового виробництва, обсягів фінансових ресурсів, падіння курсу національної валюти, підвищення рівня інфляції, зменшення доходів населення та підприємців, податкових надходжень, зростання дефіциту державного бюджету. Слід нагадати, що ефективне функціонування фінансової та банківської системи є запорукою стабільного розвитку економіки будь-якої країни. Це, повною мірою, стосується також економіки України. Економічні реформи, які останнім часом декларуються та проводяться урядом, ще не дали позитивних результатів. В економіці країни та її окремих галузях спостерігається негативна динаміка основних економічних показників на мікро- та макрорівні. Тому, подолання існуючих негативних тенденцій на фінансовому ринку, у податковій системі та банківській сфері має актуальний характер і вимагає свого вирішення.

Питання щодо зростання фінансової стабільності, створення ефективної банківської системи, залучення додаткових коштів на рівні державного та місцевих бюджетів активно дискутуються у наукових колах, досліджуються в науково-дослідних установах, висвітлюються на шпальтах газет та журналів, у ЗМІ, в інтернет-публікаціях. Серед наукових досліджень та публікацій в цій сфері значимо наукові праці таких вчених, як: І. Алексєнко, Я. В. Белінська, О. А. Брегеда,

В. М. Геєць, Н. А. Горовець, А. І. Даниленко, М. Р. Деревацька, Т. І. Єфименко, І. О. Луніна, В. І. Міщенко та ін. [1–5; 8; 10–12].

В наукових працях та колективних монографіях зазначених авторів розглянуто питання щодо обґрунтування заходів та пропозицій з метою подальшого розвитку фінансової сфери в цілому та вдосконалення діяльності НБУ зокрема. Серед найбільш вагомих результатів, які отримані науковцями, відзначимо наступні: шляхи забезпечення фінансової стабілізації, проведення структурних змін у фінансових потоках, напрями вдосконалення податкової системи, реформування державних інституцій, обґрунтування якісних перетворень у банківській системі тощо. В той же час подальшого дослідження вимагають питання, що стосуються більш активного фінансування виробничої сфери, зростання якості банківського менеджменту, підвищення рівня капіталізації комерційних банків, розширення спектру та поліпшення якості банківських послуг, забезпечення прозорості у діяльності банківських установ, стабілізації обмінного курсу національної валюти та встановлення переліку імпортерів для покупки валюти, регулювання правил щодо закриття банків, забезпечення сталого розвитку банківської системи України та її адаптації до вимог європейського законодавства у частині регулювання та нагляду за банківською діяльністю.

**Мета дослідження.** З урахуванням висловленого, метою даної статті є аналіз сучасної ситуації у банківській системі України, оцінка перспектив її розвитку та формулювання пропозицій, спрямованих на забезпечення стабілізації банківського сектору, підвищення ефективності менеджменту, регулювання рівня капіталізації банків, реструктуризації проблемних кредитів, функціонування банківської сфери.

Зазначимо, що Центральний банк будь-якої країни виконує важливі функції і відповідає за стан грошового ринку, рівень інфляції та стабільність курсу національної валюти. Як відомо, він є також емісійним центром держави, банком банків, органом банківського регулювання, банкіром і фінансовим агентом уряду, провідником грошово-кредитної політики, органом валютного регулювання і контролю, інформаційно-статистичним та аналітичним центром грошової і банківської систем країни. Саме ці функції виконує Національний банк України. Таким чином, коло завдань, які повинен вирішувати НБУ, досить широке та складне.

Банківська система бере безпосередню участь у забезпеченні основних грошових потоків для функціонування фінансової системи та економіки в цілому шляхом:

- забезпечення ефективного механізму об'єднання фінансових ресурсів та їх розподілу між окремими суб'єктами господарювання;
- вибору засобів переміщення вільних фінансових коштів між окремими галузями економіки та через кордони держави;
- розробки та використання механізмів управління ризиками щодо повернення запозичених коштів;
- впровадження сучасних платіжних систем і забезпечення їх ефективного функціонування, зокрема шляхом удосконалення способів клірингу та здійснення розрахунків, що сприяють розвитку торгівлі.

В Україні проблеми банківського сектору є одними з найбільш актуальних: недостатній рівень розвитку банківської системи обумовлює проблеми економіки в цілому, оскільки діяльність банківських установ перетинається з фінансуванням сфери виробництва, послуг і міжнародної торгівлі. Тому, банківська система

повинна вирішувати не тільки свої «внутрішні» проблеми, але й сприяти розвитку та модернізації економіки. Діяльність банківського сектору спрямована на акумуляцію тимчасово вільних фінансових ресурсів, їх ефективний розподіл між суб'єктами господарювання, стимулювання розвитку конкурентних відносин, підтримку стабільності грошово-кредитної системи, сприяння обслуговуванню міжнародного руху ринку товарів, прямих і портфельних інвестицій, ринку робочої сили тощо [10].

Актуальною проблемою для банківської системи України є забезпечення її інтеграції в глобальну банківську систему на основі запровадження світових принципів банківської діяльності, зокрема: самодостатності, надійності, прозорості у роботі банківських та інших фінансових установ. Зазначимо, що до недавнього часу структура власності багатьох українських банків була непрозорою, тобто фактично прихованою від НБУ, правоохоронних органів, громадськості та суспільства в цілому, що ускладнювало процес визначення реальних власників, контролерів і кінцевих бенефіціарів банків, залучення їх до майнової, адміністративної або кримінальної відповідальності за порушення банківського законодавства, в тому числі за доведення банків до неплатоспроможності. Доволі часто у банківських установах виникали проблеми фінансового плану внаслідок неможливості виконувати свої зобов'язання щодо повернення депозитних вкладів населенню та іншим клієнтам банків, що, в свою чергу, призводило до необхідності введення тимчасової адміністрації та вирішення цих питань шляхом втручання фінансового регулятора, тобто НБУ.

Але останнім часом відбуваються деякі позитивні зрушення в цьому напрямку. Так, з 8 березня 2015 року набули чинності принципово нові, засновані на європейському досвіді, механізми контролю за особами, які мають вирішальний вплив на діяльність банку. Відтепер банки зобов'язані розкривати перед НБУ не тільки інформацію про власників значної частки (10 і більше відсотків акцій банку), але й дані про юридичних осіб (в тому числі іноземних), які прямо або побічно володіють двома і більше відсотками акцій банку; а також про всіх фізичних осіб, які прямо або опосередковано володіють акціями банку, без прив'язки до їх кількості. Це лише основні нововведення у банківській сфері. Оцінити, наскільки вони виявляться дієвими в українських реаліях і чи зможуть призвести до суттєвих змін у діяльності банківських установ з точки зору її прозорості, допоможуть час та правозастосовна практика [8].

Зазначимо, що за період із 1 січня 2014 року по 1 січня 2016 року кількість діючих банків зменшилась зі 180 до 117, переважно за рахунок ліквідації малих та середніх банків [13]. У 2016 році тенденція ліквідації банків зберігається: станом на 1 січня 2016 року в Україні функціонувало 109 банків [8]. НБУ має намір укрупнити банківський сектор та підвищити мінімальні вимоги до статутного капіталу банківських установ. Спектр та обсяги послуг, що надаються банками, залишаються досить обмеженими, що вимагає запровадження в банківській практиці сучасних методів та технологій обслуговування клієнтів, а також кредитної та інвестиційної підтримки реального сектору економіки.

Діяльність банків протягом 2014–2015 років характеризувалася відносною стабільністю фінансових показників. Так, загальні активи банків на 01.01.2015 сягали рівня 1254385 млн грн, порівняно із 1316852 млн грн у 2014 році; власний капітал банків на 01.01.2016 склав 1571411 млн грн, в той час, як на 01.01.2015 він дорівнював 1520817 млн грн.



Темпи зростання кредитування залишалися порівняно високими. Обсяг кредитів, наданих суб'єктам господарювання у 2014 році, складав 802582 млн грн; у 2015 році він склав 785918 млн грн. Темпи кредитування фізичних осіб за цей період дещо зменшилися. Так, обсяг кредитів, наданих фізичним особам у 2014 році, склав 179040 млн грн, в той час як у 2015 році – 152371 млн грн, тобто зменшився на 14,9%. Зменшення загального обсягу коштів фізичних осіб за цей період пов'язано з коливаннями курсу валют. Частка простроченої заборгованості за кредитами у загальній сумі кредиту зросла з 13,5% у 2014 році до 22,15% у 2015 році, тобто кожен п'ятий кредит був проблемним і ризикованим. За цей же час доходи банків дещо зменшилися: якщо у 2015 році вони склали 210201 млн грн, то на початок 2016 року склали 199193 млн грн.

У порівнянні з попереднім періодом результати діяльності банків погіршилися. Рентабельність капіталу зменшилась з –30,46% у 2014 році до –51,91% у 2015 році; рентабельність активів знизилась з –4,07% у 2014 році до –5,46% у 2015 році [13].

Аналізуючи сучасний стан банківської системи України, зазначимо, що останнім часом вона зазнає певних змін. Це стосується нормативних вимог, які НБУ встановлює для регулювання діяльності комерційних банків та інших фінансових установ, валютної політики, заходів щодо підтримки рівня ліквідності комерційних банків, гарантування депозитних вкладів населення, запровадження нових банківських продуктів, технологій роботи з клієнтами тощо.

Але за останні роки банківська діяльність та грошовий ринок України характеризуються несталістю, що негативно впливає на розвиток кредитування, надання фінансової підтримки суб'єктам господарювання, обсяги депозитів та стабільність національної валюти. Наслідком цього стало скорочення регулятивного капіталу банків, який зменшився на 63 млрд грн и складав на 1 січня 2016 року 129 млрд грн. Загальна сума депозитів фізичних осіб скоротилась на 65 млрд грн, а валютних депозитів – на 14 млрд дол. США [13].

Зазначимо, що за п'ятнадцять років (1998–2013 роки) з ринку було виведено 34 неплатоспроможних банка, вкладники яких отримали від Фонду гарантування вкладів фізичних осіб кошти на суму 5,8 млрд грн. У подальшому ситуація погіршилась: за 2014–2015 роки з ринку виведено 63 банка, вкладникам сплачено 54 млрд грн, тобто кількість неплатоспроможних банків зросла майже удвічі (у 1,9 разів), а отриманих вкладниками коштів – в 9,3 рази. Балансові активи неплатоспроможних банків станом на жовтень 2015 року склали 382 млрд грн, оціночна вартість – 93,72 млрд грн.

Банкрутство майже 50 банків призвело до втрати банківською системою 230 млрд грн або 9% ВВП України. Фондом гарантування вкладів фізичних осіб було подано до правоохоронних органів 2149 претензій щодо відшкодування збитків Фонду на загальну суму 132,7 млрд грн, що стало наслідком протиправних дій з боку посадових осіб неплатоспроможних банків, з них 250 заяв на суму в розмірі 99,86 млрд грн, де фігурантами були власники та топ-менеджери банків.

На сучасному етапі в діяльності національної банківської системи існує ціла низка проблем. Серед них важливим питанням є зростання кількості висококваліфікованих та відповідальних кадрів на рівні вищої управлінської та середньої менеджерської ланки, особливо в сфері управління ризиками. За оцінками експертів міжнародного рейтингового агентства Standard & Poor's в понад 80% банків СНД (і ця цифра цілком характерна для української банківської системи)

існуюча система управління ризиками не відповідає міжнародним стандартам або взагалі відсутня. Характерною особливістю банківської системи України є висока текучість персоналу банків на нижчих рівнях ієрархії, що негативно впливає на якість роботи з клієнтами та залучення додаткових коштів фізичних та юридичних осіб у банківській сектор [9].

Актуальним питанням також залишається проблема адаптації української банківської системи до Базельських принципів ефективного нагляду за банківською діяльністю, що покладено в основу Європейського банківського законодавства, і визначення принципів організації банківського нагляду і регулювання в країнах-членах ЄС [6].

Для банківської системи України характерні такі негативні риси, як: низький рівень конкурентоспроможності банківського сектору, недостатня якість надання послуг за їх високої вартості, значний ризик залежності розвитку банків від тенденцій на світовому фінансовому ринку, занадто низький рівень капіталізації, що призводить до витіснення національних банків більш капіталізованими іноземними банками, неможливість здійснення ефективного контролю за операціями іноземних банків з боку НБУ тощо [4].

До переваг національної банківської системи можна віднести: пошук та залучення в економіку України зарубіжних інвестиційних ресурсів, впровадження нових видів банківських послуг, запозичення новітніх технологій, збільшення обсягу кредитних ресурсів, вдосконалення заходів щодо регулювання валютного ринку.

За визначенням Світового банку для більш ефективного функціонування банківської системи України необхідно суттєво збільшити обсяги банківського капіталу та рівень капіталізації банківських установ [1].

Проблеми банківського сектору негативно впливають на темпи економічного зростання: недостатність фінансових ресурсів стримує розвиток економіки України. Так, власний капітал українських банків у 2015 році становив 1571411 млн грн або 12,47 % від обсягу ВВП країни.

Слід відзначити, що капіталізація банків України складає 62,8 млрд євро; у той же час капіталізація банків США – 496 млрд євро, Франції – 390 млрд євро, Німеччини – 354 млрд євро, Великої Британії – 350 млрд євро, Іспанії – 210 млрд євро, Нідерландів – 112 млрд євро, Швейцарії – 100 млрд євро. Сумарний капітал 50-ти найбільших банків світу у березні 2013 року склав 3,6 трлн дол. США [2].

Серед основних заходів щодо підвищення рівня капіталізації банків та збільшення власного капіталу слід виділити п'ять наступних напрямів: 1) реінвестування прибутку, що вимагає стабільного зростання обсягів банківських послуг, зокрема підвищення доходів від кредитно-інвестиційної діяльності; 2) додаткові внески власників банків, що пов'язано зі стабільним розвитком банківських установ та наявністю необхідних фінансових ресурсів; 3) пошук нових приватних вітчизняних та зарубіжних інвесторів-власників, які можуть забезпечити необхідну капіталізацію банку та провести фінансову санацію, щоб врятувати банк від банкрутства; 4) об'єднання банків між собою або приєднання одного банку до іншого; 5) збільшення власного капіталу за рахунок держави шляхом реінвестування коштів державного бюджету в статутний капітал банку або перетворення приватного банку у державний.

Аналіз діяльності банків України свідчить, що проблеми розвитку банківської сфери виходять за її власні межі. Ситуація з фінансовими ресурсами безпосередньо

залежить від динаміки грошових доходів населення. Існуюча структура грошових доходів населення не сприяє розвитку ринку банківських послуг для фізичних осіб: заробітна плата не виконує ключову роль у формуванні доходів та накопиченні заощаджень населення, наближаючись за своїм рівнем скоріше до соціальних виплат. Зменшення доходів більшості населення обмежує витрати громадян, обумовлює їх низьку купівельну спроможність, скорочення частки заощаджень і, поряд із низьким рівнем довіри до банківської системи, стримує обсяги залучених коштів та зростання капіталу банків за рахунок депозитних внесків, джерелом яких є, переважно, доходи населення у вигляді заробітної плати.

Як свідчить аналіз діяльності банківської системи України, вона ще залишається системою перехідного типу, якій притаманні такі особливості: порушення фінансової рівноваги; надзвичайно велике значення банківського капіталу як основи фінансової стабільності банківської системи в цілому; високий рівень взаємозалежності окремих елементів цієї системи; недосконала організаційна структура; неефективний менеджмент; недосконале виконання покладених на банківські установи функцій; розвиток банківського сектору, переважно за рахунок екстенсивних факторів; відсутність синхронізації темпів розвитку банківських інститутів, для яких характерні більш динамічні зрушення, з темпами розвитку реального сектору економіки.

**Висновки.** Результати проведеного дослідження щодо стану та проблем розвитку банківської системи України надають підстави для висновку про необхідність її вдосконалення і підвищення рівня конкурентоспроможності банківських установ на основі реалізації наступних заходів: нарощування власного капіталу, підвищення якості менеджменту, розширення спектру банківських послуг, повернення довіри до банків з боку фізичних та юридичних осіб.

Забезпечення більш ефективного функціонування банківської системи пов'язано із подоланням існуючих її недоліків за рахунок: 1) забезпечення стабільності та прозорості банківської системи; 2) підняття професійного рівня фахівців у банках та керівних органах НБУ на рівні середнього та нижчого рівнів управління; 3) стабілізації обмінного курсу національної валюти за рахунок встановлення валютного коридору та визначення межі коливань валюти на рівні, який не перевищує встановленої межі, наприклад, 30 грн за 1 долар; 4) у зв'язку з обмеженістю валюти та джерел її надходження – встановлення переліку імпортерів, яким надається право купувати валюту, а для інших – скасування цього права на певний термін; 5) встановлення ліміту на відшкодування депозитів для фізичних осіб до суми 400–500 тис. грн з метою підвищення рівня довіри до банків, залучення депозитних внесків та відновлення ліквідності банківської системи в цілому; б) «розмороження» кредитування, скорочення кількості проблемних кредитів за рахунок їх реструктуризації.

Зазначені заходи дозволять підвищити рівень довіри до українських банків, подолати валютну паніку і спекуляції на міжбанку, скасувати суб'єктивні чинники у розподілі валюти; збільшити депозитні внески, залучити додаткові кошти в банківську систему, зміцнити її фінансовий потенціал за рахунок припливу нових акціонерів і збільшення власного капіталу банків; розширити перелік банківських продуктів, запровадити нові технології обслуговування клієнтів; стабілізувати курс національної валюти та покращити діяльність банківської системи України в цілому.

**Бібліографічні посилання**

1. Алексеенко И. Некапитальная система / И. Алексеенко // Эксперт. – 2010. – № 8. – С. 28–30.
2. Брегеда О. А. Тенденції розвитку світової та вітчизняної банківських систем / О. А. Брегеда, С. М. Савлук // Фінанси України. – 2010. – № 4. – С. 27–34.
3. Геєць В. М. Посткризові перспективи та проблеми розвитку економік України та Росії (макроекономічний спектр) / В. М. Геєць // Фінанси України. – 2011. – № 3. – С. 11–23.
4. Горовец Н. А. Основные проблемы развития банковского сектора Украины / Н. А. Горовец // Науковий вісник. – 2012. – № 1. – С. 47–51.
5. Деревачка М. Р. Світова валюта майбутнього у системі управління фінансовою безпекою / М. Р. Деревачка // Економічні науки. «Scientific Journal Science Rise». – 2015. – № 3 (3). – С. 45–56.
6. Документы Базельского комитета по банковскому надзору «Методология основных принципов эффективного банковского надзора» // Вестник Банка России. – 2002. – № 23.
7. Забезпечення фінансової стабільності в Україні в умовах посткризової економіки / Я. В. Белінська, Д. С. Покришка, О. О. Молдован [та ін.]. – К. : НІСД, 2011. – 88 с.
8. Мищенко В. И. Банковская система Украины: проблемы становления и развития / В. И. Мищенко, С. В. Науменкова // Фінанси України. – 2016. – №5. – С. 7–33.
9. Новости. Важнейшей проблемой для украинской банковской системы является недостаток кадров // Фондовый рынок. – 2008. – № 28. – С. 13.
10. Примерова О. К. Інтеграція банківської системи як організаційна інновація і потреба розвитку світового фінансового ринку / О. К. Примерова // Проблеми науки. – 2011. – № 5. – С. 31–37.
11. Розвиток державних фінансів України в умовах глобалізації : кол. моногр. / І. О. Луніна, О. О. Булана, Н. Б. Фролова та ін. ; за ред. д. е. н. І. О. Луніної ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. прогнозів. НАН України». – К., 2014. – 296 с.
12. Фіскально-бюджетна та грошово-кредитна політика в Україні: проблеми та шляхи взаємозв'язку : моногр. / А. І. Даниленко, А. А. Гриценко, В. В. Зимовець та ін. ; за ред. чл.-кор. НАН України А. А. Даниленка ; НАН України ; Ін-т екон. прогнозів. – К., 2010. – 456 с.
13. Основні показники діяльності банків України / Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>

*Надійшла до редколегії 09.09.2016*

УДК 336.763

**З. А. Мацук**

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

## **ТОРГІВЛЯ ФІНАНСОВИМИ АКТИВАМИ ЯК ОСНОВА ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ НА РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ**

На основі аналізу еволюції історично обумовлених економічних відносин, які формують внутрішній зміст категорії «торгівля», запропоновано розуміння даного поняття та місце і роль торгівлі фінансовими активами як економічного явища на ринку цінних паперів. Досліджено взаємозв'язок між ринком цінних паперів та торгівлею фінансовими активами, їх значення для господарсько-економічної діяльності суспільства. На основі виявлених зв'язків між ринком цінних паперів та подіями економічного життя запропоновано вважати торгівлю фінансовими активами вихідною ланкою дослідження сучасної діяльності на ринку цінних паперів.

*Ключові слова:* еволюція, метод історизму, торгівля фінансовими активами, ринок цінних паперів.

На основе анализа эволюции исторически обусловленных экономических отношений, формирующих внутреннее содержание категории «торговля», предложено понимание данного понятия, место и роль торговли финансовыми активами как экономического явления на рынке ценных бумаг. Исследована взаимосвязь между рынком ценных бумаг и торговлей финансовыми активами, их значение для хозяйственно-экономической деятельности общества. На основе выявленных связей между рынком ценных бумаг и событиями экономической жизни предложено считать торговлю финансовыми активами исходным звеном исследования современной деятельности на рынке ценных бумаг.

*Ключевые слова:* эволюция, метод историзма, торговля финансовыми активами, рынок ценных бумаг.

The article offers understanding of the concept of the trading assets and their place and role as part of the economic phenomena in the securities market based on the analysis of the evolution of historically conditioned economic relations that form the inner meaning of the category of trading. The interrelation between securities market and trading assets, their value for the business and economic activities of society are investigated. The author proposes to consider trading assets as the original research element of modern activity in the securities market on the basis of identified links between securities market and economic life events.

*Keywords:* evolution, method of historicism, trading assets, securities market.

В останні роки активізуються дослідження з проблематики формування та розвитку ринку цінних паперів, виходячи далеко за межі аналізу динаміки обсягів торговельних операцій на ринку, що прийнято вважати першим імпульсом наукових досліджень в даному напрямі. До певного періоду часу спостерігався частковий перегин у сторону підвищення уваги до аналізу торговельних операцій з цінними паперами, проте ситуація поступово налагоджується, і останні дослідження проводяться саме з позиції діалектичного пізнання розвитку ринку цінних паперів. При цьому виникає ряд запитань, одне з яких полягає в наступному: чи не намагаємось ми вкотре відшукати новий «філософський камінь», за допомогою якого передбачається вирішити проблему адекватного наукового дослідження розвитку ринку цінних паперів. Схоже, такі спроби є можливими як зараз, так і в майбутньому, тоді як наша позиція полягає в тому, що ми повинні визнати – що дослідження торгівлі фінансовими активами дозволяє ґрунтовніше пізнати сутність фінансової діяльності на ринку цінних паперів і поступово підійти до розкриття реальних причин неефективності вітчизняного ринку цінних паперів.

Таким чином, визначаючи об'єкт дослідження, в загальному контексті ринок цінних паперів повинен розглядатись як складова системи, в межах якої він функціонує та розвивається відносно самостійно. Тому, досліджуючи дану категорію, важливо не лише встановити його межі, а показати взаємозв'язок з іншими категоріями, які впливають на нього, що має методологічне значення. Досліджуючи ринок цінних паперів, слід з'ясувати взаємозв'язок між ним та іншими підсистемами суспільства, їх важливість для господарської та економічної діяльності людей. На основі виявлених внутрішніх зв'язків між ринком цінних паперів та подіями економічного життя можна говорити про науковий об'єкт дослідження. Такий метод дозволяє визначити характерні риси у вченні економістів, які нерідко є виразниками та тлумачниками своїх епох [1, с. 194].

Теоретичні та практичні аспекти організації і розвитку ринку цінних паперів досліджувались в працях С. Бірюка [2], М. Бурмаки [3], М. Гапонюка [4], С. Котлярова [5], Д. Леонова [6], Ю. Макогона [7], О. Мозгового [8], В. Радзівської [9] тощо. Не заперечуючи фундаментального характеру їх досліджень, суспільні процеси та явища, що відображають формування, еволюцію та розвиток ринку цінних паперів як складної економічної категорії, не розглядаються. Лише з'ясувавши глибинну сутність торгівельних відносин на ринку цінних паперів, можна одержати відповідь на чисельні питання, які турбують як науковців, так і практиків: чому ринок цінних паперів є непрозорим, нестійким та незахищеним від негативного впливу світових фінансових криз, а населення країни є байдужим до торгівлі цінними паперами. Для з'ясування сутності категорій діалектичний метод, зокрема метод історизму, застосовували В. Федосов та О. Гаманкова. І хоча об'єкти дослідження у них відрізняються (зокрема О. Гаманкова [10] досліджувала закономірності становлення страхування в його історичному розвитку, а В. Федосов [11] – податки), методологія їх дослідження є прийнятною для нас, оскільки дозволяє зрозуміти наявні процеси на вітчизняному ринку цінних паперів та конкретні форми прояву торгівлі в діючих економічних умовах.

**Метою** статті є дослідження торгівлі фінансовими активами як передумови формування ринку цінних паперів, її історичний розвиток у процесі еволюції суспільства, процес осмислення сутності та специфіки функціонування.

Ринок цінних паперів є похідним явищем від торгівлі фінансовими активами. Це зумовлює дослідження теоретичних засад основ торгівлі, оскільки саме сутність торгівлі на ринку цінних паперів обумовлює ті особливі характеристики, якими торгівля відрізняється від інших категорій, а вивчення теоретичних та методологічних питань щодо економічної сутності торгівлі фінансовими активами дозволяє, в повній мірі, інтерпретувати явища та процеси, котрі проходять на ринку цінних паперів, та проблеми, що супроводжують їх розвиток.

Незважаючи на значну кількість наукових публікацій з тематики ринку цінних паперів в Україні, більшість з них характеризують кількісну сторону торгівлі на ринку цінних паперів, описують їх динаміку, опускаючи сутність торгівлі як фінансово-економічної категорії та «... розглядають категорії не як інструменти і сходинок процесу пізнання явищ і процесів, а як самі явища» [12, с. 35]. Натомість, гносеологічний аспект теоретико-методологічного дослідження дозволяє чітко становити теоретичні засади торгівлі на ринку цінних паперів, сформулювати раціональні уявлення щодо розвитку теоретичного та емпіричного аналізів та на новій основі дослідити категорію торгівлі фінансовими активами. В той же час, поверхнєве дослідження теорії торгівлі на ринку цінних паперів є основною

причиною суперечливості наукових уявлень та їх ролі, відсутності цілісної концепції ринкових трансформацій, неефективного державного регулювання, недосконалості формування та розвитку ринку цінних паперів взагалі.

Беззаперечно, теоретичне дослідження торгівлі на ринку цінних паперів повинно ґрунтуватись на вивченні його історичного розвитку, оскільки на основі аналізу еволюції історично обумовлених економічних відносин, які формують внутрішній зміст категорії «торгівля», стає можливим раціональне розуміння цієї категорії, її місця і ролі як економічного явища на ринку цінних паперів.

Протягом тривалого часу істориками досліджувались факти застосування суспільством тих соціально-економічних відносин, які формують внутрішній зміст поняття «торгівля». Торговельні відносини стали зароджуватись серед інших економічних відносин у суспільстві – спершу у формі оборудок, купівлі-продажу за допомогою «примітивних» грошей, без правових норм та державного регулювання торгівлі, яку здійснювали щонайменше дві категорії купців: ті, що займались виключно торгівлею та купці, для яких торгівля була лише додатковим заняттям. У пізніший період (перша половина II тис. до н. е.) купці почали організовуватись у гільдії, прибуток яких від торгівлі був дуже великим і сягав іноді 100 % вкладеного капіталу. Уже в ті часи торговці прагнули до певної спеціалізації. Один міг володіти судном та плавати від порту до порту, пропонуючи свої товари, інший міг одержати доручення від царя на перевезення золотих виробів, а третій міг виступати посередником та вести вантаж з одного порту в інший для відправлення його далі. Таким чином, торговці почали торгувати своїми послугами, а збільшення обсягів контрактів, практика їх укладення і накопичений «торговельний досвід» призвели до «правового обрамлення» торгівлі та формування правового забезпечення. Це стало поштовхом формування правової основи для подальшого розвитку торгівлі на якісно нових засадах. Існують докладно описані історичні приклади торговельних відносин суспільств трипільської культури (існування майстрів-мінйялів, які завдяки престижній посередницькій діяльності набули досить високого соціального статусу); посередницькі функції греків у торгівлі скіфів з Македонією, Херсонесом, Істрією, Тіром, що породжувало фінансові відносини; торговельні шляхи «Із варяг у греки», «Залізничний шлях», «Соляний шлях»; фінансові відносини Запорізької Січі. Коли торгівля почала набувати публічно-правового характеру, вона стала юридично регламентованою та була взята під контроль держави. Про це свідчить наявність договірно-правової бази між Києвом та Візантією; угоди, підписані князем Олегом у 911 р. [13, с. 113] та Ігорем у 944 р., торговельна угода Київського князя Володимира Святославовича з волзькими болгарами (1006 р.) [14].

З кінця XVIII ст. територія України була розділена двома імперіями – Російською та Австро-Угорською. На східних губерніях до початку 60-х рр. XIX ст. держава володіла монопольним правом у сфері фінансів. Відміна заборони на підприємницьку діяльність і скасування в 1861 р. кріпосного права були історичними віхами у докорінній реорганізації фінансової системи Східної України. Швидкий розвиток приватної власності призвів до появи ринку цінних паперів і масового вилучення вкладниками грошових коштів з державних кредитних установ з наступним їх спрямуванням на придбання акцій і облігацій підприємств. З 1860 до 1873 рр. в Східній Україні на місці монопольної державної банківської системи постали приватні та міські громадські банки, товариства взаємного кредиту, акціонерні земельні банки, ощадні каси, позиково-ощадні і взаємно страхові

товариства, фондова біржа, що розпочали торгувати фінансовими активами серед підприємств і різних верст населення. В цілому, за перші 40 років відміни кріпосного права торговельна справа фінансовими активами в Східній Україні розвивалась повільно. Це пояснювалось тим, що Східна Україна в XIX ст. була сільськогосподарською. А характерною ознакою села на той час було малоземелля, низька оплата праці, кругова порука, обтяженість платежами, податками та повинностями. І хоча теоретично селяни одержали можливість самостійно вибирати фінансові активи для торгівлі, реально дрібні заощадження витрачались ними на сплату викупних і орендних платежів, придбання предметів господарського вжитку. Окрім того, з кожного селянина стягували губернські, повітові, волосні, страхові та інші платежі. Таке становище було причиною систематичної заборгованості селян перед державою, посилювало натурально-речову лихву на селі. Тоді як великі землевласники використовували гроші, одержані від викупу, оренди чи продажу землі не в якості фінансового активу для подальшої торгівлі, а витрачали на потребу розкішного життя вдома і закордоном.

У 1864 р. вперше було випущено внутрішню п'ятивідсоткову вигашну позику (потім у 1866 р. та 1889 р.). З першого чи другого року після випуску проводились тиражні погашення. По таких облігаціях, окрім номіналу, виплачувалась купонна премія. Облігації цих позичок вільно реалізовувались фінансовими установами та котувались на біржі, проте, через те, що облігації випускались, переважно, великим номіналом, більшість українського населення доступу до них не мала. Також характерним було вкладення заощаджень в цінні папери акціонерних компаній, хоча довіра до промислових цінних паперів у населення була досить низькою, про що свідчить зниження на 65 % курсу 50-ти металевих компаній України та на 79 % – 6-ти скляно-порцелянових компаній протягом 1899-1901 рр. на Празькій та Брюссельській біржах [15, с. 34].

На відміну від Східної України, економічний розвиток західних територій був ще повільніший, а Галичина, Буковина та Закарпаття залишились районами імперії із найбільшими пережитками панщини та злиднями селянства, де сільське господарство відзначалось відсталістю та застоєм, а промисловість робила лише перші кроки. За таких умов спроможність більшості населення до торгівлі фінансовими активами залишалась низькою, а в роки воєнно-політичних потрясінь, розрухи, господарського хаосу і знедолення населення рухнула й фінансова система та остаточно занепала торговельна справа на ринку цінних паперів.

Дані факти свідчать про об'єктивний характер категорії «торгівля фінансовими активами», її існування в різні історичні періоди розвитку суспільства, трансформацію торговельних відносин від емпіричних форм до наявного ступеня складності, а досліджені економістами-істориками приклади укладення угод з фінансовими активами дозволяють відстежити економічні передумови формування торгівлі фінансовими активами від давніх часів до наших днів.

В радянській економіці, за умови панування державної форми власності та відсутності інституту приватної власності, торгівля фінансовими активами мала зародковий характер та існувала, переважно, у формі капітальних вкладень, проте історичні свідчення спеціалізації торговельних відносин дозволяють зробити висновок про те, що в надрах докапіталістичної торговельної операції простежується формування двох відносно самостійних гілок, що надалі трансформувались у операції з торгівлі фінансовими активами та операції за дорученням. Докапіталістична форма торгівлі фінансовими активами обслуговувала похідні ланки сучасної економіки



та середні класи суспільства. На цьому етапі розвитку ще не можливо чітко відокремити торговельну операцію з фінансовими активами від фінансової операції, оскільки вони тісно переплітаються між собою (наприклад у депозитно-кредитній сфері державні фінансові установи виконують примітивні функції спеціалізованих фінансових посередників; учасники такої торговельної операції з фінансовими активами є фактично споживачами фінансової послуги, яка дозволяє реалізувати дану операцію на ринку). Це свідчить про єдину економічну природу торгівлі фінансовими активами та послуг у сфері торгівлі фінансовими активами як можливість реалізації торговельної операції на ринку цінних паперів, що дозволяє об'єднувати фінансові відносини у сфері торгівлі фінансовими активами та відносини у сфері фінансових послуг на ринку цінних паперів в єдину економічну категорію, а також надає можливість будувати сучасні форми торгівлі фінансовими активами на основі поєднання двох невід'ємних складових: операцій з торгівлі фінансовими активами і послуг у сфері торгівлі фінансовими активами.

В радянський період заощадження населення розглядались, як самостійна сфера функціонування грошей, як засоби нагромадження і заощаджень трудящих. Існування цієї межі було обумовлено системою відносин власності. В той період, коли підприємства і господарські організації здійснювали нагромадження для виробничих цілей, населення, вважалось, заощаджувало лише з метою особистого споживання. Лише з розвитком капіталізму та виникненням ринку цінних паперів формуються нові економічні умови, які сприяють тому, що торгівля фінансовими активами набуває зрілості, посідає вагоме місце у системі економічних відносин та потребує спеціального наукового вивчення та дослідження. Таким чином, капіталістична власність стала поштовхом для розвитку похідних форм торгівлі фінансовими активами: операції за дорученням та послуги у сфері торгівлі фінансовими активами. У період капіталізму інтенсивно розвиваються приватизаційні процеси, зміцнюються фінансові капітали, формується новий клас власників, який потребує можливості здійснення торговельних операцій з фінансовими активами, реалізації їх фінансових очікувань та захист їх фінансових інтересів.

Фінансові відносини, охоплюючи все більше учасників, набувають постійного характеру, трансформуються в окрему галузь підприємницької діяльності – фінансове посередництво та формують ринок фінансових послуг. Зміна форми власності з державної на приватну, поступовий розвиток торгівлі фінансовими активами призводять до формування в Україні нового наукового напрямку – науки про фінансові послуги. Проте, ще довгий час в працях видатних представників даної науки теорія фінансових послуг як окремий напрям знань не виділяється, що є цілком закономірно, оскільки об'єктивною основою формування даної теорії є всебічний розвиток безпосередньо фінансових послуг в процесі торгівлі фінансовими активами.

Формування цієї галузі стало можливим внаслідок нагромадження емпіричних даних щодо торгівлі фінансовими активами, які можна було використати для статистичних узагальнень та формування наукової основи для розвитку фінансових послуг на ринку цінних паперів, розвитку фундаментальних наук. Це дозволило б зрозуміти значення фінансових послуг в торгівлі фінансовими активами як економічного явища, наявність наукових кадрів для формування науки та дослідження специфіки такої послуги, визначення основних методологічних принципів тощо.

Застосований нами метод історизму дозволив дослідити еволюційний розвиток у часі торгівлі фінансовими активами, прослідкувати еволюцію фінансових відносин, які виникають в процесі торгівлі фінансовими активами, привести їх у хронологічний порядок, узагальнити та інтерпретувати сутність явищ та процесів, що відбуваються в процесі торгівлі фінансовими активами.

### Бібліографічні посилання

1. Вобльй К. Г. Рецензия на книгу М. И. Тугана-Барановского «Очерки из новейшей истории политической экономии» / К. Г. Вобльй // Народное хозяйство. – 1904. – №1. – С. 185–195.
2. Бірюк С. Глобалізація та питання захисту прав споживачів фінансових послуг / С. Бірюк // Ринок цінних паперів України. – 2014. – № 9-10. – С. 95–100.
3. Бурмака М. О. Регулятивна стратегія держави на фондовому ринку як фактор покращення інвестиційного клімату в Україні / М. О. Бурмака / Сучасна інноваційно-промислова політика України: інвестиційні пріоритети та інфраструктура : доповіді Х міжнародної науково-практичної конференції ; 3 т. – Чернівці : Рута, 1999.
4. Гапонюк М. Біржові індекси в інформаційних потоках фондового ринку України / М. Гапонюк, М. Запорожець // Ринок цінних паперів України. – 2010. – № 11-12. – С. 11-17.
5. Котляров С. Л. Фондові ринки країн, що розвиваються, в умовах інтернаціоналізації та глобалізації / С. Л. Котляров // Ринок цінних паперів України. – 2004. – № 1-2 – С. 7–18.
6. Леонов Д. Діалектика дивідендної політики в умовах зростання невизначеності фондових ринків / Д. Леонов, І. Прасолов // Економіка України. – 2012. – № 7. – С. 45–54.
7. Макогон Ю. Перспективи інноваційного розвитку економіки України / Ю. Макогон // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2013. – № 6. – С. 28–38.
8. Мозговий О. Аналіз умов виникнення та розвитку ринку деривативів Польщі / О. Мозговий, К. Возіанов // Ринок цінних паперів України. – 2011. – № 3-4. – С. 87–96.
9. Головка А. Світовий досвід дематеріалізації емісійних цінних паперів та проблеми його імплементації в законодавство й ринкову практику в Україні / А. Головка, В. Радзівська // Ринок цінних паперів України. – 2010. – № 5-6. – С. 53–64.
10. Гаманкова О. О. Діалектичний метод пізнання в теорії страхування / О. О. Гаманкова // Вчені записки : зб. наук. праць. – К. : КНЕУ, 2009. – Вип. 11. – С. 41–48.
11. Федосов В. М. Современный капитализм и налоги. Вопросы методологии и теории : моногр. / В. М. Федосов. – К. : Вища школа, 1987. – 125 с.
12. Страхування : підруч. / В. Д. Базилевич, К. С. Базилевич, Р. В. Пікус та ін. ; за ред. В. Д. Базилевича. – К. : Знання, 2008. – 1019 с.
13. N. L. FR.-CHIROVSKY. Old Ukraine. Its Socio-Economic History Prior to 1781. (Madison, New Jersey: Florham Park Press. 1963. Pp. xi + 432.
14. Філіпенко А. С. Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність / А. С. Філіпенко. – К. : Знання, 2007. – 670 с.
15. Витанович І. Історія українського кооперативного руху. Із праць Історико-філософської секції НТШ / І. Витанович. – Нью-Йорк : Товариство Української кооперації, 1964. – 624 с.

*Надійшла до редколегії 28.09.2016*

УДК 336.711

**О. Й. Шевцова, О. О. Давидов**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара*

### **КРЕДИТНА ПОЛІТИКА В МЕЖАХ РЕСУРСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ БАНКУ**

У статті досліджено ключові сучасні аспекти кредитної політики банків України. Обґрунтовано необхідність адаптивних дій щодо грошово-кредитного регулювання НБУ. Досліджено взаємозв'язок кредитної політики та ресурсного менеджменту. Визначено елементи процесу формування та реалізації кредитної політики банку.

*Ключові слова:* кредитна політика, ресурсна база банку, грошово-кредитне регулювання, ризики, страхування.

В статье исследованы ключевые современные аспекты кредитной политики банков Украины. Обоснована необходимость адаптивных действий в отношении денежно-кредитной политики НБУ. Исследована взаимосвязь кредитной политики и ресурсного менеджмента. Определены элементы процесса формирования и реализации кредитной политики банка.

*Ключевые слова:* кредитная политика, ресурсная база банка, денежно-кредитное регулирование, риски, страхование.

The article investigates key modern aspects of credit politics of Ukrainian banks. It justifies the need for adaptive action for monetary and credit management by the National Bank of Ukraine. It examines relation between credit politics and resource management. It also defines the elements of the process of formation and realization of credit politics of a bank.

*Keywords:* credit politics, resource base of a bank, monetary and credit regulation, risks, insurance.

Банківський менеджмент охоплює велику кількість завдань відносно найбільш раціональної системи організації та управління всіма видами діяльності банківських установ – від класичних банківських операцій до діяльності на фондовому ринку та ін. Спрямованість дій топ-менеджменту банку має бути узгоджена відповідно до загальної банківської політики щодо усієї мережі банківських установ у часі та просторі. Спектр стратегічних підцілей зосереджується на отриманні результату основної конкурентної бізнес-стратегії на засадах комплексного процесу управління через реалізацію основних управлінських функцій планування, аналізу, контролю, організації та мотивації.

Банківська установа як складна економічна система потребує постійного процесу узгодження вхідних потоків та потоків, що виходять із системи. Ресурсний менеджмент банку виконує функцію цього узгодження в межах реалізації активних, пасивних та інших операцій банку.

Формування необхідного обсягу ресурсів за рахунок джерел, які обмежують фінансову установу за обсягом, часом і ступенем ризику, встановлює межі використання ресурсів. Перш за все, саме ці характеристики джерел ресурсів визначають якість портфелю активів. Наступними факторами впливу виступають етапи формування та реалізації політики активних операцій банку, а саме кредитних операцій.

Кредитна діяльність банків виокремлює кредитний менеджмент як складову банківського менеджменту, що включає як фінансову, так і організаційну підсистему.

Фінансова підсистема кредитного менеджменту включає наступні напрями управління: управління кредитним портфелем; управління окремими кредитами;

управління кредитним ризиком; процеси планування кредитної діяльності на стратегічному, тактичному та оперативному рівнях.

Організаційна підсистема кредитного менеджменту включає такі напрями діяльності:

- обґрунтування раціональної системи управління кредитної діяльності;
- обґрунтування раціональної структури кредитних підрозділів та їх функцій;
- організацію ризик-менеджменту кредитної діяльності;
- організація безпеки кредитної діяльності.

Кредитна політика банку, в свою чергу, формується як підсистема політики банку в цілому, коли їх цілі узгоджені відповідно до конкурентної стратегії. Завдання кредитної політики знаходяться в межах ефективного розміщення залучених ресурсів, забезпечення стабільного зростання прибутків банку в процесі збільшення процентних доходів від кредитних операцій та зниження процентних расходів, підвищення якості кредитного портфелю.

У науковій літературі проблематика щодо визначення теоретичних основ формування та реалізації кредитної політики банку відображена в працях О. Васюренка, У. Владичина, О. Вовчака, І. Гуцала, О. Дзюблюка, К. Забчук, І. Карбівничої, О. Коренєвої, Р. Коцовської, Л. Кузнецової, В. Міщенко, С. Науменкової, М. Новосельцевої, Г. Панової, Н. Слов'янської, де значну увагу приділено висвітленню сутності, функцій і принципів формування кредитної політики банку, а також факторам впливу на ефективність її реалізації.

Сьогодні кредитна політика будь-якого банку – це частина філософії банківського бізнесу, яка визначає внутрішньобанківську функцію видання кредиту, документообіг, моніторинг за кредитним портфелем, роботу з проблемними кредитами, встановлення процентних ставок по кредиту [1].

У теперішній час банківські установи зазнають значних збитків саме від кредитної діяльності через те, що багато з них проводять занадто ризиковану кредитну політику. Така ситуація ускладнюється політичною та економічною кризою в суспільстві, оскільки значна кількість підприємств і фізичних осіб зазнають проблем у поточній діяльності, не мають змоги вчасно погашати існуючі кредитні зобов'язання перед банками та отримувати нові кредитні ресурси [2].

Мета статті полягає у визначенні позиціонування кредитного та ресурсного менеджменту щодо уточнення складу елементів процесу формування та реалізації кредитної політики банку.

У 2015 рік банківська система Україна увійшла з невирішеними проблемами 2014 року. Значна девальвація гривні, спад в економіці і недостатній рівень корпоративного управління зумовили реалізацію кредитних ризиків та погіршення якості кредитного портфелю банків. Ці чинники негативно вплинули на рівень капіталізації банківських установ. За рік банки здійснили відрахування у резерви на суму 103 млрд грн, що обумовило повернення банківської системи після позитивних результатів 2012–2013 рр. до збитковості (станом на 01.01.2015 збитки банківського сектору становили 52,96 млрд грн, а рентабельність активів мала від'ємне значення –  $-4,07\%$ ) [2].

Обсяг проблемних кредитів у кредитному портфелі банків є головним показником його якості, проте тут постає проблема його адекватної кількісної оцінки. Згідно з даними Національного банку України, станом на 01.01.2016 обсяг проблемної заборгованості, в порівнянні з попереднім роком, виріс на 119,44 млрд грн

(або в 1,5 рази) – з 250,8 до 370,24 млрд грн [3], а питома вага проблемної заборгованості у кредитному портфелі досягла 22,10 % (рис. 1).

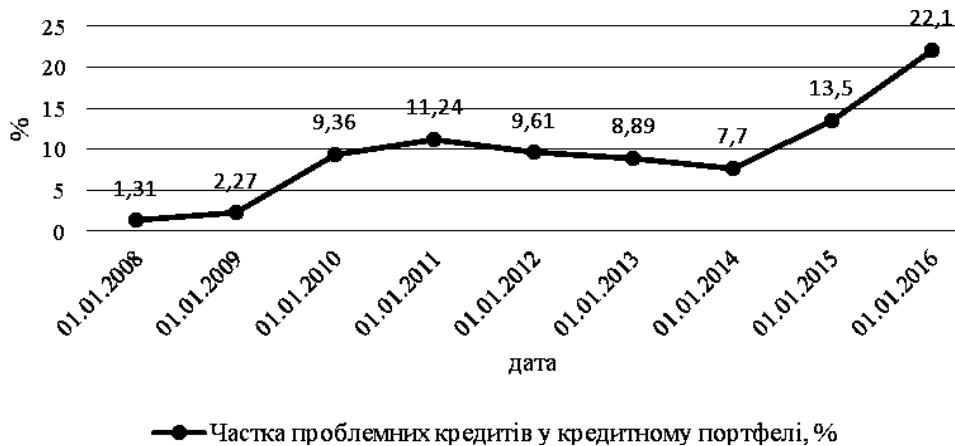


Рис. 1. Частка проблемних кредитів у кредитному портфелі комерційних банків України у 2008-2016 рр., %  
(джерело: [4])

За експертними оцінками багатьох фінансових аналітиків, реальний рівень проблемної заборгованості в кредитних портфелях значної кількості банків перевищує 40 % [3].

Більш адекватне уявлення про обсяг проблемної заборгованості можна також отримати, проаналізувавши індикатори фінансової стійкості, які щоквартально публікуються Національним банком України. Станом на 01.01.2016 частка непрацюючих кредитів (IV-V категорія якості) склала 28,03 % від кредитного портфеля. За 2015 рік їх частка в кредитному портфелі зросла на 10 % або на 120,3 млрд грн в абсолютному вираженні. В результаті на початок 2016 року сума непрацюючих активів (за вирахуванням резервів) перевищила регулятивний капітал банківської системи на 29,6 % (для порівняння: на початок 2015 року непрацюючі активи становили 62 % від регулятивного капіталу) [5].

Національний банк України впроваджує реалізацію інструментів регулювання грошово-кредитного ринку, що має безпосередньо впливати на формування кредитної політики окремих банків [7]. Прозорість використання цих інструментів забезпечена її висвітленням на сайті НБУ. Це дає можливість адекватно реагувати менеджменту банків на регуляторні впливи, стосовно адаптації стратегічних та тактичних дій на ринку банківських послуг.

Сучасний погляд регулятора на поступове зниження облікової ставки має позитивно змінити ціновий (відсотковий) профіль ресурсного ринку – як депозитного, так і кредитного. В свою чергу, це змінить настрої на кредитному ринку як з боку кредиторів-банків, так і з боку позичальників, особливо малого та середнього бізнесу. Пожвавлення кредитних процесів безумовно активізує ринки країни.

Той фактор, що в останні десятиріччя центральні банки країн із розвинутою ринковою економікою віддають перевагу такому інструменту грошово-кредитної політики, як проведення операцій із цінними паперами на відкритому ринку [6], в умовах національного грошово-кредитного середовища це дає змогу гнучко реагувати на стан його ліквідності.

Національний банк України як кредитор останньої інстанції запроваджує новий інструмент екстреної підтримки ліквідності платоспроможних банків – Emergency liquidity assistance (ELA). Наприкінці 2016 року НБУ було прийнято Положення про екстрену підтримку Національним банком України ліквідності банків [8]. Екстрена підтримка ліквідності може надаватися банку за умови, що структура власності банку не визнана Національним банком непрозорою та Національним банком не встановлено факту здійснення банком ризикової діяльності, що загрожує інтересам вкладників чи інших кредиторів банку.

Зв'язок кредитної політики із ресурсним менеджментом потребує постійного моніторингу ліквідності банку (рис. 2). Це є важливою складовою механізму формування ресурсної бази банку.

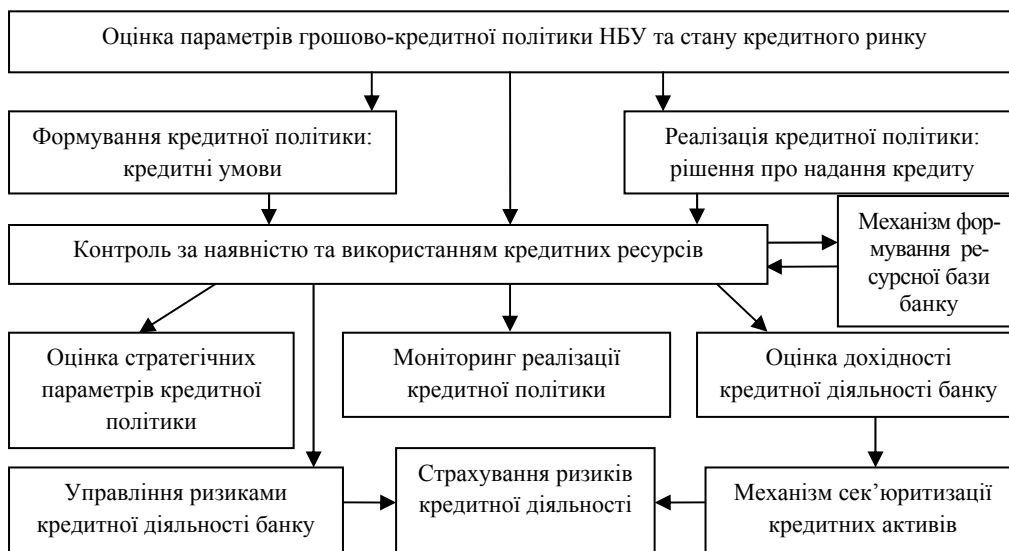


Рис. 2. Елементи процесу формування та реалізації кредитної політики банку  
(джерело: розроблено авторами)

Реакція менеджменту банку впродовж реалізації власної кредитної політики на регуляторні впливи має зробити більш точними прогнозовані дії та планові результати як кредитного департаменту, так і банківської установи в цілому.

Вплив грошово-кредитної політики НБУ розглядається вченими в якості важливого фактору поживлення кредитної діяльності банків та підвищення її ефективності [9; 10].

Кредитна стратегія як складова кредитної політики формується топ-менеджментом на період до 3 років, але щорічно стратегія переглядається та уточнюється відповідно Основним напрямкам грошово-кредитного регулювання НБУ на наступний рік, які оприлюднюються наприкінці кожного звітного року.

Саме на цей час припадають складові оцінки стратегічних параметрів та моніторингу реалізації кредитної політики. Уточнення стратегії дає змогу обрати відповідні інструменти підтримки певного рівня безпеки кредитної діяльності, посилити тактичні дії з боку ризик-менеджменту банку, а також провести додаткові дослідження та обґрунтувати цінові компоненти кредитної стратегії.

Необхідними сучасними інструментами забезпечення якості кредитного портфелю визначаємо страхування ризиків кредитної діяльності та впровадження сек'юритизації кредитних активів.

Більшість пропозицій щодо страхування в кредитній діяльності розглядає страхування саме кредитного ризику-ризиків неповернення коштів кредитором. Важливим у цьому напрямку є комплексне страхування різних ризиків кредитної діяльності: кредитного, цінового, валютного, операційного та інших.

Розвиток методичних основ розрахунку окремих ризиків кредитної діяльності має базуватися на чіткій ідентифікації кожного з них. Цікавим є підхід визначення факторного впливу кожного з цих ризиків на результат ризиковості кредитної діяльності. В тому можливі розрахункові погрішності за рахунок синергічного ефекту сумісної дії двох, трьох та більшої кількості ризиків.

Ресурсний підхід до формування та реалізації кредитної політики має бути використано на всіх етапах та на всіх організаційних, процесних, функціональних рівнях менеджменту. Адаптивність політики залежить від ступеня реакції регуляторних впливів на грошово-кредитний ринок реакції банківської системи та використання різних інструментів регулювання НБУ.

Розширення спектру ідентифікації та урахування ризиків в кредитній діяльності дає можливість кредитній політиці на стратегічному рівні визначати загальну конкурентну або корпоративну стратегію банку.

### Бібліографічні посилання

1. Герасименко Р. Проблемні позики та прогнозування їх частки в кредитному портфелі банку / Р. Герасименко, М. Дегтярьова // Вісник НБУ. – 2014. – №4. – С. 40–46.
2. Банківська система 2015: виклики та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=14741673>
3. Якість кредитних портфелів банків продовжує погіршуватися [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://finpuls.com.ua/banking/reviews/news/YAkst-kreditnih-portfelv-bankv-prodovzhu-pogrshuvatisya.htm>
4. Основні показники діяльності банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=36807](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807)
5. Швець О. В. Статистична оцінка якості контролю кредитного ризику банків України / О. В. Швець // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип 11. – С. 828–832.
6. Лисенко Ж. П. Рівень впливу політики НБУ на стан грошово-кредитного ринку України та можливі шляхи її покращення, зважаючи на досвід закордонних країн / Ж. П. Лисенко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економіка. – 2016. – Вип. 18, Ч. 1. – С. 174–180.
7. Про врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України. Постанова Правління НБУ № 410 від 13.12.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0410500-16>
8. Про затвердження Положення про екстренну підтримку Національним банком України ліквідності банків : Постанова Правління НБУ №411 від 15.12.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=70688>
9. Золотарьова О. В. Концепція кредитної політики комерційного банку та можливості підвищення її ефективності / О. В. Золотарьова, Ю. В. Півняк, П. Ю. Мартиненко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економіка. – 2014. – Вип. 9, Ч. 2. – С. 108–112.
10. Штефан Л. Б. Вплив грошово-кредитної політики на поживлення кредитної діяльності комерційного банку / Л. Б. Штефан, Н. В.Мацедонська, О. М.Романенко // Молодий вчений. – 2015. – №4 (19), Ч. 2. – С. 87–91.

*Надійшла до редколегії 23.12.2016*

УДК 336

Н. І. Дучинська, О. С. Горбатко

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара*

## МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В СФЕРІ ДИСТРИБУЦІЙНОЇ ТОРГІВЛІ

У статті досліджено сучасний стан розвитку маркетингу в сфері дистрибуційної торгівлі в Україні, шляхи популяризації маркетингу на торговельних підприємствах та реалізації можливостей використання комплексу маркетингу в торговельній діяльності.

*Ключові слова:* комплекс маркетингу, дистрибуційна торгівля, торговельна діяльність, маркетинг.

В статье исследовано современное состояние развития маркетинга в сфере дистрибуционной торговли в Украине, пути популяризации маркетинга на торговых предприятиях и реализации возможностей использования комплекса маркетинга в торговой деятельности.

*Ключевые слова:* комплекс маркетинга, дистрибуторская торговля, торговая деятельность, маркетинг.

In the article the current state of marketing in the area of a distribution of trade in Ukraine by promoting marketing in the retail business and pursue opportunities to use the marketing mix in the trading activity.

*Keywords:* marketing mix, distribution trade, trade activities, marketing.

У період переходу економіки України до нових ринкових умов господарювання важлива роль відводиться формуванню маркетингової політики комунікацій підприємств. Особливу нішу в системі маркетингових комунікацій підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку відіграє сфера дистрибуції. Конкуренція між суб'єктами господарювання дозволяє максимально задовольнити попит споживачів, що позитивно впливає на розвиток економіки, але і ставить перед українськими підприємствами жорсткі умови виживання на ринку, у який з кожним роком вриваються усе більш потужні конкурентоспроможні іноземні виробники. Саме тому дослідження впливу особливостей маркетингової діяльності в сфері дистрибуційної торгівлі та її специфіки є актуальним.

**Мета** роботи полягає у дослідженні особливостей розвитку маркетингової діяльності в сфері торгівлі на українському ринку товарів.

Вивченням ефективного маркетингу в сфері торгівлі займалися такі відомі вчені та маркетологи світу: А. Кромптон, М. Портер, П. Друкер, Ф. Котлер. Запропоновані ними концепції знайшли своє відображення у працях вітчизняних вчених: В. А. Андрійчука, С. П. Бабенка, С. В. Будкіна, Б. Г. Губського, А. Н. Назайкіна, І. М. Рожкова та ін. [4; 10; 18]. Саме у вище перерахованих працях українських науковців досліджено вплив економічної ситуації на розвиток маркетингу, визначено маркетинг як необхідну умову стабілізації торговельної діяльності в Україні тощо.

Дистрибуторські фірми – це великі комерційні посередники, які володіють або орендують складські площі та здійснюють збут товарів шляхом оптових



закупівель за свій рахунок у виробників, розподіл товарів, організацію зберігання і відвантаження торговим мережам – покупцям.

Дистриб'юторів можна умовно розподілити на дві групи:

- регулярного типу, що здійснюють весь спектр послуг комерційно-посередницького, а також виробничого характеру;
- нерегулярного типу, що працюють з дрібними та середніми покупцями, виконують обмежений перелік торгово-посередницьких послуг.

Дистриб'юторські фірми поширюють товарну продукцію двома способами:

- 1) методом прямого продажу;
- 2) методом багаторівневого (мережевого) маркетингу. У цьому випадку дистриб'ютор повинен бути не тільки продавцем, але і виступати в ролі психолога, консультанта, організатора та наставника.

Вид підприємства, що здійснює свою діяльність тільки на основі розподілу товарів виробника в певному сегменті ринку, називається ексклюзивним дистриб'ютором, адже тільки дана компанія збуває певну продукцію на ринку [1].

Якщо поглянути на дистрибуційні компанії з точки зору економічної ефективності, то для них характерний достатній та високий рівень спеціалізації, що дозволяє створювати, а також раціонально використовувати всі наявні засоби для зберігання, транспортування і перевезення товарної продукції.

В залежності від виду товарної спеціалізації виокремлюють:

- 1) «багатотоварних» дистриб'юторів – не мають чіткої спеціалізації і збувають багатопрофільну продукцію;
- 2) спеціалізованих дистриб'юторів – компанія, що знаходиться в своїй ніші, визначає і представляє на конкретному ринку потрібну зараз потенційним споживачам товарну продукцію, що супроводжується відповідними послугами [1].

Однією з головних проблем, що заважає розвитку дистрибуції, є державна політика – високі податки, митні правила, нова система сертифікації.

Змінність законодавства та відсутність визначених правил гри не сприяють оздоровленню економіки, а отже, не породжують попит на складні рішення. З одного боку, ринок України представлений всіма новітніми технологіями і технікою класу brandname, з іншого – він не досить розвинутий, тому ці технології залишаються незатребуваними. Спочатку має піднятися економіка, потім з'явиться ринок рішень, за ним – ринок системної інтеграції і тільки після цього – ринок дистрибуції [9].

Дистриб'ютор з погляду реселера – це достатньо великий товарний асортимент, швидкі поставки, товарні кредити, відстрочення платежу тощо. В Україні є небагато фірм, які б відповідали цим вимогам.

Однією з основних проблем здійснення даного виду діяльності є відсутність інфраструктури. Вітчизняному дистриб'ютору необхідно вирішувати велику кількість організаційних і технічних завдань, які закордонним дистриб'юторам невідомі. Відсутність інформації стосовно клієнтів, неналежна якість зв'язку, слабо розвинений ринок банківських, консалтингових та маркетингових послуг, а також багато інших факторів примушують компанії самостійно вирішувати ці питання, збільшувати кількість працівників і займатися «розвідницькою» діяльністю [1].

Ще однією важливою проблемою є ринок «сірих» товарів – ринок продукції, що завезена неофіційними каналами. В Україні дана галузь розвинена не у великих об'ємах, але все ж таки заважає дистриб'юторам. Єдиний засіб боротьби з ними – запропонувати дилерам кращі умови. До того ж, багато залежить і від регіональної політики виробника. Деякі керівники вважають, що «сірий» ринок дистрибуції – не конкурент, оскільки ніколи не зможе запропонувати відповідну гарантію, сервіс, якість, широкий асортимент товарів, кредити, підтримку виробника, вигідні умови для роботи дилерів.

Для розвитку справжньої багатопротифільної дистрибуції необхідний приплив інвестицій. Для того щоб західний капітал прийшов на український ринок, необхідно норму прибутку у Східній Європі стала прирівняти з нормою прибутку в Західній Європі. На даний час західний капітал ефективно працює в Польщі, Чехії, Угорщині, де економіка більш цивілізована, ніж в Україні, і співвідношення прибуток/ризик досить високе [10].

Інший момент стосується майбутнього вітчизняних дистриб'юторів. У силу того, що український ринок знаходиться на стадії розвитку, навіть лідери вітчизняного ринку не зможуть протистояти іноземним потужним посередникам. Зараз утворюється загроза бути повністю поглинутими зарубіжними компаніями, які просто купують місцеві дистриб'юторські компанії і роблять їх своїми представництвами. Це спричинить значне послаблення розвитку вітчизняного підприємництва, хоча український ринок може і не є привабливим для багатьох іноземних компаній через нестабільність.

Маркетинг в сфері дистрибуції, в першу чергу, спрямований на обрання певних каналів збуту товару. Разом з тим, він стимулює конкуренцію, позитивно впливає на розвиток виробництва та виступає одним із найважливіших чинників підвищення прибутку. Саме ці характеристики обумовлюють його економічну роль [3].

Можна зазначити, що маркетинг є універсальним засобом просування продукції або самої компанії, що дозволяє підприємству виходити на більш сталі економічні позиції на українському ринку товарів. Детальніше розглянемо на рис. 1.



Рис. 1. Вплив маркетингу на діяльність торговельного підприємства

На рис. 1 показано основні напрямки, за якими реклама впливає на діяльність підприємства. Діяльність підприємства схематично зображена у вигляді піраміди та поділена на чотири рівні:

- випуск продукції;
- діяльність підприємства зі збуту продукції;
- положення фірми на ринку;
- загальна стратегія діяльності підприємства.

Випуск продукції є лише верхівкою піраміди діяльності підприємства. Позитивне відношення споживачів до продукції спонукає виробників до подальшого її випуску. На другому рівні знаходиться діяльність фірми зі збуту продукції, яка безпосередньо залежить від популярності компанії. На третьому рівні маркетинг допомагає досягти переваг над конкурентами, що значно посилює положення фірми на ринку. На четвертому рівні маркетинг допомагає сформувати вдалий імідж компанії, що забезпечить їй стабільне положення на ринку [6].

Всі рівні тісно пов'язані між собою. Можна сказати, що підприємство може застосовувати різні види комплексу маркетингу як для «верхівки» – 1 та 2 рівнів, так і для «підґрунтя» діяльності підприємства – 3 та 5 рівнів.

Таким чином, маркетинг – це соціальна діяльність, спрямована на задоволення потреб у товарах, ідеях та послугах; він встановлює зв'язки між споживачем й продавцем, яким може бути виробник або торговий посередник [4]. Маркетинг в сфері торгівлі – багатогранне явище, оскільки відповідність маркетинговій функції не обмежується лише одним певним чинником, а включає в себе цілий комплекс дій, що допомагають досягти максимального рівня продажів.

У більшості компаній менеджери, які управляють продажами, переконані в тому, що головне завдання дистрибуції (продажів) – виштовхнути (push) товар зі складу на полиці торгових точок. І в цьому дистрибуції допомагає маркетинг, який прагне «підтягнути» (pull), тобто сформувати попит на дану продукцію. Насправді push і pull є моделями (стратегіями) продажу, які може використовувати компанія під час здійснення збутової діяльності зі збуту і вони пов'язують роботу відділів дистрибуції та маркетингу.

Модель «push» (управління відвантаженням товару) передбачає управління продажами на основі даних про відвантаження товару зі складу. В цьому випадку під «зростанням продажів» компанія розуміє зростання відвантажень товару на склади роздрібних торгових мереж. В рамках цієї моделі дистрибуція орієнтована на збут продукту зі своїх складів на склади і полиці торгових точок, а її ефективність характеризує показник «виконання плану по відвантаженню товару». Робота ж відділу маркетингу орієнтована на проникнення продукту в роздрібні мережі шляхом розробки і проведення акцій, адресованих персоналу роздрібних точок (продавцям, товарознавцям) [7].

Тобто, при моделі продажів «push» дистрибуція сприймається як основна сила, що забезпечує продаж продукції, а маркетинг – як допоміжний елемент, який допомагає проштовхнути необхідний план відвантаження в роздріб. Фактично маркетинг знаходиться на службі дистрибуції.

Що стосується моделі «pull» (управління купівлею товару), то відповідно до неї, продажами управляють на основі даних про купівлю товару кінцевими споживачами в торгових точках. В даному випадку під «зростанням продажів»

мають на увазі кількість покупок в кожному сегменті роздробу. Робота відділу маркетингу орієнтована на збільшення кількості купівель товару шляхом інформування споживачів про продукт, а також на управління купівлями товару в торгових точках. Ефективність маркетингу визначається динамікою зростання покупок продукту кінцевими споживачами в різних сегментах роздробу. Дистрибуція ж націлена на підтримку оптимальних запасів продукту в торгових точках, а також на «завоювання» і утримання в них «поличного» простору. Ефективність дистрибуції в рамках даної моделі продажів визначається:

- підтриманням планових показників товарів у «завоюванні» полиць роздрібних мереж;
- наявністю необхідної кількості запасів по кожній позиції на складі окремої торгової точки;
- швидкістю виведення продукції для роздрібного продажу [7].

Відповідно до моделі «pull» маркетинг сприймається як основна рушійна сила продажів, а дистрибуція – як допоміжна служба, яка допомагає відділу маркетингу максимізувати покупки в роздробі, забезпечуючи стабільну наявність ключових продуктових позицій на полицях торгових точок. Фактично дистрибуція знаходиться на службі маркетингу.

До недавнього часу маркетинг і дистрибуція у вітчизняних компаніях відповідали моделі продажів «push». А три-п'ять років тому комерційні структури почали переосмислювати роль підрозділу маркетингу, переводячи його в розряд провідних. Однак, змінивши вектор роботи компанії в цілому і збільшивши роль маркетингу зокрема, багато хто забув переглянути дистрибуцію, що заважає досягти узгоджених дій цих двох відділів з генерування кількісного та якісного зростання продажів.

Як видно, маркетинг займає важливу роль в сфері дистрибуційної діяльності, адже допомагає формувати ефективний збут продукції. Але на сучасному етапі розвитку маркетингу в Україні постає питання про його ефективність в сучасних умовах. Маркетингова діяльність у вітчизняному просторі характеризується певними рисами, пов'язаними з основними особливостями ведення українського бізнесу.

Сучасний розвиток товарного ринку в Україні відбувається на фоні кризи економіки, а також політичної нестабільності. Це призводить до виникнення ряду проблем, пов'язаних з використанням комплексу маркетингу в системі дистрибуційних підприємств (рис. 2).

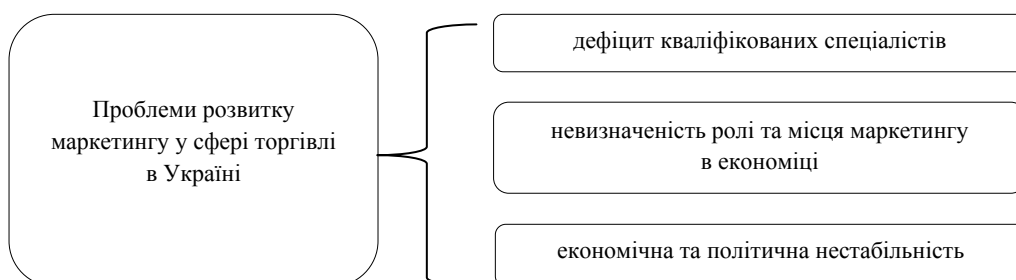


Рис. 2. Сучасні проблеми розвитку маркетингу в Україні [2]

Основна проблема полягає в тому, що економіка держави сьогодні знаходиться в тяжкому стані. Тільки із налагодженням нормального функціонування всієї економічної системи можна сподіватися на ефективну діяльність окремих її ланок, зокрема, на покращення економічного становища підприємств, адже маркетингова діяльність потребує певних затрат.

Діяльність в сфері дистрибуції, в першу чергу, пов'язана із маркетинговою стратегією збуту. Стратегія збуту – стратегія підприємства, що визначає можливості торгівлі, потребу для обслуговування, інтеграцію діяльності зі збуту та закріплює роль підприємства в ланцюгу продаж як невід'ємного елемента збутової діяльності [5].

Компанії-дистриб'ютори, в першу чергу, мають задовольнити всі бажання та вимоги виробника. Підприємства, що виробляють продукцію, прагнуть самі потрапити в роздрібну мережу, адже це забезпечує широке охоплення цільової аудиторії, підвищує імідж компанії. Та, в більшості випадків, торгові роздрібні мережі висувують ряд умов до постачальника, наприклад: оплата розміщення товару, оплата за постійне перебування в мережі, компенсація акційних пропозицій, що стимулюють попит (мережа не зацікавлена у зменшенні торгівельної націнки і, таким чином, додаткові затрати несе компанія-виробник або дистриб'ютор). В більшості випадків для підприємства-виробника дана система не завжди є ефективною, тому для здійснення ефективної діяльності зі збуту на різних рівнях торгівельних мереж просування продукції здійснює компанії-дистриб'ютор [6].

Саме тому імідж, можливості та економічне становище посередника відіграє важливу роль у його функціонуванні, тобто відповідає стратегічним завданням, що ставить перед собою виробник.

Для підприємства-дистриб'ютора можна виокремити наступні маркетингові заходи (табл. 1).

Таблиця 1

Основні заходи маркетингу для дистрибуційної компанії [2]

Заходи маркетингу	Значення для компанії
Визначення стратегії збуту	Формування чіткого плану діяльності підприємства зі збуту дає можливість контролювати усі економічні процеси підприємства, що пов'язані з безпосередньою діяльністю
Проведення акцій	За умови рентабельності, акція може сформувати імідж продукції, торгівельної марки тощо. Також, в залежності від виду акції, стимулювати збут тощо
Надання POS-матеріалів	Каталоги продукції та календарні плани проведення акцій, доречні для покращення іміджу при роботі з торговими мережами
Моніторинг конкурентів	Визначення товарів-конкурентів, їх постачальників, розуміння їх переваг та недоліків сприяє формуванню розуміння свого становища на ринку

Отже, судячи з проведеного дослідження (табл. 1), можна стверджувати, що компанії-дистриб'ютори повинні, в першу чергу, формувати чітку маркетингову багатоелементну стратегію, що дозволить закріпити своє положення на ринку. На сучасному етапі розвитку маркетингу в Україні потрібно розуміти необхідність його інтегрування в сферу дистрибуційної діяльності у вітчизняному просторі. Проведення багатоелементної стратегії прощтовування та підтягування товарів в роздрібні мережі, що підкріплюється належними затратами на формування іміджу, дозволить покращити становище дистрибуційних підприємств та покращить

товарообіг і товаронасиченість ринку різними товарами. Це зробить можливим охоплення всіх потенційних клієнтів, що, в свою чергу, підвищить прибутковість таких компаній.

### Бібліографічні посилання

1. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации – интегрированный подход. – СПб. : Питер, 2014. – 561 с.
2. Кримська Л. О. Галузевий аспект концентрації капіталу в Україні / Л. О. Кримська, Ю. О. Соколова // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки : зб. наук. праць.– Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2011. – С. 205–210.
3. Официальный сайт газеты «Дело» [Електронний ресурс] / Рейтинг крупнейших торговых сетей Украины. – Режим доступа : <http://delo.ua/business/rejting-kрупnejshih-torgovyhs-136590>.
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підруч. / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2002. – 712 с.
5. Важенина И. С. Имидж и репутация компании [Електронний ресурс] / И. С. Важенина // Advertology: Наука о рекламе. – 2006. – Режим доступа : <http://www.advertology.ru/index.php?name=News&file=article&sid=33727>.
6. Полстяна Н. В. Деякі аспекти системи дистрибуції в індустрії гостинності / Н. В. Полстяна // Економіка. Управління. Інновації. – 2016. – Вип. № 1 (16). – С. 180–188.
7. Ламбен Ж. Ж. Стратегічний маркетинг / Ж. Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 500 с.
8. Титоренко Г. А. Информационные технологии маркетинга : учеб. для вузов / Г. А. Титоренко. – К. : Знання–Прес, 2001. – 335 с.
9. Жуковські В. Маркетингові рішення у роздрібній торгівлі та ринкова торгівля на основі маркетингу / В. Жуковські // Молодь і ринок. – 2014. – № 6 (113). – С. 48–56.
10. Сухорська У. Р. Роль функцій маркетингу в управлінні підприємством / У. Р. Сухорська // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.–тех. праць. – Львів : НЛТУ України, 2006. – С. 410–413.
11. Занько І. М. Місце і роль класифікатора з асортименту в діяльності дистрибуційних компаній / І. М. Занько // Інститут підприємництва та перспективних технологій при Національному університеті «Львівська політехніка», 2007. – С. 100–110.

*Надійшла до редколегії 06.12.2016*

УДК 004.738.5:339.138

**Н. І. Дучинська, К. В. Гуляєва**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара*

## **РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

У статті досліджено передумови виникнення інтернет-комунікацій. Розглянуто сутність інтернет-комунікацій як головного чинника просування товарів та послуг на сучасному ринку. Проведено аналіз ринку інтернет-комунікацій в Україні. Доведено, що використання інтернет-комунікацій у сучасних умовах дає можливість більш ефективно вести бізнес в мережі Інтернет, а також будувати стійкі взаємозв'язки між покупцем та продавцем.

*Ключові слова:* маркетингові інтернет-комунікації, інтернет-маркетинг, інтернет-технології, особливості інтернет-маркетингу, перспективи інтернет-маркетингу.

В статье исследованы предпосылки возникновения интернет-коммуникаций. Рассмотрена сущность интернет-коммуникаций как главного фактора продвижения товаров и услуг на современном рынке. Проведен анализ рынка интернет-коммуникаций в Украине. Доказано, что использование интернет-коммуникаций в современных условиях дает возможность более эффективно вести бизнес в сети Интернет, а также строить устойчивые взаимосвязи между покупателем и продавцом.

*Ключевые слова:* маркетинговые интернет-коммуникации, интернет-маркетинг, интернет-технологии, особенности интернет-маркетинга, перспективы интернет-маркетинга.

**The article the preconditions for the emergence of Internet communications. The essence of Internet communications as the main factor in the promotion of goods and services on the market today. The analysis of the Internet communications market in Ukraine. It is proved that the use of Internet communications in modern conditions makes it possible to do business on the Internet more effectively, and build a sustainable relationship between buyer and seller.**

*Keywords:* internet marketing communication, Internet marketing, Internet technology, especially internet marketing, internet marketing prospects.

У сучасному світі, де відбувається бурхливий розвиток технологій, з'являються все нові шляхи просування компанії на ринок. У цих тенденціях з усіх наявних інструментів для досягнення цієї мети велике значення починає набувати Інтернет. Інформатизація суспільства проникає в усі сфери життя та впливає на всі без винятку галузі економіки. Підприємства все частіше переходять від традиційного ведення бізнесу до електронної комерції, а отже починають застосовувати у своїй діяльності маркетингові інтернет-комунікації.

Зважаючи на це, сучасне ведення бізнесу неможливе без застосування новітніх інформаційних технологій та усіх їх переваг і можливостей, що спонукає керівників підприємств постійно адаптуватися до сучасних реалій та застосовувати інтернет-комунікації у своїй діяльності.

Зважаючи на зростання та ускладнення інформаційних технологій, виникає необхідність проведення досліджень щодо створення та впровадження нових програм просування товарів та послуг в мережі Інтернет, їх практичної реалізації та, у той же час, ефективному керуванні цими всіма процесами.

Питанням специфіки функціонування комплексу маркетингових інтернет-комунікацій, особливостям сучасного інтернет-маркетингу, тенденціям його розвитку та розвитку Інтернет-маркетингу в Україні приділяли велику увагу такі зарубіжні та вітчизняні автори, як Ф. Котлер, Р. Уїлсон, А. Хартман, У. Хенсон, Є. Голубков,

І. Успенський, І. Литовченко, Ф. І. Вірін, Д. Халілов, Е. Розен, О. А. Петрик, В. М. Полонець, В. П. Пилипчук, А. П. Захарченко, М. А. Окландер, М. О. Артюхов, А. Ф. Павленко, А. В. Семенова, А. В. Войчак, Т. О. Примак, С. І. Широка та інші.

С. І. Широка надає більшої уваги формуванню нових стандартів комунікації у просторі Інтернет, а саме трансформації традиційних стереотипів поведінки споживачів під впливом глобальної мережі Інтернет [12].

А. В. Семенова ретельно досліджує передумови виникнення Інтернет-маркетингу на основі аналізу особливостей формування електронної торгівлі. Розглядає поняття електронної комерції як підґрунтя до виникнення Інтернет-маркетингу [11].

А. П. Захарченко розробила методологічну базу для чіткого кількісного обрахунку ефективності інтернет-комунікацій. Вона базується на визначенні кількості осіб із цільової аудиторії, до яких вже донесено певний зміст рекламного посилення [2].

Але, незважаючи на проведені дослідження, на сьогоднішній день тема щодо специфіки розвитку та застосування маркетингових інтернет-комунікацій в Україні не розкрита повною мірою.

Незважаючи на велику кількість робіт та розв'язаних питань стосовно Інтернет-маркетингу, велика кількість проблем ще не вирішені. Особливо це стосується перспектив становлення маркетингових інтернет-комунікацій в Україні.

**Метою статті** є виявлення сутності маркетингових інтернет-комунікацій як одного з головних інструментів просування товарів та послуг на сучасному ринку, аналіз застосування та подальшого розвитку їх в Україні.

Розвиток сучасної світової економіки характеризується підвищеною значимістю інформації та ефективної організації обміну нею між учасниками ринку. Інформаційний етап розвитку суспільства, який на сьогоднішній день стрімко розвивається, характеризується швидким розвитком інформаційних технологій, а також вільним доступом та використанням інформаційних ресурсів кожною людиною. На цьому етапі всі суспільні відносини реалізуються при постійному використанні інформаційно-комунікаційних технологій, які широко впроваджуються в усі сфери життєдіяльності людини – у виробничу сферу, побут, систему освіти тощо.

Проникнення всесвітньої мережі Інтернет у побут населення України відбувається трохи повільніше, ніж у розвинених країнах Західної Європи та Північної Америки. Але кількість українців, які користуються Інтернетом, за останні п'ять років збільшилась більше, ніж на 40 %. Сьогодні наша країна знаходиться у переліку лідерів щодо зростання чисельності інтернет-користувачів серед європейських країн та посідає 32 місце серед 198 країн світу за наявною їх кількістю. При цьому, показник проникнення Інтернету в Україні становить майже 50 % (у Європі – 65 %) [7].

Мережа Інтернет характеризується простотою та великою швидкістю отримання необхідної інформації, не має кордонів або відстаней, вона змінила, розширила можливості доступу та обміну інформації.

Треба відзначити, що у нашій країні, як і раніше, простежується лінійна залежність між віком і використанням Інтернету. Так, чим молодшим є користувач, тим глибше проникнення Інтернету. Розрив між поколіннями дуже значний: серед аудиторії віком 18–29 років питома вага користувачів становить 81 %, а серед аудиторії віком 70 років і більше – тільки 6 % користувачів [7].

В Україні спостерігається збільшення щоденного застосування Інтернету (в середньому близько 5 % на рік), що веде до зростання кількості постійних



споживачів його послуг. Аналіз даного показника є доволі важливим, адже внаслідок постійного перебування у віртуальному просторі у користувачів формуються певні звички до використання різних джерел інформації, вони в змозі піддаватися негативним тенденціям, які панують у світі. Все це може допомогти підприємству знайти свого потенційного клієнта в мережі Інтернет.

Інтернет-маркетинг або електронний маркетинг – це просування компанії, товару чи послуги за допомогою всесвітньої мережі Інтернет [1].

На сьогоднішній момент маркетингові можливості Інтернету є дуже значними та сприяють організації ефективної моделі функціонування компанії, її стабільному розвитку та ставлять підприємство у більш вигідне становище на ринку.

Технології мережі Інтернет можуть бути використані у різних сферах маркетингових комунікацій діяльності компаній:

- інформаційній – одержання комерційної інформації, електронні опитування, розсилки, спостереження за відвідувачами сайту компанії;
- комунікативній – організація PR-кампаній і телеконференцій, реклама, просування торгової марки, забезпечення зворотного зв'язку із споживачем;
- логістичній та сфері збуту – продажі та закупки через Інтернет-магазини, на сайтах компаній.

Інтернет-комунікації, як теорія і методологія організації маркетингу у гіпермедійному середовищі Інтернету, привносять нові особливості та переваги у традиційні маркетингові комунікації, а саме [1]:

- інтерактивність. Характерною рисою інтерактивної взаємодії є необхідність негайної відповідної реакції на отримання повідомлення або інформації, яка повинна знаходитися в контексті попередніх повідомлень;
- можливість максимально точного таргетингу;
- можливість постклік-аналізу, який веде до максимального підвищення таких показників, як конверсія сайту і ROI (коефіцієнт окупності інвестицій);
- дешевизна (відсутність витрат на заробітну платню, оренду і утримання офісів, у разі роботи живого співробітника – економія його часу). В Інтернеті усі витрати на утримання сайту – це хостинг, сервери та їх адміністрування;
- доступність цільових груп;
- швидкість отримання відгуку. Швидкість комунікації через Інтернет дуже висока. Ми можемо отримати відповідь на електронний лист вже через кілька хвилин після того, як написали свого;
- легкість моніторингу та дослідження ефективності комунікації.

Перелічені переваги не є кінцевими, тому Інтернет є ефективним інструментом ведення сучасної підприємницької діяльності.

Поряд з перевагами треба зазначити й проблеми, які існують на українському ринку. По-перше, відмінність між користувачем в Інтернеті та середньо статистичним жителем України залишається помітною і це потребує уваги при просуванні товарів та послуг. По-друге, спостерігається інформаційна переважаність більшості сайтів, що ускладнює залучення потенційних клієнтів. По-третє, рівень фінансової безпеки та конфіденційної інформації ще залишається на більш низькому рівні, порівняно з США та Західною Європою. По-четверте, дійсно професійних фахівців з інтернет-маркетингу наразі недостатньо, порівняно з тим попитом, який має ринок, але поступово в останні роки ситуація потрохи змінюється.

Використовувати різноманітні методи та форми інтернет-маркетингу необхідно, дотримуючись принципу комплексності, тобто поєднання різних видів в залежності

від мети, бюджету, особливостей пропонованого товару чи послуги, ринку та самого підприємства. Такий підхід дає найбільший ефект корисності, зменшення нерационального використання бюджету та збільшення продажів.

Застосування методів інтернет-маркетингу, на відміну від традиційних рекламних медіа (друкарських, радіо і телебачення), націлене на економію коштів (на заробітній платні співробітників відділу продажів і на рекламі), а також на розширення діяльності компаній (перехід з локального ринку на національний і міжнародний). При цьому, як великі компанії, так і малі, мають рівні шанси у боротьбі за ринок. Важливим моментом є також те, що на відміну від традиційних маркетингових методів просування, інтернет-маркетинг дає чітку статистичну картину ефективності маркетингової компанії [3].

Ефективність сучасних інтернет-комунікацій вже оцінюється не тільки кількістю показів реклами клієнта у заданому напрямку, але і кількістю переходів за нею на сайт, глибиною інтересу залучених користувачів на сайті. Спеціалісти досліджують таку інформацію: скільки часу на сайті провели користувачі, яку кількість і які сторінки завантажили тощо.

В Україні в умовах економічної нестабільності сфокусована інтернет-реклама, на протипагу телебаченню, стає найбільш привабливим засобом просування товарів і послуг торговельних підприємств. Сьогодні, зважаючи на високу вартість, телевізійна реклама втратила лідерські позиції і не оцінюється як найефективніше джерело реклами. Інтерактивність Інтернету дає змогу залучити потенційного покупця до діалогу шляхом участі у вікторинах, підписки на новини, збору думок і пропозицій щодо товарного асортименту та послуг, в режимі реального часу дізнатися, яка саме інформація найбільше його цікавить, і при необхідності оперативно скоригувати рекламну кампанію торговельного підприємства. Наявність веб-сайту покращує імідж торговельних підприємств, компаній і мереж, полегшує процес інформування клієнтів та ЗМІ про інноваційні зміни [3; 8].

Компанія Gemius опублікувала дані про інтернет-аудиторію України з урахуванням перетину на різних пристроях (комп'ютери, смартфони та планшети) [4]. Загальна інтернет-аудиторія в Україні, згідно даних за грудень 2015 року, становить 20,1 млн користувачів. На рис. 1 наведено розмежування користувачів в залежності від використаних технологічних засобів.

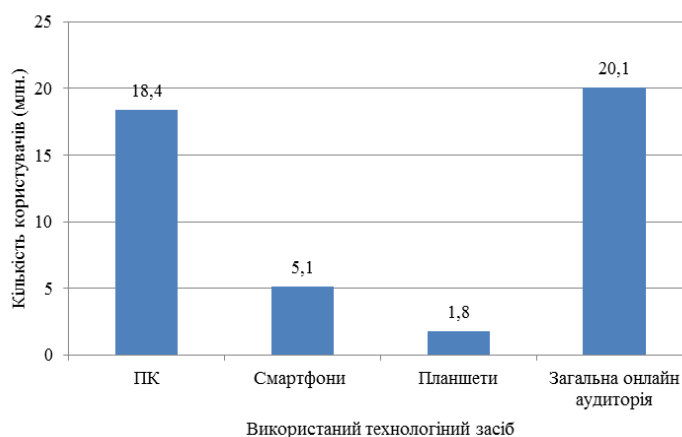


Рис. 1. Інтернет-аудиторія України на кінець 2015 р., млн чол.  
(джерело: побудовано автором на основі [4])

Експерти Всеукраїнської рекламної коаліції (ВРК) підвели підсумки витрат на загальні обсяги реклами в Україні у 2015 році та зробили прогноз ринку на кінець 2016 року (табл. 1).

Таблиця 1

## Загальні обсяги реклами в Україні, млн. грн

Вид	2014 р., млн грн	2015 р., млн грн	2015 р. у відсотках до 2014 р., %	Прогноз 2016 р., млн грн	2016 р. у відсотках до 2015 р., %
ТБ-реклама	3930	3986	1,4	4606	16
Преса	1670	1320	-21	1248	-5,5
Радіо	290	304	5	333	9
Зовнішня реклама	1030	952	-7,5	1045	10
Реклама в кінотеатрах	30	24	-20	26	10
Інтернет-реклама	2115	2355	11,5	2745	17
Всього	9065	8941	-1,4	10003	12

Джерело: узагальнено автором на основі [10].

Реклама в інтернеті стоїть на другому місці після ТБ-реклами. Згідно уточнених оцінок, рекламний інтернет-ринок у 2015 році виріс на 11 % і продовжив зростати на 17 % у 2016 році. За прогнозом експертів, найбільш активною має бути друга половина 2016 року. Тоді й можливе більш динамічне зростання інтернет-реклами.

Більш детально зупинимося на аналізі ринку інтернет-реклами в Україні (табл. 2).

Таблиця 2

## Ринок інтернет-комунікацій в Україні, млн грн

Напрямок (класифікація (ІАВ))	2015 р., млн грн	Прогноз 2016 р., млн грн	2016–2015 рр., %
Пошук	880	990	13
Банерна реклама, SMM, rich медіа	680	710	4
Спонсорство	120	160	33
Цифрове відео	325	455	40
Всього	2155	2515	17
Інший Діджитал	200	230	15
Всього	2355	2745	17

Джерело: узагальнено автором на основі [10].

Отже, спостерігається максимальне зростання у цифрового відео, у тому числі, завдяки YouTube-складовій. Доля мобільної реклами складе близько 10 % від об'єму банерної реклами і пошуку та покаже впевнене зростання у 2016 році. Всеукраїнська рекламна коаліція прогнозує, що за підсумками 2015 року обсяги розміщень відео роліків в онлайн зростуть на 40 %. За словами менеджерів з розвитку YouTube в Україні та країнах СНД, Україна з року в рік входить в топ-10 країн Європи за кількістю годин, проведених на YouTube.

Що стосується мобільної реклами, то у світі налічується більше мобільних пристроїв (смартфонів і планшетів), ніж стаціонарних комп'ютерів та ноутбуків. Користувачі все більше часу проводять зі своїми мобільними пристроями, тому немає нічого дивного в тому, що частка реклами, яка демонструється на мобільних пристроях, зростає. За даними Gemius, 25,4 % українців щомісяця користуються Інтернетом своїх мобільних пристроїв.

За даними AdMixer, за перше півріччя 2015 року обсяг розміщення мобільної реклами збільшився в п'ять разів. І хоча в абсолютних значеннях ця цифра ще невелика, можна констатувати, що 2015 рік став роком активного інтересу українських рекламодавців.

Інтернет надає маркетинговим комунікаціям більш різноманітні можливості для досягнення поставлених цілей, які традиційні засоби просто не в змозі надати. Через Інтернет-мережу в Україні, так як і в інших країнах, найбільш спритно продаються такі товари, як одяг, книги, косметика, комп'ютерна техніка тощо, тобто ті товари, які не потребують безпосереднього контакту з покупцем. Набуває також значення і розвиток просування через Інтернет різних послуг (туристичних, оренди житла, транспортних послуг, банківських та ін.).

Інтернет-маркетинг застосовує у своїй діяльності всі аспекти маркетингу в глобальній мережі Інтернет, який зачіпає основні елементи: продукт, ціна, місце продажу, просування.

Враховуючи ситуацію, що склалася сьогодні у сфері інтернет-маркетингу, можна спрогнозувати наступні напрямки розвитку цієї галузі у майбутньому:

- 1) зростання питомої ваги інтернет-торгівлі в сфері ринкових відносин, збільшення загального обсягу віртуального товарообігу;
- 2) посилення конкуренції між суб'єктами-учасниками інтернет-торгівлі;
- 3) у сегменті пропозиції інтернет-маркетингу – поява нових видів товарів;
- 4) у сегменті попиту – посилення рівня вимогливості клієнтів та збільшення їх критичності до процесу вибору конкретної пропозиції товарів [9].

Розвиток інтернет-маркетингу створює багато переваг для всіх суб'єктів ринкових відносин та нового ринку збуту продукції. В Україні використання Інтернету починає стосуватися майже всіх аспектів маркетингової діяльності багатьох підприємств. Це пояснюється тим, що традиційні інструменти маркетингу в Інтернеті стають більш ефективними та мають більші можливості.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Постійні зміни у світовій економіці, поява різноманітних технологій та пристроїв, які ще років десять або п'ятнадцять назад взагалі важко було уявити, суттєво пливають на життя кожної людини. Збільшення масштабів та ролі в житті мережі Інтернет, як у світі, так і в Україні, вимагає від бізнесу уміння пристосовуватися, тому на сьогодні інтернет-маркетинг є передовим засобом ведення підприємницьких справ та отримання прибутку.

Використання маркетингових інтернет-комунікацій надає можливості не тільки для більш ефективного управління маркетинговими зусиллями, а в той же час встановлювати та підтримувати постійні зворотні зв'язки з покупцем.

В останні роки ми спостерігаємо збільшення частки інтернет-комунікацій та інтернет-реклами серед інших традиційних засобів комунікації різних підприємств. Це пояснюється як переусвідомленням основних методів ведення бізнесу, так і тим, що на українському ринку з'являються компанії з накопиченим досвідом використання Інтернету у бізнесі, і це дозволяє їм виступати у ролі консультантів та допомагати підприємствам реалізовувати ефективну діяльність в мережі.

На українському ринку спостерігається постійний потенціал до росту інтернет-маркетингу, адже він спонукає до зростання виробничої сфери та, в той же час, і сфери послуг щодо обслуговування Інтернету.

В Україні існують деякі труднощі, проте компанії застосовують інтернет-комунікації майже на всіх стадіях своєї діяльності та вже обговорюють

недоцільність застосування Інтернету, а питання оптимального розміру бюджету для отримання найбільшого результату.

Отже, використання інтернет-комунікацій в сучасних умовах дає можливість більш ефективно вести бізнес в мережі Інтернет, будувати стійкі взаємозв'язки між покупцем та продавцем, проводити ефективний аналіз ринку та маркетингові дослідження, автоматизувати купівлі-продажі та інше.

### Бібліографічні посилання

1. Вирин Ф. И. Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов / Ф. И. Вирин. – М. : Эксмо, 2012. – 128 с.
2. Захарченко А. П. Кількісна оцінка ефективності інтернет-комунікації / А. П. Захарченко. – Інформаційне суспільство, 2013. – С. 103–105.
3. Інтернет маркетинг в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/1733>
4. Інформаційно-аналітичний центр «ЛІГА» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz.liga.net/all/all/stati/3177047-optimiziruy-eto-5-trendov-internet-marketinga.htm>
5. Іщук Н. М. Немасові явища в масовій комунікації інформаційного інтернет-простору / Н. М. Іщук // Наукові записки Інституту журналістики, 2013. – Т. 50. – С. 154–158.
6. Маркетинг у 2013 році : Результати бліц-опитування експертів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://strategi.com.ua/assets/files/12013.pdf>
7. Міжнародний веб-сайт InternetWorldStats [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.internetworldstats.com>
8. П'ятницька Г. Просування товарів і торговельних послуг засобами інтернет-реклами / Г. П'ятницька // Товари і ринки. – 2011. – № 1. – С. 49–58.
9. Сайт компанії «Артвізіком-Плюс» – однієї з перших компаній в сфері просування в мережі Інтернет [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.promosite.ua/ua/internet-marketing>
10. Сайт аналітичної компанії GfK Ukraine з маркетингових досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.gfk.ua>
11. Семенова А. В. Інтернет маркетинг в Україні: передумови виникнення, особливості становлення, перспективи розвитку // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2013. – № 10. – С. 413–417.
12. Широка С. І. Формування нових стандартів комунікації у просторі Інтернету / С. І. Широка // Гуманітарний часопис. – 2011. – № 3. – С. 30-36.

*Надійшла до редколегії 28.11.2016*

УДК 658.589:001.895

**Л. Ю. Луференко**

*Житомирський державний університет імені Івана Франка*

## **ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

**У статті досліджено сутність інноваційного маркетингу як засобу підвищення ефективності діяльності підприємств в конкурентному середовищі.**

*Ключові слова:* маркетингова політика, інновації, механізм, засоби комунікації.

**В статье рассмотрено понятие инновационного маркетинга как инструмента увеличения эффективности деятельности предприятий в конкурентной среде.**

*Ключевые слова:* маркетинговая политика, инновации, механизм, инструменты коммуникации.

**The article explain the main aspects of innovation marketing which is the tool of enterprises in the competitive area.**

*Keywords:* marketing policy, innovation, mechanism, communication tools.

В умовах економічної кризи актуалізується проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств за рахунок реорганізації в сфері інновацій у вигляді інноваційної маркетингової політики та формування ефективної стратегії її впровадження щодо освоєння нових ринків, зростання обсягу інвестицій і зниження всіх видів витрат.

Вагомий внесок у дослідження теоретичних і практичних аспектів інноваційного маркетингу зробили такі вчені, як: С. М. Ілляшенко, який розглядає проблеми управління підприємствами на засадах інноваційного маркетингу, зокрема проводить актуалізацію концепції для підвищення конкурентоспроможності підприємств як на національному, так і на світовому ринках; у працях Т. А. Васильєвої чітко визначені корпоративні стратегії щодо дослідження і сегментації ринку [8]; М. Ф. Зяйлик визначає інноваційний маркетинг як вид цілеспрямованої творчої діяльності підприємств [9]; О. І. Комаріст вивчає взаємозгодженість інноваційного маркетингу з елементами інноваційного процесу [10]. Також дослідженням маркетингу на інноваційних засадах займалися Ф. Котлер, К. О. Бояринова, Л. Ю. Оголева, М. Г. Чумаченко, Ж. Ж. Ламбен, П. Друкер, К. Фрімен, Ф. Хайек та інші вітчизняні та іноземні вчені. Проте недостатньо дослідженою залишається методична складова інноваційного маркетингу в ринкових умовах господарювання підприємств.

**Метою** даної публікації є визначення сутності та значення використання інноваційного маркетингу як одного із засобів підвищення конкурентоспроможності підприємств в ринкових умовах господарювання.

У процесі дослідження основних аспектів інноваційного маркетингу визначено, що його сутність полягає в прагненні компанії зайняти стратегічно вигідну позицію лідера в новій товарній категорії [11]. Відтак, потрібно правильно організувати її розробку, вгадати з продуктом, провести тестування і т. д. Як результат, для успішного виведення на ринок нового продукту компанія або розширює свою продуктову лінійку, або закріплює за собою нову товарну категорію. Тому, з метою максимального задоволення запитів і потреб, що базується на використанні нових ідей щодо товарів, послуг і технологій, які найкращим

чином сприяють досягненню цілей організації та окремих виконавців, інноваційний маркетинг може розглядатися в різних аспектах.

З однієї сторони, інноваційний маркетинг як філософія мислення:

1) пропонує систему мислення та ідеологічну основу підприємницької діяльності, яка полягає в орієнтації організації на основи маркетингу та досягнення конкурентних переваг при використанні інновації, важливою ознакою якої в ринкових умовах виступає новизна її технічних і споживчих властивостей.

Як аналітичний процес інноваційний маркетинг:

2) передбачає здійснення робіт дослідницького характеру: проведення маркетингових досліджень з метою вивчення кон'юнктури ринку, виявлення смаків споживачів; прогнозування динаміки попиту на інновацію; сегментацію і вибір цільового сегменту, розробку стратегії маркетингу для інновації тощо.

Як активний процес, інноваційний маркетинг:

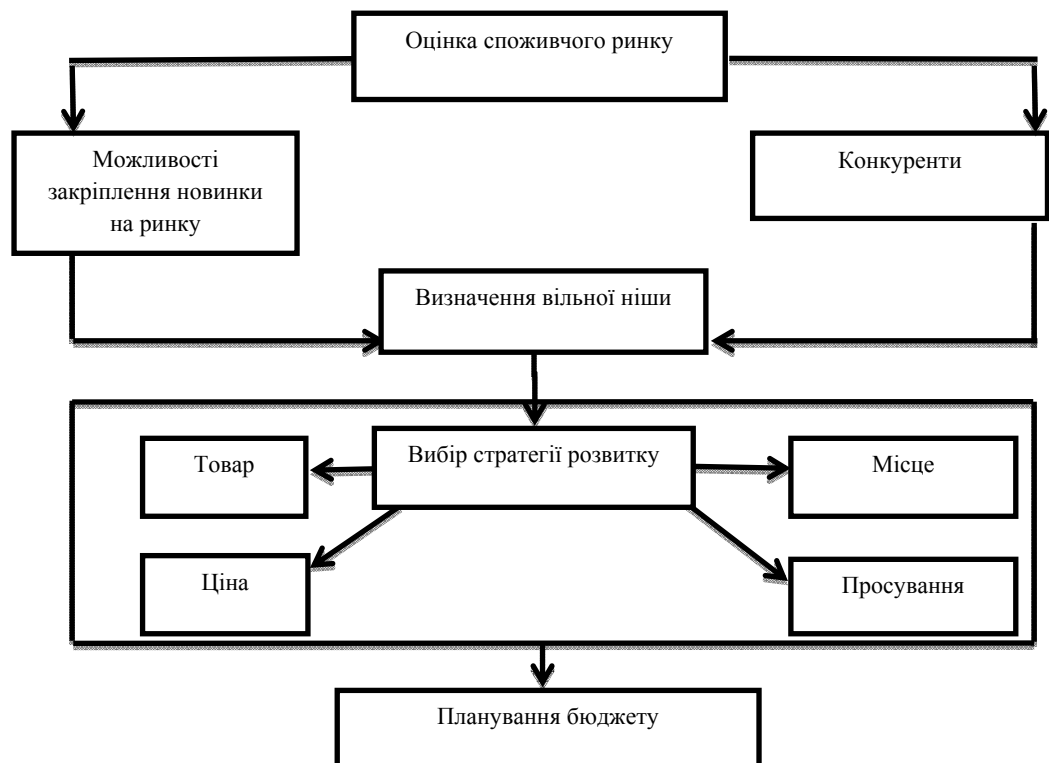
3) вирішує низку завдань, пов'язаних з позиціонуванням і просуванням інновації на ринок. Як функція інноваційного менеджменту, маркетинг інноваційний починається з етапу пошуку нових ідей щодо товарів, послуг і технологій, які найкращим чином можуть задовольнити існуючий і потенційний попит, з їх наступною матеріалізацією і комерціалізацією, і закінчується до етапу насичення життєвого циклу товару.

При цьому, за доцільне вбачається розглянути основні принципи інноваційного маркетингу, до яких можна віднести: націленість на досягнення кінцевого практичного результату інновації, орієнтацію на захоплення певної частини ринку нововведень згідно з довгостроковою метою, яка поставлена перед інноваційним проектом; інтеграцію дослідної, виробничої та маркетингової діяльності в систему управління підприємства; орієнтацію на довгострокову перспективу, яка вимагає проведення маркетингових досліджень, отримання на їх основі ідей щодо інновацій, які забезпечують високоефективну господарську діяльність; застосування взаємозалежних і взаємоузгоджених стратегій і практики активного пристосування до вимог потенційних споживачів інновації з одночасним цілеспрямованим впливом на їх інтереси.

При впровадженні маркетингу інновацій основою роботи усієї маркетингової служби є дослідження ринку і пошук конкурентної стратегії підприємства. Першочерговим завданням підрозділів маркетингу на початковому етапі пошуку інновації стає дослідження ринку: рівня попиту і конкуренції, поведінки покупця і динаміки його переваг, наявності конкуруючих продуктів і можливостей закріплення новинки на ринку. Відтак, стратегія інноваційного маркетингу складається з шести принципових етапів:

- 1) загальноекономічного аналізу ринку;
- 2) аналізу економічної кон'юнктури;
- 3) спеціального дослідження ринку;
- 4) розробки стратегії проникнення нововведення;
- 5) оперативних заходів маркетингу;
- 6) оцінки витрат і доходів від маркетингу.

Таким чином, інноваційний маркетинг у сучасному розумінні являє собою єдність стратегій, філософії бізнесу, функцій і процедур управління та методологічної основи. Тож він націлений на максимізацію прибутку і обсягів продажів, підтримки репутації фірми та розширення частини ринку (рис. 1).



**Рис. 1. Механізм розробки комплексу інноваційного маркетингу**  
(джерело: власні дослідження)

Основою функціонування цього механізму є розробка стратегії введення інновації на ринок. Тому, в структурі стратегічних маркетингових досліджень закладається аналіз кон'юнктури ринку з наступною розробкою сегментів ринку, організацією та формуванням попиту, моделюванням поведінки покупця. Ключовим моментом стратегії інноваційного маркетингу є дослідження та прогнозування попиту на новий товар, засноване на доскональному вивченні сприйняття споживачем нововведення. У ході стратегічних досліджень керівник інноваційного проекту повинен визначити: яку продукцію, за якою ціною, де і якої якості він буде пропонувати. Тому інноваційний маркетинг повинен бути орієнтований на тісний контакт маркетологів і соціологічних служб підприємства зі споживачем. Одним з найпоширеніших методів анкетування є метод Дельфі, який є основою сучасних методів опитування групи респондентів з необхідною можливістю подальших контактів з респондентами та глибинними дослідженнями результатів щодо сприйняття продукції з можливістю персоніфікації анкет [1]. При цьому, сучасні інноваційні методи електронної обробки інформації не доводять абсолютної адекватності своїх результатів, маючи неявні лінійні коливання, прямо пропорційні заданим обмеженням, не враховуючи персоніфікацію особистості [7].

Також, за даних умов для опитування споживачів з метою визначення їх відношення до споживчих характеристик продукції використовуються диференційовані методи оцінок. Великою популярністю користуються соціологічні опитування, які дають можливість визначити відношення споживачів до продукції підприємства, до різних методів рекламування товару, засобів його демонстрації. Та, якщо подібні дослідження проводяться регулярно, то можливо прослідкувати за змінами відношення покупців до товару і визначитись з потрібним комплексом



засобів для підвищення його ефективності, а також виявити аспекти, від яких в подальшому необхідно буде відмовитись [4]. При цьому заключним етапом є вибір стратегії розвитку та розробка і затвердження маркетингового бюджету.

Вибір стратегії розвитку тісно пов'язаний з просуванням новинки, що допомагає сформуванню у клієнтів уявлення щодо нової продукції підприємства та сформуванню іміджу підприємства. При цьому, дуже часто здійснення покупок клієнтами обумовлено, значною мірою, елементом переконання. У цьому випадку потрібно спостерігати за споживачем і визначити, що допомогло б покращити його життя або просто принесло б йому задоволення. Потрібно враховувати всі аспекти сучасного побуту споживачів і бути релевантним їх поведінці [5]. Тобто, підприємство повинне намагатися донести до відповідної групи клієнтів вірну інформацію про інноваційну продукцію, створення позитивного іміджу підприємства та його продукції. Якщо споживач ніколи не чув про новинку і підприємство, що її виробляє, то ймовірність того, що він купить продукцію такого підприємства, дуже низка. Те ж саме відбувається і тоді, коли у споживача сформувалося погане враження про підприємство чи продукцію в цілому.

Отже, для просування продукції вбачається за доцільне використовувати низку маркетингових інструментів залежно від її виду (табл. 1). Всі ці засоби теж можуть стати інноваційними, оскільки в кожному з напрямків можливий інноваційний підхід. Наприклад, в сфері PR є велике поле для інноваційної діяльності. Вже звичними є рекламні пости в блогах і соціальних мережах, ще нещодавно могли називатися самим новим і нестандартним інструментом просування. Зараз маркетологами активно освоюється ринок мобільних додатків та використовується таргетінг, при цьому, для досягнення максимально ефекту слід використовувати поєднання кількох видів таргетингу у певному порядку. Зокрема, залежно від виду товару необхідно визначити, на яку вікову категорію, стать, дохід він призначений, після чого визначити регіони, де реклама актуальна (наприклад, в тих, де потрібна концентрація рекламного повідомлення в залежності від диверсифікаційної ознаки продукції чи послуги підприємства). Відповідно від регіонів визначаються мова та час (який залежить від часового поясу регіону). В той же час, визначення цільової аудиторії повинно починатися з аналізу маршрутною карти користувача в інтернет-просторі, після чого здійснюється таргетинг за інтересами. Після проходження цих етапів, тобто після «захоплення» користувача та перших ознак формування його лояльності, доцільний ретаргетинг.

Таблиця 1

## Інструменти просування інноваційної продукції

Рекламна діяльність	Стимулювання збуту	Зв'язок з громадськістю	Персональний продаж
Преса та радіо	Інсталяції	Прес-релізи	Комерційні пропозиції
Direct mail	Демонстрації	Доповіді	Комерційні зустрічі
Телебачення	Events	Семінари	Бонусні заохочення
Брошури	Змагання та ігри	Щорічні звіти	Семплінг
Інтернет	Премії та подарунки	Спонсоринг	Ярмарки та виставки
	Знижки	Стипендії	
	Кредитування	Публікації	

Джерело: власні дослідження.

Відтак, активне використання середовища Інтернет з метою формування позитивного іміджу та залучення споживачів підприємства є основою підвищення

ефективності маркетингових інструментів. Зокрема, активна підтримка сайту підприємства за допомогою методів пошукової оптимізації корпоративного сайту (SEO), всебічного використання контекстної реклами, а також інноваційних банерів Richmedia та написання анонсів подій стосовно впровадження інноваційної продукції, дозволило досягти значного збільшення обсягів продажу на підприємствах молокопереробної галузі. Наприклад, за останні два роки спостерігається піднесення галузі в Житомирській області, хоча статистичні дані свідчать про уповільнення динаміки розвитку, проте питома вага інноваційних засобів маркетингу збільшилась, в порівнянні з 2013–2014 рр., практично вдвічі. Інноваційні засоби посідають перше місце серед інших інструментів маркетингу. Динаміку рейтингів інтернет-реклами молокопереробних підприємств Житомирської області можна прослідкувати на сайті GFKUkraine [2], де висвітлюються рейтинги реклами, що є відповідними показниками ефективності реклами відповідно до загальних продажів продукції. В кінцевому результаті динаміка рейтингів GRP ілюструє конкурентоспроможність молокопереробних підприємств як на національному, так і світовому ринках.

Також, понад 72 % інноваційних ідей, що успішно втілюються на ринку, стимулюються ринком, урядовими замовленнями, потребами самого виробника. Світова статистика свідчить, що, в середньому, із 100 успішно реалізованих нововведень близько 75 є реакцією виробника на потреби споживача або їх зміну на підвищення стандартів якості виробів, послуг, зміни асортименту і тільки 25 є результатом технічних ідей процесу НТП. Активізація ринкових впроваджень підсилюється активною конкурентною боротьбою, бажанням одержати конкурентні переваги та максимізувати прибуток, підвищити престиж підприємства, впроваджуючи креативні ідеї, змінюючи навколишнє середовище та знижуючи стресові фактори в сучасному суспільстві [3].

З іншої сторони, в інноваційному маркетингу принципове значення має питання його організації. Проте, у невеликих компаніях саме ці питання часто залишаються поза увагою керівника, який зосереджує всі свої зусилля на розробці нового продукту. В результаті багато проектів зазнають невдачі. Тому, приступаючи до підготовки нового проекту, необхідно приділити особливу увагу організації спеціального підрозділу, який буде вирішувати питання маркетингу нових розробок.

Водночас, на функціонування підприємств впливають іноземні компанії, які щороку захоплюють все більшу частку українського ринку. Тому, необхідно постійно збільшувати бюджет для впровадження інноваційної концепції маркетингу та проводити реорганізацію управлінської структури. Це пов'язано з тим, що реалізація основних засад інноваційного маркетингу передбачає розробку та реалізацію інноваційних проектів, управління якими не завжди можливе в межах існуючих організаційних структур. Тому, за доцільне передбачається впровадження нових підходів до організації роботи над проектами, які включають в себе певний синтез гнучкості і поточної роботи в різних пропорціях, а саме необхідними можуть бути: корпоративна організація проектів, незалежна організація проектів та матрична організація проектів.

Так, при корпоративній організації передбачається закріплення окремих проектів за функціональними підрозділами, керівники яких стають основними відповідальними особами за виконання проекту. З іншої сторони, матрична організація передбачає створення окремої структури, керівником якої є проектний директор, який координує планування та реалізацію всіх проектів підприємства.

Окрім цього, до його повноважень входить залучення експертів функціональних підрозділів до роботи проектною командою. Саме вона є більш ефективною в сучасних умовах функціонування, тому що дозволяє реалізовувати інтегративну функцію управління інноваційною та маркетинговою діяльністю, яка є необхідною відповідно до основних засад концепції інноваційного маркетингу. Так, до обов'язків голови проектною дирекції входить координація та взаємоузгодження роботи відділів, які залучені до реалізації інноваційних проектів. Виходячи з цього, керівник постійно отримує необхідну інформацію про процес розробки та реалізації проектів і може приймати відповідні координуючі дії.

Таким чином, в результаті прийняття рішення про перехід підприємства до концепції інноваційного маркетингу, доцільним є прийняття рішення про створення окремих груп, головною функцією яких є управління та реалізація інноваційних проектів, тобто реорганізація структури управління в модель матричного типу. Водночас, вбачається за доцільне впровадження концепції інноваційного маркетингу, що передбачає активізацію проведення маркетингових досліджень та стимулювання творчої і наукової діяльності персоналу. Таким чином, концепція інноваційного маркетингу передбачає розробку та впровадження нових методик стосовно проведення досліджень, а також нових методик стимулювання працівників.

Одночасно при інноваційному маркетингу необхідні цілеспрямовані дії щодо оновлення маркетингового інструментарію для стимулювання об'ємів продажу продукції з покращеними якісними характеристиками, які більш повно задовольняють потреби споживачів та максимізують ефект від споживання. Відтак, інноваційна команда – група, що займається інноваціями, в тому числі в маркетингу, повинна складатися з фахівців з різних галузей. Об'єднувати їх має прагнення працювати над новими підходами, продуктами або послугами, відсутність боязні провалу, свобода ідей і думок. До її складу обов'язково повинні входити люди з вищої ланки менеджерів і ті, хто безпосередньо відповідає за стратегію розвитку компанії. Саме вони зобов'язані усвідомлювати необхідність в інноваційному маркетингу, щоб ідеї отримали втілення і дали бажаний результат. Адже інноваційний маркетинг може зачіпати й питання скорочення ресурсів організації для здійснення тієї чи іншої діяльності, наприклад, інновації у сфері процесу виробництва нового товару та доставки його споживачу. Можливо інноваційна модель полягатиме в частковій передачі процесу виробництва іншим підрядникам чи навіть самому споживачу, як зробила компанія ІКЕА, коли почала продавати меблі в розібраному вигляді [6, с. 158]. І це теж інноваційний маркетинг, оскільки подібне рішення дозволило значно знизити витрати на збирання і скоротити вартість товару.

Отже, більша частина управління інноваційним маркетингом стосується корпоративного рівня підприємства та загальноекономічних проблем його функціонування. Також існує специфічна проблематика товарної політики підприємств, що свідчить про переважно емпіричний рівень обґрунтування та ситуативний підхід щодо менеджменту. В цьому контексті доцільним в процесі подальшого дослідження вбачається ідентифікація причин недостатньої ефективності інноваційного маркетингу. За таких умов пріоритетний напрям мають маркетингові дослідження інновацій за допомогою економіко-математичних методів і моделей. В сукупності зі статистичними, комплексними аналітичними та соціометричними методами можемо отримати стратегічну концепцію щодо рекомендацій формування ефективної інноваційної комунікаційної політики для отримання лідируючих позицій

в сучасному конкурентному середовищі. При цьому, ключовим завданням є обмін та постійна взаємовигідна взаємодія між науковими центрами та підприємствами, спрямована на втілення досягнень науки і техніки у нові товари, здатні задовольнити потреби й запити споживачів та забезпечити підприємству прибуток та адаптацію до умов сучасного ринку.

### Бібліографічні посилання

1. Ananthaswamy A. Metaphysicspecial: Whatisconsciousness? [Електронний ресурс] / A. Ananthaswamy. – Режим доступу : <https://www.newscientist.com/article/mg23130890-30>
2. Якісні глибинні дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.gfk.ua>
3. Ilgner A. Rethinkingthecommuter [Електронний ресурс] / A. Ilgner. – Режим доступу : <https://www.1843magazine.com/design/the-daily/rethinking-the-commuter>
4. Інтернет-аудиторія України 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://web-in-learning.blogspot.com/2012/08/inmind.html>
5. D'innocenzio A. Why Thank giving shoppers spentless this year [Електронний ресурс] / A. D'innocenzio. – Режим доступу : <http://time.com/4583028/thanksgiving-shopping-discounts-spending-black-friday>
6. Измайлова А. Инновационный маркетинг [Електронний ресурс] / А. Измайлова. – Режим доступу : <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=1458>
7. Walsh T. The worldin 2076: machines out smart us butwe're still on top [Електронний ресурс] / T. Walsh. – Режим доступу : <https://www.newscientist.com/article-topic/brains>.
8. Васильєва Т. А. Маркетинг і менеджмент [Електронний ресурс] / Т. А. Васильєва. – Режим доступу : <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua>
9. Зяйлик М. Ф. Особливості інноваційного маркетингу в Україні / М. Ф. Зяйлик, О. І. Вівчар // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – 2011. – № 5/2. – С. 185–190.
10. Комаріст О. І. Визначення сутності інновацій [Електронний ресурс] / О. І. Комаріст. – Режим доступу : [http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik\\_125/22.pdf](http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_125/22.pdf)
11. Федулова Л. Інноваційний розвиток: еволюція поглядів та проблем усвідомлення / Л. Федулова // Економічна теорія. – 2013. – №2. – С. 28–45.

*Надійшла до редколегії 18.11.2016*

УДК 658.212

**М. А. Прялін**

*ДВНЗ «Український хіміко-технологічний університет»*

**В. І. Гуцалова**

*Національна металургійна академія України, Інститут інтегрованих форм навчання*

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Враховання вимог споживача при створенні нових зразків продукції потребує постійно впроваджувати нововведення на основі використання останніх досягнень науки і техніки. Це одночасно з підвищенням науково-технічного рівня виробів ускладнює процес виробництва, що може привести до скорочення термінів активного попиту на окремі види продукції. Виникає необхідність застосування всебічних засобів зі скорочення термінів доведення нових зразків продукції до споживача без погіршення їх якісних характеристик.

*Ключові слова:* конкурентоспроможність, інформаційне забезпечення, автоматизація процесу розробки продукції

Для учета требований потребителя при создании новых образцов продукции необходимо постоянно внедрять нововведения на основе использования последних достижений науки и техники. Одновременно с повышением научно-технического уровня изделий усложняется производственный процесс, что может привести к сокращению времени активного спроса на отдельные виды продукции. Возникает необходимость применения средств по сокращению сроков доведения новых образцов продукции до потребителя без ухудшения качественных характеристик.

*Ключевые слова:* конкурентоспособность, информационное обеспечение, автоматизация процесса разработки продукции.

Valuation of consumer requirements in creating new types of products requires constantly innovation by using the latest achievements of science and technology. It is at the same time increasing the scientific and technical level of the products complicates the manufacturing process, which can lead to a reduction in terms of active demand for certain products. There is a need for a comprehensive means to reduce the time of bringing new types of products to the consumer without compromising quality.

*Keywords:* competitiveness, information supplying, automation of production development process.

Впровадження прогресивних технологій при виготовленні нових виробів є характерною ознакою розвинених країн світу. Ці нововведення (інновації) ґрунтуються на наукових знаннях, які дозволяють створювати наукомістку та конкурентоспроможну продукцію. В сучасних умовах значно підвищується вагомість технологій, які характеризуються наукомісткістю. Наукомісткість продукції підвищує її конкурентоздатність за рахунок збільшення життєвого циклу та рівня якості виробі. Постійне ускладнення нових конструкцій та технології їх виготовлення збільшує обсяги робіт та необхідних ресурсів. Це обумовлює актуальність вирішення питань з визначення необхідного переліку робіт при створенні нових виробів та їх певну послідовність, що дозволяє створювати конкурентоспроможну продукцію.

Автори роботи [1] вважають, що високий рівень наукомісткості продукції є сталою ознакою її конкурентоспроможності на світовому ринку. За результатами аналізу, наведеного в статті Н. В. Куркіна [2], в сучасних умовах виробництва інноваційний процес, яким необхідно керувати, охоплює фундаментальні, пошукові

та прикладні дослідження, нововведення в організації та управлінні виробничим процесом, розробку та виробництво нової продукції, дослідження та планування ринку, визначення перспектив збуту продукції, а також її сервісне обслуговування. За результатами досліджень, опублікованих в роботах [3; 4] видно, що труднощі з інвестуванням обмежують впровадження нововведень. Інвестування робіт з виготовлення більш наукомісткої продукції здійснюється, головним чином, за рахунок власних коштів підприємств. З метою підвищення ефективності інноваційної діяльності А. Д. Матросов і В. А. Матросова пропонують шляхи пошуку резервів підвищення ефективності для окремих етапів інноваційного процесу. Запозичення нововведень із зовнішнього середовища, на думку авторів, скорочує витрати ресурсів, необхідних для розробки нововведень [5]. У статті В. В. Іваниченко наводить шість напрямків економічного стимулювання конкурентоспроможності продукції: державне регулювання економічних відносин; фінансове забезпечення підприємства; здійснення маркетингової політики підприємства; організація виробничого процесу і структури підприємства; платоспроможний попит споживача та поведінка споживача [6]. На нашу думку, додаткові резерви з економії необхідних ресурсів підприємства для створення наукомісткої та конкурентоспроможної продукції можуть бути отримані при поліпшенні організації робіт та визначенні їх раціональної послідовності.

**Метою дослідження** є аналіз процесу створення нових виробів для виявлення шляхів забезпечення конкурентоспроможності та скорочення термінів виготовлення. Завданнями дослідження є виявлення:

- вагомості інформаційного забезпечення при створенні наукомісткої продукції;
- послідовності етапів та основних робіт по кожному з них в процесі розробки виробів;
- раціональної структури можливих автоматизованих систем при проектуванні виробів та технологічних процесів.

Створення нових виробів потребує проведення робіт з прогнозування, аналізу та узагальнення наукових розробок з метою визначення найбільш перспективних та раціональних шляхів розвитку технічних систем. У процесі проектування постійно обробляються значні інформаційні масиви. Інформаційне забезпечення процесу проектування передбачає: вивчення світового досвіду розробки аналогічних виробів, а також спеціальної літератури з технічних, економічних, соціальних проблем, які виникають чи можуть виникнути; аналіз патентної документації, експрес-інформації, каталогів комплектуючих виробів, стандартів, методичних розробок, довідників, періодичних видань.

Значну трудомісткість процесу проектування складають роботи із збору, аналізу необхідної попередньої інформації, а також проведення розрахункових та графічних робіт. Скорочення їх за рахунок пошукової інформації може зменшити можливі попередні варіанти проектних рішень, що забезпечує скорочення процесу проектування без погіршення якості нових розробок. Повнота інформації з перспективних розробок має особливо вагоме значення на ранніх стадіях створення нових виробів. Обмеження достовірності та повноти інформації збільшує обсяги необхідних корегувань раніше прийнятих конструктивно-технологічних рішень. Корегування раніше прийнятих технічних рішень пов'язано з додатковими витратами, які збільшують собівартість продукції і тим самим зменшують її конкурентоспроможність.

Розробка нововведень базується на наукових дослідженнях, які розподіляються на фундаментальні і пошукові. Фундаментальні дослідження визначають теоретичні закономірності, які можуть бути джерелом створення нових теоретичних ідей. Пошукові дослідження використовують результати фундаментальних досліджень і виконуються з метою визначення нових принципів створення виробів та технологій. За результатами випробувань визначаються шляхи практичного використання процесу проектування нових виробів. У цей період здійснюється уточнення окремих теоретичних питань і отримання конкретних наукових результатів. Поєднання всіх напрямків наукових досліджень, які необхідні для впровадження нововведень складає науково-дослідну підготовку виробництва, ефективність проведення якої суттєво впливає на технічний рівень нових розробок. Необхідність постійного підвищення цього показника нововведень ускладнює конструкцію нових виробів і підвищує вимоги до науково-дослідної підготовки виробництва. На нашу думку, якість проектування нових виробів можна вважати оптимальною, якщо вона максимально задовольняє потреби споживачів при відносно мінімальних витратах для їх досягнення [7].

Експериментальні дослідження підтверджують, чи не підтверджують працездатність і ефективність майбутніх нововведень. Використання експериментальних підтверджень дозволяє з високою імовірністю прогнозувати технічний рівень нових виробів. Для виявлення причин додаткових витрат при впровадженні нововведень необхідно сформулювати функції нових виробів і зробити їх класифікацію. Всі функції виробів розподіляються на основні та додаткові. Останні поділяють на потрібні та зайві. Із досвіду проектних робіт відомо, що до 7–10% функцій нових виробів можуть бути зайвими, від яких можна відмовитися. Основними причинами появи зайвих функцій можуть бути необгрунтоване ускладнення конструкцій та невірне розуміння конструктором умов експлуатації та вимог, які пред'являються до виробів. Виключення із конструкції зайвих функцій дозволяє підвищити рівень економічності та конкурентоспроможності технічних рішень. Результати науково-дослідної підготовки виробництва в подальшому використовуються в процесі технічної підготовки виробництва, яка розподіляється на конструкторську та технологічну. У процесі конструкторської підготовки виробництва розробляються принципово нові рішення, які забезпечують достатній рівень якості та конкурентоспроможності нових виробів. Конструкторська підготовка виробництва складається із комплексу робіт, які можна поєднати між собою за суттю в окремі групи. Ці групи робіт складають окремі етапи конструкторської підготовки виробництва, результатами яких є розробка технічного завдання, технічної пропозиції, ескізного проекту, робочої документації. На етапі технічного завдання визначаються з основними технічними, експлуатаційними і економічними вимогами до нової розробки. На основі аналізу і проробки технічного завдання складається технічна пропозиція, яка містить техніко-економічне обґрунтування доцільності створення нової конструкції. На етапі ескізного проектування розробляються базові конструктивні рішення, здійснюються основні розрахунки і техніко-економічне обґрунтування проекту. Після позитивного рішення по ескізному проекту починають розробку технічного проекту, в якому містяться закінчені технічні рішення і всі необхідні дані для розробки конструкторської робочої документації. На етапі розробки робочої документації створюють робочі креслення, проводять випробування дослідних зразків, а також необхідні корегування конструкторської документації за результатами проведених експериментів.

Технологічна підготовка виробництва складається із сукупності процесів, які забезпечують готовність підприємства до виготовлення в певні проміжки часу заданої кількості нових виробів необхідного рівня якості за умовою раціонального використання ресурсів. Вона передбачає технологічний контроль креслень, розробку технологічних процесів, проектування та виготовлення оснащення і спеціального інструменту. Одночасно розробляються та впроваджуються заходи з підвищення технічного і організаційного рівня виробництва з метою забезпечення можливості якісного виготовлення нових конструкцій виробів. Важливим напрямком технологічної підготовки виробництва є розробка технологічних процесів.

Вирішення завдань мінімізації термінів виконання проектних робіт без зменшення рівня їх якості може бути забезпечене шляхом впровадження автоматизованих систем проектування. Ефективність цих систем підвищується при комплексній автоматизації проектних робіт. В першу чергу, формалізованими і виконаними за допомогою електронно-обчислювальної техніки можуть бути процедури: пошук патентної, науково-технічної, нормативної інформації, а також комплектуючих виробів; розрахунки з економічного обґрунтування технічних рішень; графічні роботи зі створення та редагування текстових матеріалів. У сукупності всі ці процедури охоплюють значний обсяг виробничої діяльності проєктантів нововведень і можуть бути розподілені на такі підсистеми автоматизованої системи проектування:

- патентного науково-технічного пошуку;
- пошуку комплектуючих виробів;
- пошуку нормативно-технічної інформації;
- розрахунків технічних показників та техніко-економічних характеристик нововведень;
- створення специфікацій та виконання графічних робіт;
- розробки текстових матеріалів.

Підсистеми патентного науково-технічного пошуку, а також пошуку нормативно-технічної інформації та пошуку комплектуючих виробів створюють автоматизовані каталоги відповідних видів інформації: патентної, науково-технічної, стандартів та інших нормативних документів, комплектуючих виробів. Вони забезпечують автоматизацію пошуку та відображення інформації. Підсистема розрахунків технічних показників та техніко-економічних характеристик дає можливість автоматизувати проведення різних видів технічних розрахунків та визначити техніко-економічні показники нововведень. Підсистема створення специфікацій та виконання графічних робіт забезпечує автоматизацію розробки специфікацій та креслень, що суттєво скорочує трудомісткість конструкторської підготовки виробництва. Підсистема розробки текстових матеріалів створює умови для скорочення термінів їх підготовки за рахунок зменшення часу на корегування та роздруківку матеріалів. Скорочення термінів технологічної підготовки виробництва може бути забезпечено за рахунок створення систем автоматизованого проектування технологічних процесів. Система проектування технологічних процесів складається із окремих підсистем: автоматизованого пошуку технічної, нормативної та техніко-економічної інформації; проектування технології виготовлення виробів та їх складових частин; автоматизованого формування та відображення кінцевої інформації; формування попередніх даних для автоматизованих систем управління підприємством.



Підсистема автоматизованого пошуку технічної, нормативної та техніко-економічної інформації складаються із сукупності засобів та методів накопичення, зберігання, пошуку та відображення відповідних відомостей, які необхідні для розробки технологічних процесів. Вони використовуються для забезпечення швидкого пошуку відомостей про типові технічні рішення, технічні параметри, стандарти, нормативні документи та інші дані.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** За результатами дослідження виявлені основні напрямки поліпшення процесу створення конкурентоспроможної продукції, які полягають в забезпеченні процесу проектування повною та достовірною інформацією, в залученні патентів, ліцензій, авторських свідоцтв, а також у вилученні із нових розробок зайвих функцій. Мінімізацію термінів виконання проектних робіт без зменшення рівня їх якості пропонується забезпечити шляхом широкого використання автоматизованих систем проектування.

### Бібліографічні посилання

1. Антоненко Л. А. О методологических подходах определения инновационных приоритетов структурной перестройки экономики Украины / Л. А. Антоненко, И. О. Зинovieв // Вестник Харьковского государственного университета. Проблемы экономического развития. – 404'98 – X. : Основа, 1998. – С. 108–112.
2. Куркин Н. В. Организация инновационных процессов: проблемы переориентации / Н. В. Куркин // Вестник Харьковского государственного политехнического университета. Технический прогресс и эффективность производства. – 128'2000. – X. : Изд-во ХГПУ, 2000. – С. 39–43.
3. Куркин Н. В. Инвестиционная деятельность в Украине: оценка состояния, проблемы, перспектива / Н. В. Куркин // Вісник. Харківський державний економічний університет. Науковий журнал. – X. : Вид-во ХДЕУ, 2000. – №4(16). – С. 5–10.
4. Жиленкова М. Вплив іноземного капіталу на економіку України / М. Жиленкова // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В. М. Каразіна. Економічна серія. Проблеми прискорення розвитку економіки. – 2001. – № 530. – С. 100–105.
5. Матросов А. Д. Практика реализации резервов инновационной деятельности на машиностроительных предприятиях / А. Д. Матросов, В. А. Матросова // Вестник Харьковского государственного политехнического университета. Технический прогресс и эффективность производства. 128'2000. – X. : Изд-во ХГПУ, 2000. – С. 93–94.
6. Иваниченко В. В. Экономическое стимулирование и повышение конкурентоспособности продукции / В. В. Иваниченко // Вестник Харьковского государственного политехнического университета. Технический прогресс и эффективность производства. – 128 2000. – X. : Вид-во ХГПУ, 2000. – С. 36–38.
7. Городнича Н. М. Поліпшення конкурентоспроможності виробів шляхом забезпечення потрібного рівня сукупної характеристики якості продукції / Н. М. Городнича, В. І. Гуцалова, М. А. Прялін // Економічний простір.– Дніпропетровськ: Вид-во ПДАБА, 2011. – № 55. – С. 207–212.

*Надійшла до редколегії 05.12.2016*

УДК 339.138:007

**І. В. Тімар**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара*

## **ОСОБЛИВОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ СФЕРИ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

**У статті проведено аналіз основних тенденцій розвитку сфери готельних послуг України. Встановлено недоліки законодавчо-нормативної бази та проблеми методичного забезпечення статистичного обліку діяльності суб'єктів готельного бізнесу. Визначено перспективи подальшого розвитку сфери готельних послуг.**

Ключові слова: готельна послуга, послуги тимчасового розміщення, готель, суб'єкт, тенденції розвитку.

**В статье проведен анализ основных тенденций развития сферы гостиничных услуг Украины. Определены недостатки законодательно-нормативной базы и проблемы методического обеспечения статистического учета деятельности субъектов гостиничного бизнеса. Определены перспективы дальнейшего развития сферы гостиничных услуг.**

Ключевые слова: гостиничная услуга, услуги временного размещения, гостиница, субъект, тенденции развития.

**In the article we analyzed the main trends in the development of hotel services in Ukraine. It was established deficiencies of legislative and normative basis and problems methodological support of statistical records of activity of enterprises in hospitality services. We determined the prospects for further development of hotel services.**

Keywords: hotel services, temporary accommodation services, hotel, subject, development trends.

На сучасному етапі економічного розвитку підвищується значущість та роль сфери послуг у національних економічних системах більшості країн, в тому числі й України, про що свідчить збільшення загального обсягу наданих послуг, кількості суб'єктів господарювання та чисельності зайнятих працівників у сфері послуг. Одним із видів послуг, що в останні роки доволі динамічно розвивається, є туризм, з яким тісно пов'язують індустрію гостинності. Незважаючи на велику значущість для туристичної галузі, сфера гостинності набуває певної самостійності не тільки з точки зору організації бізнес-процесів, а й за рахунок підвищення своєї значимості для економіки країни в цілому з огляду на обсяги реалізації послуг, кількість господарюючих суб'єктів, кількість зайнятих тощо.

Україна має неабиякий туристичний потенціал, який використовується далеко не в повній мірі, що пов'язують із недосконалістю туристичної інфраструктури, зокрема сфери гостинності.

Різні аспекти функціонування сфери гостинності знайшли відображення у працях українських та закордонних науковців. Зокрема, сутність гостинності у її змістовій неоднозначності розглядав В. С. Мазур [1], проблеми організації туристично-готельного бізнесу досліджували П. Р. Пуцентейло [2], Г. А. Яковлев [3], Е. А. Балашова [4], сучасний стан національної готельної індустрії розглядали Л. С. Абрамова, Е. И. Михайлова [5] та інші. Але незважаючи на численні науково-практичні напрацювання, питання щодо особливостей функціонування ринку готельних послуг потребують постійного огляду, аналізу та переосмислення, що пов'язано з динамічними процесами, які протікають в сфері гостинності. Тож не

втрачають актуальності дослідження, пов'язані із встановленням особливостей, проблем та недоліків, які впливають на розвиток галузі, пошуком шляхів їх подолання та розробкою напрямків подальшого розвитку.

**Мета статті** – дослідження сучасного стану розвитку сфери готельних послуг, виявлення специфічних особливостей та проблем, що впливають на розвиток галузі, визначення шляхів подолання виявлених недоліків.

В сучасних наукових джерелах з економіки та бізнесу доволі розповсюдженим є термін «індустрія гостинності», що поєднує в собі різні види діяльності: розміщення, харчування, розваги, відпочинок, екскурсійне обслуговування туристів тощо. Основним її елементом вважають діяльність, пов'язану із наданням готельних послуг та організацією харчування туристів [1].

На сьогодні в Україні суб'єкти готельного бізнесу в своїй діяльності спираються на досить недосконалу та дещо застарілу нормативно-правову базу. Так, Закон України «Про туризм» [6], за яким визначаються такі поняття, як «готель», «готельна послуга», «аналогічні засоби розміщення», був прийнятий в 1995 році. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування» [7] та ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [8], згідно з якими проводять сертифікацію та категоризацію готелів, затверджено наказом Держспоживстандарту України в 2003 році. Процедура обов'язкової сертифікації готельних послуг регламентується положеннями, затвердженими Держстандартом України в 1999 році. Нормативно-правові акти, які регламентують діяльність у сфері готельних послуг, не тільки дещо застарілі; наслідком внесення змін та доповнень впродовж терміну їх дії стало формування розмитих, іноді незрозумілих і необґрунтованих, суперечливих та навіть взаємовиключних положень.

По-перше, це стосується закріплених на законодавчому рівні визначень таких понять, як «готельна послуга», «послуги з тимчасового розміщення», «готель», «аналогічні засоби розміщення», «інші засоби розміщення» тощо. Використання тих чи інших термінів для різних потреб та цілей призводить до їх різного трактування. Так, з метою статистичного обліку, який здійснює державна служба статистики, діяльність у сфері готельних послуг та гостинності поділяється згідно з кодами ведення економічної діяльності (КВЕД) на наступні види: 55.10 діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення, 55.20 діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання, 55.30 надання місць кемпінгами та стоянками для житлових автофургонів та причепів, 55.90 діяльність інших засобів тимчасового розміщування. При цьому, розмежування діяльності за кодом 55.10 та кодом 55.90 досить розмито, чітким є віднесення до коду 55.10 готелів та мотелів, які надають певний перелік як основних, так і додаткових послуг, а за кодом 55.90 визначається діяльність з надання місць тимчасового призначення в інших приміщеннях, які здають для тимчасового проживання. Тобто виникає ситуація, коли суб'єкти бізнесу обирають той чи інший КВЕД за самостійним визначенням назви об'єкту, в якому надають послуги (назвали готелем – отримали код 55.10, назвали іншим місцем тимчасового розміщування – код 55.90).

За законом «Про туризм» готелем є «підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням» [6].

Фактично на українському ринку функціонує велика кількість суб'єктів, що відповідають зазначеним вимогам, але не визначають себе у якості готелів, а працюють за кодом 55.90. За умови відсутності законодавчо-нормативного механізму, який би змусив такі підприємства обирати назву «готель», суб'єкти бізнесу вдало використовують недосконалість законодавства у власних інтересах. Зазначені недоліки нормативно-правової бази призводять також до проблем в статистичному обліку й звітності та, як наслідок, ускладнюють аналіз макроекономічних показників галузі. Наприклад, за даними Державної служби статистики кількість суб'єктів, які здійснювали діяльність з тимчасового розміщування й організації харчування, в 2015 році склали 58,4 тисяч, а кількість готелів та аналогічних засобів розміщування – 2478 одиниць (в 2014 р. – 57,6 тисяч та 2644 од., в 2013 – 52,1 тисяч та 3582 од., в 2012 – 44,1 тисяч та 3144 од. відповідно) (рис. 1).

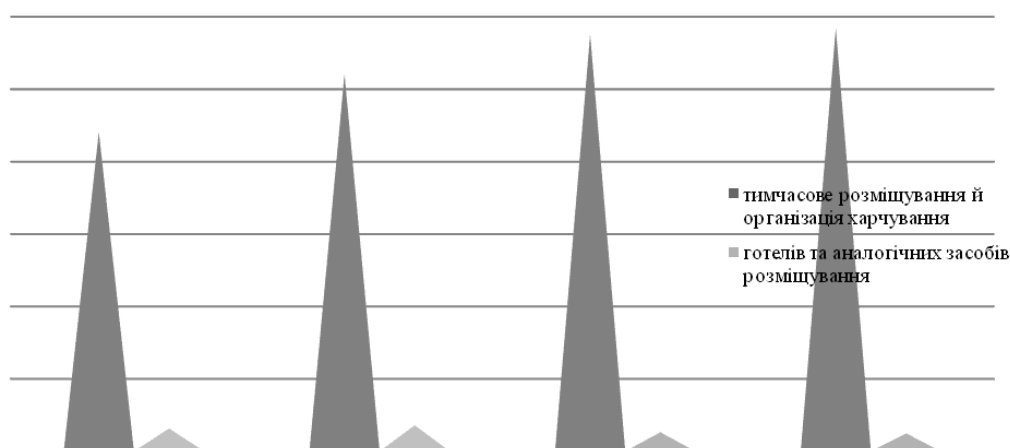


Рис. 1. Кількість суб'єктів, які надавали послуги з тимчасового розміщування та організації харчування в Україні у 2012–2015 роках (одиниць)\*

\* Побудовано автором за джерелом [5]

Чи можна вважати, що решта суб'єктів (56 тис. в 2015 році) функціонували у сфері громадського харчування? Очевидно, що не можна, хоча б з огляду на те, що послуги з тимчасового розміщування надають як фізичні особи-підприємці, так і юридичні особи, а до готелів, які звітують органам статистики, відносять тільки юридичних осіб.

В окремих спостереженнях ведуть облік кількості «колективних засобів розміщування» (статистичні дані, за якими, зазвичай, роблять висновок про стан галузі: (кількість суб'єктів, кількість місць у них та кількість розміщених), але до них також відносять тільки готелі й спеціалізовані заклади, що надають санаторно-курортні та лікувально-профілактичні послуги.

Отже, можна дійти висновку, що облік, який проводиться органами статистики, не можна вважати повним стосовно визначення загальної кількості суб'єктів господарської діяльності в сфері готельних послуг і послуг з тимчасового розміщування, що ускладнює дослідження зазначеного ринку та не дає бачення цілісної картини у галузі. Це, в свою чергу, створює певні труднощі при аналізі тенденцій та визначенні перспектив розвитку сфери готельних послуг.

Ще одна особливість функціонування сфери готельних послуг в нашій країні – це широкі можливості застосування різних організаційно-правових форм ведення бізнесу. На сьогодні в Україні готельні послуги та послуги з тимчасового розміщування надають суб'єкти, які зареєстровані в наступних організаційно-правових формах:

- акціонерні товариства;
- господарські товариства (переважно ТОВ);
- фізичні особи-підприємці.

Проведене дослідження показало, що у формі акціонерних товариств переважно працюють підприємства, які функціонують з радянських часів, і саме через процедуру приватизації набули статусу акціонерних товариств.

Господарські товариства, здебільшого у вигляді Товариства з обмеженою відповідальністю, є більш розповсюдженою організаційно-правовою формою, ніж акціонерні товариства. Зазвичай, така форма використовується у випадках, коли концепція організації бізнес-процесів передбачає створення юридичної особи.

Відносно новою організаційно-правовою формою ведення бізнесу у сфері надання послуг з тимчасового розміщування є фізична особа-підприємець. Такий суб'єкт підприємницької діяльності має можливість організувати бізнес практично з повним переліком ознак готельного підприємства, але при цьому мати наступні суттєві переваги:

- спрощену систему оподаткування, обліку та звітності;
- спрощені вимоги щодо отримання дозволів на початок робіт та ведення бізнесу;
- економію витрат на операційну діяльність за рахунок оптимізації організаційної структури підприємства та пільгового режиму оподаткування;
- спрощену процедуру фінансових та розрахункових операцій.

Саме вищезазначені переваги обумовлюють зростання популярності та динамічний розвиток суб'єктів готельного бізнесу, зареєстрованих «фізичними особами-підприємцями», що проявляється збільшенням їх кількості та зростанням обсягів реалізації послуг (табл. 1).

Як видно з таблиці, загальна кількість суб'єктів господарювання за аналізований період постійно зростала, при цьому кількість фізичних осіб-підприємців збільшувалась, а кількість підприємств – юридичних осіб скорочувалась. Так частка підприємств в загальній кількості суб'єктів господарювання зменшилась з 21,5 % до 13,7 %. Кількість найманих працівників, в цілому, по сфері діяльності скоротилась. Таке скорочення відбулось за рахунок зменшення чисельності працівників підприємств на 49 тис. осіб (або на 35 %) та найманих працівників фізичних осіб-підприємців на 20 тис. осіб (або на 16 %). Обсяги наданих послуг та реалізованої продукції за чотири роки збільшились на 5163 млн грн або на 21,5 %, при цьому збільшення на підприємствах склало 1731 млн грн (10,5 %), а у приватних підприємств в 2 рази більше – на 3 432 млн грн або на 46,5 %. Отже, проведений аналіз показав структурні зрушення в сфері готельних послуг у бік фізичних осіб-підприємців, про що свідчать більш високі темпи зростання як кількості суб'єктів господарювання, так і обсягів реалізації послуг. В загальній

кількості суб'єктів діяльності в сфері тимчасового розміщення та організації харчування майже 87 % складають фізичні особи-підприємці, які забезпечують 37 % обсягу наданих послуг.

Таблиця 1

**Динаміка основних показників суб'єктів, що здійснюють діяльність в сфері тимчасового розміщення та організації харчування в Україні за 2012–2015 роки \*\***

Показник	Рік	Усього	В тому числі		Структура, %	
			підприємства	фізичні особи-підприємці	підприємства	фізичні особи-підприємці
Загальна кількість суб'єктів господарювання, одиниць	2012	44085	9495	34590	21,54	78,46
	2013	52077	10096	41981	19,39	80,61
	2014	57553	7885	49668	13,70	86,30
	2015	58436	7700	50736	13,18	86,82
Кількість найманих працівників, тис. осіб	2012	264,3	137	127,3	51,84	48,16
	2013	267,5	132,6	134,9	49,57	50,43
	2014	213,2	101,5	111,7	47,61	52,39
	2015	195,2	87,9	107,3	45,03	54,97
Обсяги наданих послуг та реалізованої продукції, млн грн	2012	23906,6	16519,3	7387,3	69,10	30,90
	2013	30322,4	16726,9	13595,5	55,16	44,84
	2014	22684,6	14346,3	8338,3	63,24	36,76
	2015	29069,3	18250	10819,3	62,78	37,22

\*\* Складено автором на основі [9].

Таким чином, в межах правового поля нашої країни офіційно функціонують суб'єкти господарювання в різних організаційно-правових формах, які надають споріднені послуги (готельні та тимчасового розміщення). Особливістю застосування різних організаційно-правових форм ведення бізнесу в сфері готельних послуг є закритість такої інформації. На відміну від звичайної практики суб'єктів господарювання, які в контактній інформації вказують не тільки організаційно-правову форму, а й керівництво підприємства, готельні підприємства здебільшого таку інформацію не оприлюднюють. Натомість в міжнародній практиці повідомлення про власників та засновників бізнесу, оприлюднення організаційно-правової форми, історія створення є не просто відкритою інформацією, вона ще стає частиною організаційної культури та іміджу готельного підприємства [10]. В нашій країні така інформація взагалі не розглядається як іміджотворююча характеристика ні суб'єктами готельного бізнесу, ні споживачами.

Ще однією тенденцією розвитку ринку готельних послуг в останні роки є поява великої кількості суб'єктів, які надають послуги з тимчасового розміщення у вигляді короткострокової (по-добової) оренди апартаментів, будинків, котеджів та навіть квартир у багатоквартирних будинках. При цьому, такі суб'єкти можуть надавати великий перелік послуг, що можна віднести до готельних, окрім тих, які складно надати з організаційних, технічних, юридичних та інших причин (наприклад, на місці розміщення споживача не можна організувати роботу перукарні, закладів харчування, зону приймання). Але, незважаючи на певні обмеження, такі суб'єкти вже стали повноцінними гравцями на ринку. В умовах мінливого конкурентного середовища вони вдало конкурують за споживача послуг, забезпечуючи, насамперед, індивідуальний підхід до кожного клієнта

через створення атмосфери гостинності, а також через цінову конкуренцію шляхом встановлення нижчих цін, ніж у готельних підприємствах за аналогічний рівень комфорту та обслуговування. За умови нижчого рівня поточних витрат на ведення бізнесу такі суб'єкти мають можливість не тільки знижувати ціни, а й отримувати прибуток та забезпечувати достатній рівень рентабельності. З точки зору законодавства така діяльність не заборонена, але потребує реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності, що деякі роблять, а деякі – ні, тобто працюють повністю у «тіньовій зоні» як з точки зору оподаткування, так і з позиції отримання дозвільних документів, категоризації тощо. Можна дискутувати про законодавче поле діяльності таких суб'єктів, можна сперечатись про теоретико-методологічне обґрунтування їх віднесення до суб'єктів галузі, але безперечно необхідно враховувати не тільки сам факт їх існування, а й розглядати як повноцінних гравців, що займають певну нішу на ринку готельних послуг. Так, наприклад, у м. Дніпро та м. Харкові на різних інтернет-сайтах, що рекламують готельні послуги або організують бронювання місць в готелях та інших закладах, від 55% до 64% загальної кількості заявлених варіантів проживання складають пропозиції розміщення в апартаментах, але фактично – в квартирах багатоквартирних будинків. При цьому, непоодинокі випадки, коли такі заклади в рекламі представлені як міні готелі. Це яскраво ілюструє відчутний вплив діяльності зазначених суб'єктів на розвиток галузі в цілому.

Щодо привабливості готельного бізнесу можна зазначити наступне: в цілому по галузі (за офіційними даними) спостерігається збитковість діяльності підприємств, при чому, якщо в 2012 році рентабельність складала 1,1 %, в 2013 році вже 2,8 %, то в 2014 році збитковість досягла майже 26 %, а в 2015 скоротилась до 17,3 %. Позитивною тенденцією можна вважати скорочення частки підприємств готельної сфери, які є збитковими. Так, якщо в 2012 році збиткові підприємства склали 43% загальної кількості підприємств галузі, то в 2015 році їх частка скоротилась до 28%, але сума отриманих ними збитків постійно зростала і в 2015 році склала 7545 млн грн проти 1676 млн грн у 2012 році. За відсутності статистичних даних щодо рівня рентабельності діяльності фізичних осіб-підприємців в цілому по країні важко зробити висновок щодо фінансової та інвестиційної привабливості галузі. Але дані про наявність прибуткових підприємств говорять про те, що ефективність діяльності в даній сфері залежить не стільки від макроекономічних тенденцій, скільки від здатності суб'єктів готельного бізнесу використовувати власний потенціал та формувати конкурентні переваги, що дозволить забезпечити високу результативність господарської діяльності.

На підставі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки. Ринок готельних послуг нашої країни динамічно розвивається, про що свідчить збільшення кількості суб'єктів бізнесу, які здійснюють діяльність в зазначеній сфері, та зростання обсягів наданих ними послуг. В даній галузі функціонують суб'єкти різних організаційно-правових форм, юридичні особи та фізичні особи-підприємці. Законодавчо-нормативна база, що регламентує діяльність в сфері готельних послуг, є застарілою і недосконалою, що потребує кардинальних змін в законодавстві, прийнятих на науково-методичних засадах. Це, в свою чергу, вимагає подальших наукових досліджень та розробок в частині уточнення понятійного апарату та вдосконалення методології статистичного обліку. В цілому

можна вважати, що галузь є перспективною, а для забезпечення ефективності господарської діяльності суб'єктам готельного бізнесу необхідно застосовувати науково обґрунтовані механізми та інструменти.

### Бібліографічні посилання

1. Мазур В. С. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу / В. С. Мазур // Журнал європейської економіки. Видання Тернопільського національного економічного університету. – 2015. – Том 14 (№ 3). – С. 273–286.
2. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
3. Яковлев Г. А. Экономика гостиничного хозяйства : учеб. пособ. / Г. А. Яковлев. – М. : РДЛ, 2006. – 328 с.
4. Балашова Е. А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса / Е. А. Балашова. – М. : ООО «Вершина», 2005. – 176 с.
5. Абрамова Л. С. Проблемы конкурентоспособности гостиничного хозяйства Украины / Л. С. Абрамова, Е. И. Михайлова // Вісник СевНТУ. Серія: Економіка і фінанси. – 2010. – №109. – С. 3–7.
6. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80/page>
7. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.tic.in.ua/?page\\_id=4415&lang=uk](http://www.tic.in.ua/?page_id=4415&lang=uk)
8. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.zota.org.ua/norm-base/item/download/17\\_f21e43b621e78f52d1067e420272952f](http://www.zota.org.ua/norm-base/item/download/17_f21e43b621e78f52d1067e420272952f)
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
10. Grynko T. V. Organizational culture and image as a factor in the competitiveness of tourism and hotel enterprises / T. V. Grynko, O. P. Krupskyi, I. V. Timar // National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine: Collective monograph. – Vol. 3. Poland : Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2016. – P. 252–270.

*Надійшла до редколегії 07.12.2016*



УДК 005.336.4

**О. В. Торба**

*Університет державної фіскальної служби України*

## **ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ, ОЦІНКА, СТРУКТУРА**

**У статті розглянуто теоретичні дослідження сутності та структури інтелектуального капіталу, необхідність його оцінки в рамках облікової роботи для перспективного розвитку підприємства.**

*Ключові слова:* інтелектуальний капітал, інтелектуальний потенціал, людський капітал, структурний капітал, споживчий капітал, оцінка інтелектуального капіталу.

**В статье рассмотрены теоретические исследования сущности и структуры интеллектуального капитала, необходимость его оценки в рамках учетной работы для перспективного развития предприятия.**

*Ключевые слова:* интеллектуальный капитал, интеллектуальный потенциал, людской капитал, структурный капитал, потребительский капитал, оценка интеллектуального капитала.

**The article deals with theoretical research of essence and structure of intellectual capital, the need for its evaluation in the framework of the accounting work for the future development of the enterprise.**

*Keywords:* intellectual capital, intellectual potential, human capital, structural capital, consumer assets, valuation of intellectual capital.

**Мета статті.** Конкурентні переваги і лідерство підприємства в процесі ринкових відносин базуються на ефективному використанні особливих за своєю суттю нематеріальних ресурсів, які сприяють інтенсивному інноваційному розвитку, їх називають інтелектуальним капіталом.

Для дослідження інтелектуального капіталу з метою одержання економічної вигоди потрібно ідентифікувати його складові компоненти, оцінити перспективи, напрями та ефективність їх використання. Однак багатогранність і неоднозначність тлумачення даного поняття до цього часу викликають суперечливість у підходах до з'ясування сутності та структури інтелектуального капіталу, ускладнюючи, у свою чергу, оцінку його окремих складових, що призводить до вибору неадекватного впливу на конкурентноздатність корпорації. Означене вище спонукало до написання даної статті.

В сучасних умовах розвитку економіки країни все більшого значення набуває інтелектуальний капітал, тому питання його сутності, можливості відображення в обліку для цілей управління все більше привертає увагу економістів-дослідників. Це пояснюється тим, що з розвитком ринкової економіки відбувається зростання розуміння цінності інтелектуального капіталу, яка безпосередньо впливає на забезпечення конкурентних переваг підприємства та збільшення доходу від результатів діяльності. Як зазначають С. М. Войт та С. Б. Холод [1, с. 25], «... саме інтелектуальний капітал в сучасних умовах є ключовим фактором економічного зростання і головною цінністю суспільства», що підтверджує важливу роль інтелектуального капіталу в управлінні підприємством.

Вперше поняття інтелектуального капіталу було використано у 1969 році Дж. Гелбрейтом, одним з відомих економістів-теоретиків ХХ століття у праці «Знание – как капитал» [2]. Автор мав на увазі під цим терміном результат

інтелектуальних здібностей людини, адже вони є визначальним багатством будь-якої компанії.

Визнаними у світі піонерами з вивчення інтелектуального капіталу є Лейф Едвінссон і Майкл Мелоун. В їх книзі «Интеллектуальный капитал» [3] чітко сформульовані визначення та висновки, які підкріплені даними прикладних соціологічних досліджень та реально використовуються в практиці сучасних корпорацій. Автори відносять до інтелектуального капіталу фактично усі види ресурсів, до яких неможливо застосувати традиційні оцінки корпорацій. Ними виділено у структурі інтелектуального капіталу дві головних складові – «людський» капітал (human capital) та «структурний» капітал (structural capital), головною особливістю яких є те, що кожна з них породжена знаннями людини. Сукупність цих знань визначає приховані джерела цінності, які наділяють компанію нетрадиційно високою ринковою оцінкою.

Сутність інтелектуального капіталу досліджено у багатьох наукових працях, зокрема: К. Арабяна, Е. Брукінга, А. Буєвича, Ю. Воробей, Дж. Гелбрейта, М. Добія, І. Зеліска, В. Зінова, Д. Клейна, Р. Матезіча, О. Малишка, Б. Мильнера, М. Мелоуна, Л. Нападовської, О. Попело, Л. Прусака, К. Самаряна, Ш. Сандера, Т. Стюарта, Л. Едвінссона та інших. Але різноманіття поглядів та пропозицій щодо структури інтелектуального капіталу дає підстави стверджувати, що дослідження в цьому напрямку не втрачає актуальності та має тривати.

Першим дослідником природи інтелектуального капіталу є Томас Стюарт (Thomas Stewart). Він вважав, що «інтелектуальний капітал – це сума знань усіх працівників компанії, що забезпечує її конкурентоспроможність» [3, с. 11].

Цей феномен також досліджено у працях Е. Брукінга, А. Буєвича, Ю. Воробей, В. Іноземцева, Д. Клейна, О. Малишка, Б. Мильнера, Л. Нападовської, Л. Прусака та інших. В табл. 1 наведені визначення інтелектуального капіталу, запропоновані ними.

К. Арабян вважає інтелектуальний капітал складовою інтелектуального потенціалу: «інтелектуальний потенціал (знання компанії) являє собою сукупність усіх формалізованих і неформалізованих знань компанії та вміщує три основних компоненти: інтелектуальний капітал, інформаційний капітал, людський капітал» [13, с. 5–8].

О. Кудирко вважає «нематеріальні активи» більш широким поняттям, якому притаманні всі аспекти невідчутних активів, воно включає у себе інтелектуальні складові [14, с. 34].

Дехто з дослідників ототожнює поняття «інтелектуальний капітал» з нематеріальними активами (Е. Брукінг, К. Прахалд, П. Санчез, Л. Едвінссон [15, с. 62]), але це поняття більш широке і включає в себе нематеріальні активи.

Аналіз цих праць та іншої сучасної економічної літератури показав, що сутність інтелектуального капіталу розкривається через визначення його структури, призначення, можливостей управління ним з метою одержання доходу.

Як ключовий чинник і стрижень інтелектуальної економіки інтелектуальний капітал має такі специфічні ознаки:

- не є матеріальним активом у традиційному розумінні, хоч форми, яких набувають інтелектуальні активи, можуть бути матеріальними;
- перебуває одночасно у формах запасу і продукту, його споживання є водночас його примноженням;
- зберігається та нагромаджується у специфічних, нетрадиційних формах;
- є основним компонентом визначення ринкової вартості сучасних підприємств.

Таблиця 1

## Визначення інтелектуального капіталу у працях науковців

№	Автори	Визначення поняття «інтелектуальний капітал, джерело
1	Е. Брукінг	Термін для позначення нематеріальних активів, без яких компанія не може ефективно функціонувати, та які підсилюють конкурентні переваги. Складовими інтелектуального капіталу є: людські активи, інтелектуальна власність, інфраструктурні і ринкові активи [5, с. 360]
2	А. Буєвич	Інтелектуальні активи, що є результатом розумової діяльності і захищені законодавчо [6, с. 84]
3	Ю. М. Воробей	Це категорія, що характеризує економічні відносини, які виникають з приводу формування, використання й відтворення людського інтелектуального капіталу підприємства, інтелектуальних ресурсів та інтелектуальних продуктів з метою отримання доходу в процесі економічного розвитку підприємства [7, с. 40]
4	І. М. Зеліско, Г. Ю. Пономаренко	Це сукупність економічних відносин, які виникають між підприємцями та найманими працівниками – власниками індивідуального інтелектуального капіталу щодо пошуку, перетворення, збагачення, дифузії (поширення) і використання знань, генерованих інтелектом, а також розподілу та перерозподілу створеної доданої вартості, що позитивно динамізує процес капіталізації підприємства [8]
5	Д. Клейн, Л. Прусак	Інтелектуальний матеріал, формалізований і зафіксований, що використовуються для виробництва активів з вищою вартістю [9, с. 86]
6	О. В. Малишко	Термін використовується «для охоплення усіх невідчутних або нефізичних активів і ресурсів організації, які звичайно не мають оцінку у її балансовому звіті (крім об'єктів інтелектуальної власності), тобто її процесів, інноваційної здатності, неявного знання її членів, а також мережі контактів останніх» [10, с. 164]
7	Б. Мільнер	Сукупність інтелектуальних активів, до яких можуть бути віднесені: 1) ринкові активи; 2) інтелектуальна власність як актив (патент, авторські права, торгові марки товарів та послуг, ноу-хау і т. ін.); 3) людські активи (сукупність колективних знань співробітників підприємства, їх творчих здібностей, лідерські якості та інше); 4) інфраструктурні активи (технології, методи і процеси, які роблять можливою роботу підприємства) [11]
8	Л. Нападівська М. Добія Ш. Сандер Р. Матезіч	Специфічний курс у вигляді спеціальних знань, навичок та вмінь, здатності людей до участі у процесі виробництва, сукупність втілених у них потенціальних можливостей приносити дохід або створювати певні інноваційні ресурси для наступного виробництва якісно нових товарів, послуг та створення інших ноу-хау [12, с. 350]

Отже, інтелектуальний капітал – це складне нагромадження сукупності знань в процесі інтелектуальної діяльності, а також досвіду, навичок, творчості, здібностей, взаємовідносин, що мають економічну цінність і використовуються у процесі виробництва та обміну з метою одержання доходу.

Але повернемося до його структури, тому що для управління інтелектуальним капіталом і ефективного його використання важливими є питання саме його структури.

Питанням структури інтелектуального капіталу, його елементам присвятили наукові праці згадані Л. Едвінссон, М. Мелоун, Л. Нападівська, Ю. Воробей, В. Зінов, К. Самарян і багато інших авторів. Варто зазначити, що дехто з них розглядають інтелектуальну власність як складову інтелектуального капіталу, досліджуючи в кінцевому результаті економічну сутність, оцінку та облік нематеріальних активів. Однак, це лише часткове вирішення проблем управління інтелектуальним капіталом, які стосуються методології та організації його обліку як стратегічного ресурсу функціонування бізнесу.

Розглянемо структуру інтелектуального капіталу за Л. Едвінссоном і М. Мелуоном (рис. 1) [13, с. 434].

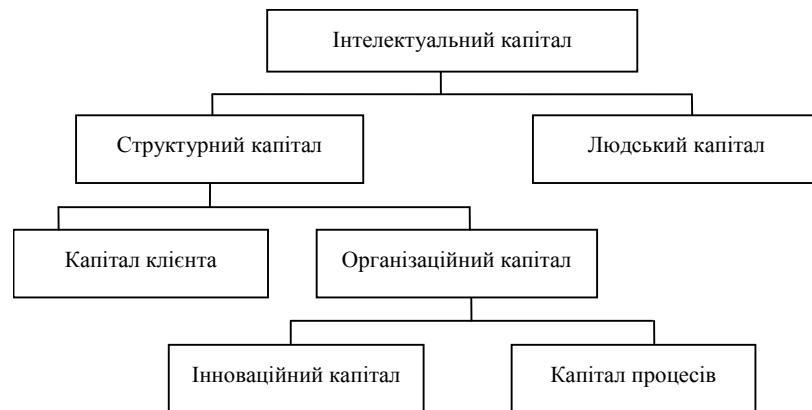


Рис. 1. Структура інтелектуального капіталу [17, с. 434]

Однак дана структура інтелектуального капіталу містить інформацію щодо складових структурного капіталу, але елементи людського капіталу в ній виокремленні, хоча з позицій менеджменту для повноцінного використання інтелектуального капіталу потрібне поєднання всіх його компонентів.

На думку В. Зінова і К. Самаряна, інтелектуальний капітал має три складові: людський капітал (сукупність знань, навичок, творчих здібностей тощо); структурний капітал (програмні засоби ЕОМ, програмне забезпечення, бази даних, організаційна структура, патенти, товарні знаки, різноманітні організаційні механізми); споживчий капітал (майбутні споживачі інтелектуального товару і його здатність задовольняти очікування споживачів) [16, с. 23–25].

Людський капітал є сукупністю знань, практичних навичок і творчих здібностей службовців компанії, які застосовуються при виконанні поточних завдань. Іншими його складовими є моральні цінності компанії, культура праці та загальний підхід до справи [7, с. 40]. Він не може бути власністю компанії.

До категорії структурного капіталу включають технічне і програмне забезпечення, організаційну структуру, патенти, торговельні марки і все те, що дозволяє працівникам компанії реалізувати свій виробничий потенціал – те, що залишається в офісі після того, як службовці йдуть додому [7, с. 40].

В монографії Л. Нападовської розглянуто, зокрема, пропозиції В. Єфремова, який «пропонує виділяти окремо інтелектуальний, людський і структурний капітал» [12, с. 352]. При цьому він так характеризує їх:

- інтелектуальний капітал – це знання, які є в розпорядженні підприємства, наприклад програмне забезпечення;
- людський капітал – це вартість взаємовідносин працівників підприємства, наприклад, із клієнтами, підрядниками, фахівцями зі сторони тощо, яка визначається через вартість нагромадженого ними практичного досвіду;
- структурний капітал – це досвід і майстерність організації в цілому, втілені в організацію процесів і систем у ній, її стратегії і тактика діяльності.

Л. Нападовська підкреслює: «...ураховуючи різноманітні дублювання окремих елементів інтелектуального капіталу, пропонувані різними авторами, очевидно, що до основних його елементів можна віднести людський, клієнтський та

структурний капітал, який, у свою чергу, складається з інтелектуальної власності та активів інфраструктури» (рис. 2) [12, с. 352].

Людський капітал охоплює природний потенціал (здоров'я, здібності) та набуті протягом життя здібності й спеціальні навички персоналу (освіта, кваліфікаційний рівень), лояльне ставлення до фірми і володіння конфіденційною інформацією.

Клієнтський капітал – це відносини з покупцями, лояльність клієнтів, контракти, портфель замовлень, франшизи, ліцензійні угоди, репутація тощо.

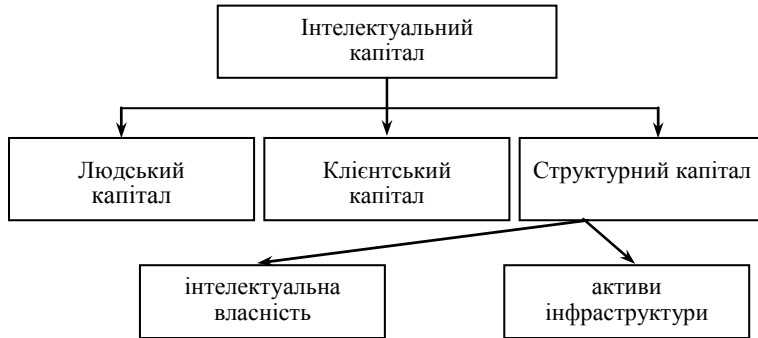


Рис. 2. Структурні елементи інтелектуального капіталу [12, с. 352]

Під структурним капіталом треба розуміти комп'ютерні мережі та інформаційні системи, що створюють необхідні умови праці та визначають інтелектуальну продуктивність працівників.

Ще одна група авторів вирізняє лише три елементи інтелектуального капіталу: людський капітал, капітал відносин і організаційний капітал, який, у свою чергу, складається з інтелектуальної власності та активів інфраструктури (рис. 3).

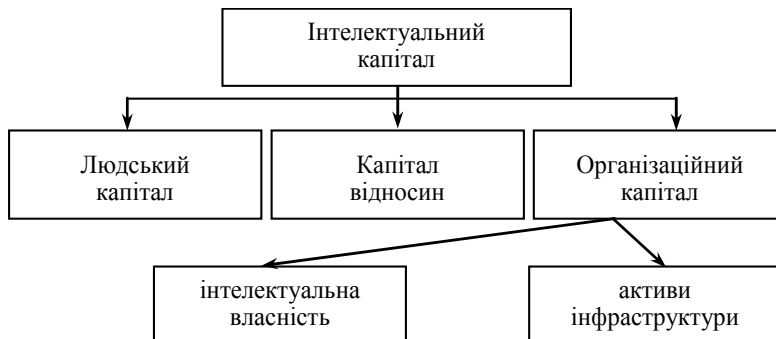


Рис. 3. Елементи інтелектуального капіталу [12, с. 351]

Е. Брукінг до основних складників інтелектуального капіталу відносить ринкові активи, людські активи, інтелектуальну власність і інфраструктурні активи (рис. 4).

Наведені класифікації свідчать проте, що одні автори не бачать різниці між інтелектуальним та людським капіталом, інші вважають людський капітал складовою інтелектуального капіталу. При цьому, клієнтський капітал деякі автори розглядають як складовий елемент структурного капіталу, а інші – як окрему складову інтелектуального капіталу.

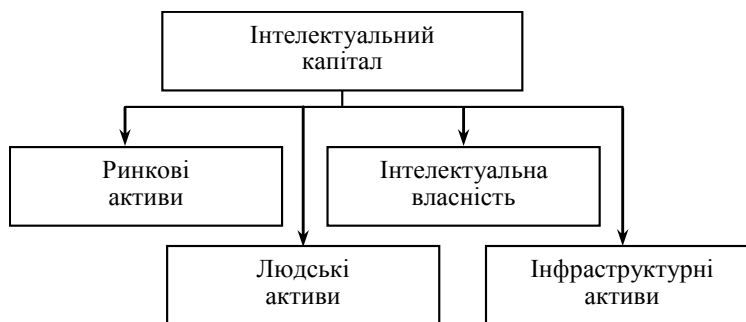


Рис. 4. Складові інтелектуального капіталу [12, с. 351]

Структурі інтелектуального капіталу з урахуванням різних точок зору вчених щодо визначення його елементів присвячена і стаття О. В. Попело [18]. За висновками дослідника головною складовою інтелектуального капіталу є людський капітал – сукупність знань, навичок, умінь, творчих здібностей. «Перевага наукоємної фірми полягає у перетворенні, трансформації активів людського капіталу, знань, інновацій, здійснених людиною, в технологічний і матеріальний капітал, яким фірма може володіти, розпоряджатися та який може використовувати. Таким чином, людський капітал посідає центральне місце в структурі капіталу, будучи його активним, провідним елементом» [18, с. 71].

Другим елементом інтелектуального капіталу може бути, на думку О. Папело, технологічний капітал: «Технологія» – це одна з форм знання». Пропонований термін акцентує увагу на технологічному прогресі й технологічних знаннях як формі капітального ресурсу виробництва, при цьому технологічні знання спираються на певний базовий рівень [18, с. 71].

Оскільки змістовний бік цієї форми капіталу складає технологія, тому «...технологічний капітал включає методології та методики виробництва товарів, програмне забезпечення, бази даних, організаційні структури й механізми, що забезпечують продуктивність працівників і функціонування компанії» [18, с. 72].

Третьою компонентою інтелектуального капіталу є соціальний капітал, який взагалі важко асоціювати з якими-небудь витратами й суб'єктами власності. За аналогією з фізичним і людським капіталом, втілених у знаряддях праці та працівниках фірми, соціальний капітал сприяє підвищенню продуктивності [18, с. 72].

Четвертою складовою інтелектуального капіталу О. Папело пропонує вважати клієнтський капітал, який охоплює не лише сукупність замовників та покупців фірми, але й зусилля її персоналу щодо розвитку відносин з покупцями і замовниками [18, с. 73].

Наведена класифікація складових частин інтелектуального капіталу для наочності зображена на рис. 5.



Рис. 5. Загальна структура інтелектуального капіталу [18, с. 73]

Наведена на рис. 5 структура інтелектуального капіталу, безумовно, носить умовний та відкритий характер, адже достатньо складним видається проведення чіткої межі між його складовими.

Слід допустити також, що запропонований перелік складових частин інтелектуального капіталу може бути розширений як за рахунок включення нових елементів (наприклад, деякі дослідники говорять про організаційний капітал – Л. Едвінссон, М. Мелоун), так і за рахунок розчленування наявних складових (наприклад, виділення у складі соціального капіталу політичного, етичного, медіа-капіталу та інших компонентів) [18, с. 73].

Отже, інтелектуальний капітал – багатоаспектне поняття, навички працівників, різноманітні системи, мережі, процедури, які в разі залучення до господарського обороту приносять дохід. Водночас складові інтелектуального капіталу неоднорідні. Одні з них є породженням людського інтелекту, інші – створюють специфічні умови його застосування з метою підвищення конкурентоспроможності компанії.

Саме в підвищенні конкурентоспроможності полягає головна роль інтелектуального капіталу. Це досягається лише вмілим управлінням ним, його структурними елементами, тобто управління інтелектуальним капіталом повинно ґрунтуватися на ефективних технологіях управління знаннями, під якими розуміють інструменти та методи управління.

Важливого значення для забезпечення конкурентоспроможності та економічного зростання підприємств, ефективності їх господарської діяльності відіграє людський капітал як складова інтелектуального капіталу. Він є одним із найцінніших ресурсів, поряд із природними ресурсами або накопиченим капіталом. «В цьому контексті на рівні підприємства до першочергових завдань необхідно віднести такі: розробка методики оцінки людського капіталу підприємства із врахуванням особливостей розвитку відповідного виду економічної діяльності; обґрунтування збалансованої системи показників оцінювання людського капіталу, яка б забезпечувала реалізацію стратегії підприємства» [19, с. 202–203].

Інтелектуальний капітал в умовах сучасної ринкової економіки набуває дедалі все більшого значення. Він поступово стає вирішальним критерієм оцінювання діяльності підприємств, оскільки тільки за його допомогою можна відобразити динаміку організаційної стійкості та процесу створення цінностей; оцінити сучасне виробництво, яке змінюється настільки швидко, що говорити про його реальну вартість можна лише з огляду на професіоналізм його працівників, їх відданість справі та якість знарядь праці, які вони використовують. Але все можливо при талановитому управлінні інтелектуальним капіталом з урахуванням усіх специфічних його складових.

Помітну роль в управлінні інтелектуальним капіталом відіграє і його оцінка – важливий елемент управління ним в рамках облікової роботи на підприємстві, який є методом фінансового обліку, що підраховує й розподіляє вартість інтелектуального капіталу за його складовими. Це потребує, в свою чергу, конкретних даних обліку та відображення їх у фінансовій звітності підприємства. Однак більшість інтелектуальних ресурсів не є об'єктами фінансового обліку, тому не враховуються в балансі, що не дозволяє в повній мірі виявляти фактори розвитку компанії, визначати напрямки концентрації зусиль для прийняття оптимальних управлінських рішень.

**Висновки.** В процесі дослідження встановлено, що інтелектуальний капітал – багатогранне поняття, це навички працівників, різноманітні системи, мережі,

процедури, які в разі залучення до господарського обороту приносять дохід. Водночас складові інтелектуального капіталу неоднорідні. Різноманіття поглядів та пропозицій щодо структури інтелектуального капіталу дає підстави стверджувати, що дослідження в цьому напрямі не втрачають актуальності та мають тривати. Адже складові структури інтелектуального капіталу, які розглядаються в сучасній економічній літературі, є результатом досліджень вчених, що ставили перед собою власні цілі, які й визначили його структуру. Більшість дослідників розглядають специфічні умови застосування інтелектуального капіталу, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності компаній. Саме в цьому і полягає головна роль інтелектуального капіталу, яка досягається завдяки вмілому та компетентному управлінню його складовими елементами.

З метою створення основи для розробки класифікації інтелектуального капіталу та ефективного управління ним потрібно узагальнити новаторські підходи і пропозиції іноземних і вітчизняних авторів щодо визначення його структури та виокремлення в ній об'єктів обліку, адже сьогодні менеджери підприємств все більше усвідомлюють, що ефективне управління повинно опиратися на конкретні дані обліку та фінансової звітності. Облік, у свою чергу, вимагає оцінки інтелектуального капіталу за певними критеріями. Однак більшість інтелектуальних ресурсів та нематеріальних активів не є об'єктами фінансового обліку, через що неможливо в повній мірі виявляти фактори розвитку компанії, точніше визначати напрямки концентрації зусиль та приймати оптимальні управлінські рішення.

Отже, потрібні подальші дослідження оцінки інтелектуального капіталу для ефективного управління ним, зміцнення ролі інтелектуального капіталу для забезпечення конкурентоспроможності та економічного зростання корпорації.

#### Бібліографічні посилання

1. Войт С. М. Активізація трудового творчого потенціалу через інтелектуальний капітал [Електронний ресурс] / С. М. Войт, С. Б. Холод // Вісник економічної науки України. – 2016. – № 1. – С. 22–29. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu\\_2016\\_1\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2016_1_6)
2. Гелбрейт Дж. Знание – как капитал / Дж. Гелбрейт ; пер. с англ. под ред. М. В. Грега. – М. : Знание, 1998. – 217 с.
3. Edvinsson L. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower / L. Edvinsson, M. S. Malone. – N. Y. : Harper Business, 1997. – 225 p.
4. Алдер Г. Техника развития интеллекта / Г. Алдер. – СПб. : Питер, 2001. – 188 с.
5. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг ; пер. с англ., под ред. Л. Н. Ковачин. – СПб. : Питер, 2001.
6. Бувич А. П. К вопросу о категориальном аппарате системы отношений интеллектуальной собственности / А. П. Бувич // Вестник Финансовой академии Российской Федерации. – 2003. – № 4 (28). – С. 84.
7. Воробей Ю. М. Сутність, структура та функції інтелектуального капіталу Компанії [Електронний ресурс] / Ю. М. Воробей // Молодий вчений. – 2016. – № 4 (31). – С. 39–43. – Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/4/10.pdf>
8. Зеліско І. М. Управління інтелектуальним капіталом підприємств : моногр. / І. М. Зеліско, Г. Ю. Пономаренко. – К., 2015. – 280 с.
9. Козинець Г. О. Теоретичні підходи до визначення сутності інтелектуального капіталу / Г. О. Козинець // Економіка та держава. – 2013. – № 9. – С. 85–88.
10. Малишко О. В. Про європейський формат системи показників вимірювання цінності інтелектуального капіталу регіонального наукового центру / О. В. Малишко // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 11. – С. 162–173.
11. Мильнер Б. Управление знаниями / Б. Мильнер. – М. : Инфра-М, 2013. – 412 с.



12. Теорія бухгалтерського обліку : моногр. / Л. В. Нападівська, М. Добія, Ш. Сандер, Р. Матезіч та ін. ; за заг. ред. Л. В. Нападівської. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 735 с.
13. Арабян К. К. Методика оцінки інтелектуальних активів : моногр. / К. К. Арабян. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 127 с.
14. Кудирко О. В. Нематеріальні активи та інтелектуальний капітал: порівняльний аналіз економічних категорій / О. В. Кудирко // Академічний огляд. – 2013. – № 2 (39). – С. 30–35.
15. Комаров С. В. Методологический анализ категории «нематеральный капитал» / С. В. Комаров, А. Н. Мухаметшин // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. – 2012. – № 13 (37). – С. 45–64.
16. Зінов В. Інтелектуальний капітал як базова характеристика вартості бізнесу / В. Зінов, К. Самарян // Інтелектуальна власність. – 2001. – № 5-6. – С. 23–25.
17. Эдвинссон Л. Интеллектуальный капитал: определение истинной стоимости компании / Л. Эдвинссон, М. Мелоун // Новая постиндустриальная волна на Западе : антология / под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Academia, 1999. – С. 434–436.
18. Попело О. В. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект і сучасні тенденції розвитку в Україні / О. В. Попело // Економіка і регіон. – 2015. – №2 (51). – С. 66–78.
19. Скрипник Н. А. Роль людського капіталу підприємств у забезпеченні соціально-економічного розвитку регіону [Електронний ресурс] / Н. А. Скрипник, К. О. Пархоменко // Матеріали IV Міжнародної інтернет-конференції «Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту» (Одеса, 23–24 травня 2015 р.). – С. 201–203. – Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/science/men/2015/201.pdf>

*Надійшла до редколегії 27.11.2016*

# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ

---

УДК 338.48

**Г. О. Горіна**

*Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського*

## МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

У статті запропоновано науково-методичний підхід до дослідження особливостей розвитку суб'єктів туристичної діяльності України, проаналізовано діяльність підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту.

*Ключові слова:* суб'єкти туристичної діяльності, туристичні підприємства, туристичний ринок, науково-методичний підхід.

В статье предложен научно-методический подход к исследованию особенностей развития субъектов туристической деятельности Украины, проанализирована деятельность предприятий-производителей и дистрибьюторов комплексного туристического продукта.

*Ключевые слова:* субъекты туристической деятельности, туристические предприятия, туристический рынок, научно-методический подход.

**The scientific and methodological approach of researches of tourism enterprise development features is suggested. Business activity of producers and distributors comprehensive tourist product is analysed.**

*Keywords:* subjects of tourist activity, tourism enterprises, tourism market, scientific and methodological approach.

За умов підвищення ролі туристичної галузі та туристичних підприємств у соціально-економічній розбудові держави в період кризових явищ дедалі більшого значення набуває діагностика сучасного стану туристичної галузі держави і її впливу на соціально-економічний розвиток, застосування комплексного науково-методичного підходу до дослідження сучасних тенденцій та особливостей розвитку суб'єктів туристичної діяльності України.

Зважаючи на значний ресурсний потенціал туристичної галузі України, дослідження особливостей та структури національного ринку туристичних послуг викликає достатню зацікавленість та науковий інтерес у вітчизняних дослідників. Так, фундаментальний аналіз структури ринку туристичних послуг України виконано у дослідженні С. П. Грабовенської [1]; О. А. Письменним [2] проаналізовано сучасний стан ринку міжнародного туризму України, порівняно з тенденціями розвитку світового туристичного ринку; О. С. Телетовим, В. В. Зарубіною та О. Є. Тімашовою [3] проаналізовано туристичний бренд України, досліджено перспективи його подальшого розвитку; В. Я. Даниловим, О. Л. Жировим і А. О. Жировою [4] запропоновано прогноз розвитку туристичної галузі України; А. П. Гуслевім [5]

досліджено туристичну індустрію України в контексті сучасних інтеграційних процесів. Разом з тим, розробка комплексного науково-методичного підходу до дослідження розвитку туристичного ринку та особливостей функціонування суб'єктів туристичної діяльності України дозволить зробити комплексний всебічний аналіз туристичної галузі держави.

**Метою роботи** є розробка науково-методичного підходу до дослідження особливостей розвитку суб'єктів туристичної діяльності України.

Діяльність туристичних підприємств на національному туристичному ринку характеризується нерівномірністю розвитку, що викликана відмінностями в розподілі природних ресурсів, кліматичними особливостями регіонів, культурно-історичною обумовленістю, нерівномірністю розміщення транспортної та курортно-розважальної інфраструктури, асиметрією розподілу рекреаційних ресурсів тощо. У зв'язку з цим дослідження тенденцій та особливостей їх розвитку пропонується проводити на підставі комплексного науково-методичного підходу (рис. 1).

Центральну роль у наданні комплексного кінцевого туристичного продукту займають саме туристичні оператори та агенти (виробники та дистриб'ютори комплексного туристичного продукту). Тому ключовим етапом зазначеного науково-методичного підходу є характеристика цих підприємств.

1. Загальна характеристика підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту.

Аналіз динаміки кількості підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту України за 2011–2015 рр. свідчить про наявність негативної тенденції, яка бере свій початок з 2014 р. Так, загальна кількість аналізованих підприємств знизилась на 1342 одиниці (30,6 %) та склала 3047 підприємств у 2015 р. (табл. 1).

Таблиця 1

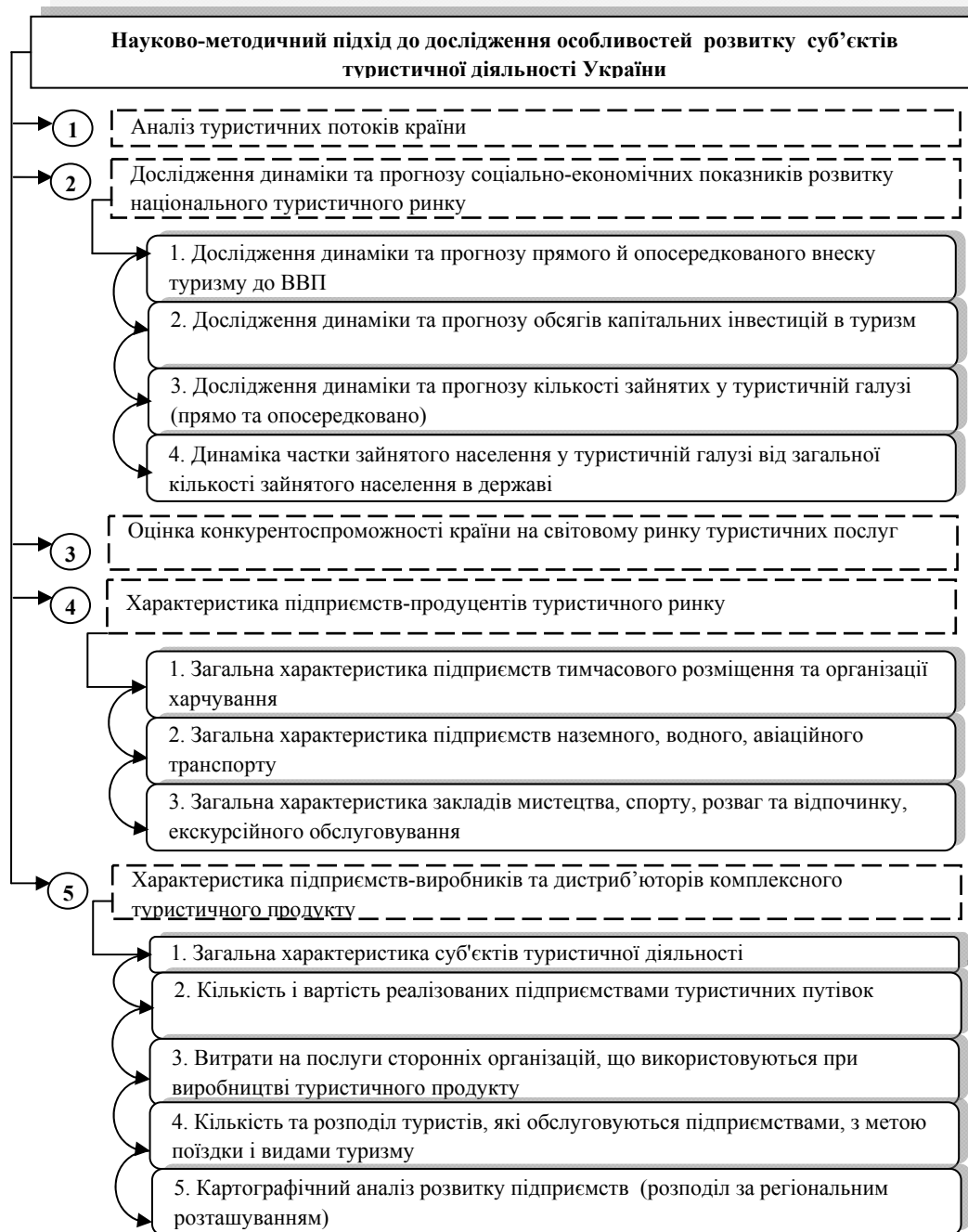
**Кількість підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту України**

Показники	2011	2012	2013	2014	2015	Відхилення до 2011 р.	
						абсолютне	відносне
Загальна кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	4389	4894	5234	3736	3047	-1342	-30,57
у відсотках до загальної кількості суб'єктів господарювання України	0,25	0,30	0,30	0,19	н/д		
<b>Юридичні особи, у тому числі</b>	2348	2779	2744	2140	1728	-620	-26,40
- туроператори, од.	877	892	945	667	500	-377	-42,9
- турагенти, од.	1471	1887	1799	1473	1228	-243	-16,5
<b>Фізичні особи-підприємці, у тому числі</b>	2041	2115	2490	1596	1319	-722	-35,37
- туроператори, од.	x	x	x	x	x	-	-
- турагенти, од.	2041	2115	2490	1596	1319	-722	-35,3

Джерело: [6].

Зазначена негативна тенденція спостерігається як у юридичних суб'єктів туристичної діяльності, так і у функціонуванні фізичних осіб-підприємців, кількість яких зазнала більш суттєвого скорочення. У порівнянні з 2011 р. кількість фізичних осіб-підприємців скоротилася на 722 господарські одиниці, що склало 35,3 %, з них кількість турагентів зменшилась з 2041 одиниці до 1319 одиниць – 35,3 %. Загальна

кількість юридичних осіб скоротилась на 620 підприємств – 26,4 %, з них 377 туристичних операторів (-42,9 %) та 243 турагента (-16,5 %).



**Рис. 1. Науково-методичний підхід до дослідження особливостей розвитку суб'єктів туристичної діяльності України**

Визначена тенденція є результатом двох складових: по-перше, політична нестабільність, проведення АТО та зменшення платоспроможності населення спричинили

об'єктивну передумову зниження туристичних потоків, туристичної активності населення держави і туристичної привабливості країни для іноземних відвідувачів, що, у свою чергу, призвело до підвищення конкуренції серед підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту України, а також перевищення пропозиції над споживанням туристичних послуг; по-друге, скорочення пов'язане з відсутністю вірогідних даних з АР Крим та частин Донецької та Луганської областей.

Традиційно дохід туроператорів від надання туристичних послуг значно перевищує дохід турагентів від аналогічної діяльності. Це пов'язано, у першу чергу, з масштабами виробництва та реалізації продукції, які значно вище у туроператорів, ніж у роздрібних продавців – турагентів. Так, у 2015 р. дохід туроператорів від надання туристичних послуг склав 4233712,6 тис. грн, що на 3472963,4 тис. грн більше, ніж у турагентів. Починаючи з 2012 р., дохід туроператорів від надання туристичних послуг поступово зменшувався та досяг 4233712,6 тис. грн у 2015 р., що на 4,2 % (188012,2 тис. грн) менше, ніж у базисному 2011 р. Проте, у порівнянні з найдохіднішим 2012 р., зменшення склало 29,9 % (1801303,1 тис. грн) (рис. 2).

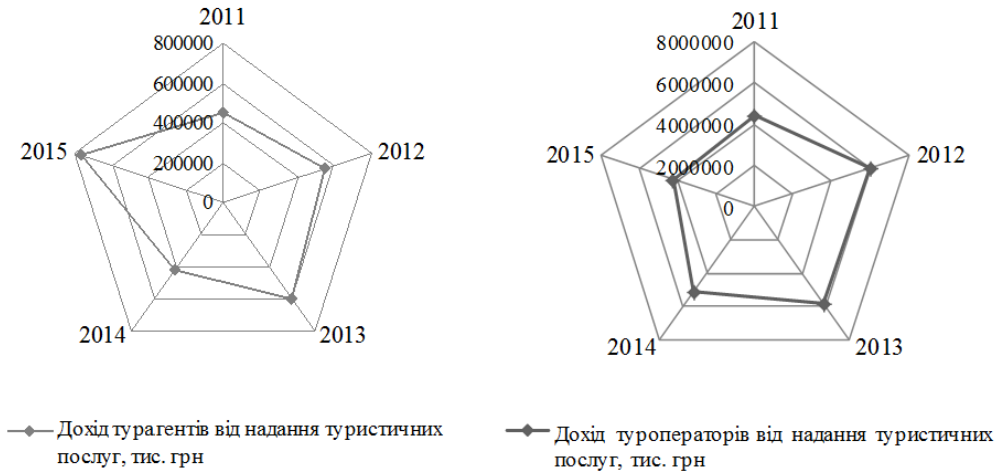


Рис. 2. Дохід підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту України від надання туристичних послуг, тис. грн

(джерело: [6])

Протилежна тенденція, незважаючи на загальне скорочення кількості турагентів, спостерігається у їх діяльності, оскільки 2015 р. виявився найбільш прибутковим – дохід склав 760749,2 тис. грн, що обумовило найбільший приріст, у порівнянні з попереднім роком – 79,5 % та базисним – 67,6 %.

## 2. Кількість і вартість реалізованих підприємствами туристичних путівок.

За даними Держкомстату максимальна кількість туристичних путівок за період 2011–2015 рр. була реалізована туроператорами та турагентами у 2012–2013 рр. Досліджуючи реалізацію туристичних путівок юридичними особами туроператорами, слід зазначити, що у 2015 р. зафіксовано найменшу активність споживачів національного туристичного ринку як з боку вітчизняних споживачів, так і з боку іноземних громадян. Так, кількість реалізованих туристичних путівок туроператорами у 2015 р., по відношенню до 2011 р., іншим організаціям

зменшилась на 30148 од. (8,37 %), безпосередньо населенню – на 113906 од. (25,6 %), громадянам України для подорожі в межах України – на 63804 од. (37,9 %), іноземцям для подорожі в межах України – на 81214 од. (94,2 %). Єдине збільшення відбулося за кількістю реалізованих туристичних путівок громадянам України для подорожі за кордон – на 31112 од. (16,37 %).

На відміну від туроператорів, кількість реалізованих туристичних путівок юридичними особами, турагентами у 2015 р., у порівнянні з 2011 р., безпосередньо населенню збільшилась на 93055 од. (34,5 %), що, у першу чергу, пов'язано з підвищенням кількості продажів турпутівок громадянам України для подорожі за кордон – на 114071 од. (58,5 %), тоді як реалізація путівок громадянам України та іноземцям для подорожі в межах України зменшилась на 12487 од. (19,3 %) та 8529 од. (87,5 %) відповідно. Повністю негативна тенденція щодо реалізації турпутівок позначилась у діяльності турагентів фізичних осіб-підприємців. Так, збут туристичних путівок у 2015 р., по відношенню до 2011 р., безпосередньо населенню знизився на 43519 од. (25,1 %), громадянам України для подорожі в межах України і за кордон – на 40525 од. (46,3 %) та 747 од. (0,9 %) відповідно, іноземцям для подорожі в межах України – на 2247 од. (78,6 %).

Загальна вартість реалізованих туристичних путівок туроператорами та турагентами за період 2011–2015 рр. збільшилась за всіма суб'єктами туристичної діяльності. Так, вартість реалізованих туристичних путівок юридичними особами туроператорами у 2015 р. іншим організаціям становила 4667,2 млн грн, безпосередньо населенню – 5662,5 млн грн (на 170,7 %) та громадянам України для подорожі за кордон – 5259,6 млн грн (на 275,6 %), що на 60,1 %, 170,7 % та 275,6 % відповідно більше, ніж у 2011 р.; громадянам України для подорожі в межах України – 323,3 млн. грн. та іноземцям для подорожі в межах України – 79,5 млн грн, що на 27,4 % та 67,5 % менше відповідно (на 67,5 % менше).

За даними Держкомстату вартість реалізованих туристичних путівок турагентами юридичними особами у 2015 р., по відношенню до 2011 р., безпосередньо населенню збільшилась на 4730,7 млн грн (226,9 %), а громадянам України для подорожі за кордон – на 4841,7 млн грн (277,6 %). Разом з тим, вартість реалізованих путівок громадянам України для подорожі в межах країни зменшилась на 80,5 млн грн (26,9 %), так само, як і іноземцям для подорожі в межах України – на 30,4 млн грн (72 %). Вартість реалізованих туристичних путівок турагентами фізичними особами-підприємцями за аналізований період збільшилась на 1126,2 млн грн (172 %), з них громадянам України для подорожі в межах України – на 12,8 млн грн (11,7 %), громадянам України для подорожі за кордон – на 1118,1 млн грн (207,9 %), тоді як вартість реалізованих путівок іноземцям для подорожі в межах України знизилась на 4,46 млн грн (58,6 %). Найвища вартість путівок протягом 2011–2015 рр. спостерігалась у 2013 р., що переважно є результатом найбільшої кількості проданих турів.

Збільшення вартості реалізованих туристичних путівок (комплексного туристичного продукту) туроператорами та турагентами за своєю суттю є результатом не збільшення обсягів продажів, а збільшення витрат на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту.

3. Витрати на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві комплексного туристичного продукту.

Виробництво комплексного туристичного продукту безпосередньо пов'язано з придбанням його основних складових – туристичних послуг, які формують

кінцевий продукт, що реалізується споживачам. Наявна статистична інформація дає змогу оцінити витрати туроператорів та турагентів на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту.

За даними Держкомстату за період 2011–2015 рр. загальні витрати туроператорів на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, збільшилися на 114,37 % – з 4024302,2 тис. грн до 8627028,2 тис. грн, що є найбільшим обсягом витрат за аналізований період. Така позитивна тенденція, на відміну від негативних тенденцій кількості обслуговуваних туристів та реалізованих туристичних путівок, є результатом збільшення вартості основних компонентів комплексного туристичного продукту, а саме: вартості послуг розміщення і проживання, транспортного обслуговування, харчування, витрат на послуги культурно-освітнього, культурно-дозвільного характеру, організаціям культури тощо. Так, витрати туроператорів на розміщення і проживання з 2011 по 2015 рр. збільшилися на 204,2 % (4043773,7 тис. грн), транспортне обслуговування – на 41,41 % (675978,9 тис. грн), харчування – на 29,41 % (43673,2 тис. грн), послуги культурно-освітнього, культурно-дозвільного характеру, організаціям культури – на 222,4 % (15083 тис. грн).

Разом з тим, ряд витрат туроператорів на послуги сторонніх організацій, які задіяні у формуванні туристичного продукту, зменшилися. Так, витрати на медичне обслуговування знизилися на 16,33 % (3719,5 тис. грн), екскурсійне обслуговування – на 70,85 % (20901,8 тис. грн), візове обслуговування – на 8,05 % (1540,1 тис. грн).

Витрати турагентів на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, значно нижчі, ніж туроператорів та характеризуються протилежною негативною тенденцією зниженням на 68,89 % з 2011 до 2015 рр. Зменшення витрат торкнулося майже усіх складових, виключенням стали витрати на транспортне обслуговування, де приріст склав 77,7 % (13473,8 тис. грн).

Витрати турагентів на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, зменшилися за наступними позиціями: на розміщення і проживання – на 88,57 % (98064,5 тис. грн), харчування – на 83,17 % (11166,2 тис. грн), медичне обслуговування – на 98,82 % (3878,8 тис. грн), візове обслуговування (включаючи витрати на оформлення поїздки) – на 50,22 % (431,9 тис. грн), послуги культурно-освітнього, культурно-дозвільного характеру, організаціям культури – на 88,86 % (1796,3 тис. грн).

4. Кількість та розподіл туристів, які обслуговуються підприємствами, за метою поїздки і видами туризму.

Станом на 2015 р. серед туристів, які обслуговуються суб'єктами туристичної діяльності України, найбільший відсоток складають туристи – громадяни України, які виїжджають за кордон (81,5 % від загальної кількості). Ця тенденція спостерігається з 2010 р., коли кількість внутрішніх туристів почала поступово скорочуватися в результаті переорієнтації туристичного попиту на зовнішні ринки. Досліджуючи динаміку туристичних потоків туристів – громадян України, які виїжджали за кордон, слід зауважити, що за період 2000–2015 рр. їх кількість збільшилась на 477,3 % (1362037 осіб) та досягла 1647390 осіб. Разом з тим, їх максимальна кількість була зафіксована у 2013 р. – 2519390 осіб (рис. 3).

Кількість внутрішніх туристів у 2015 р., на відміну від туристів – громадян України, які виїжджали за кордон, у порівнянні з 2000 р., знизилась на 73,5 % (993747 осіб). Тенденція зниження туристичних потоків внутрішніх туристів протягом аналізованого періоду не була сталою, а характеризувалась хвилеподібним

характером, еластично реагуючи як на соціально-економічні процеси в державі, так і на зміну туристичних вподобань. У 2015 р. відсоток внутрішніх туристів склав 17,6 %, у порівнянні з 67 % у 2000 р. Максимальна кількість іноземних туристів, які відвідали Україну, спостерігалась у 2003 р. – 590641 особа (20,6 % від загальної кількості), а у подальшому поступово знижувалась та досягла свого мінімуму у 2015 р. – 15159 осіб (0,75 %).

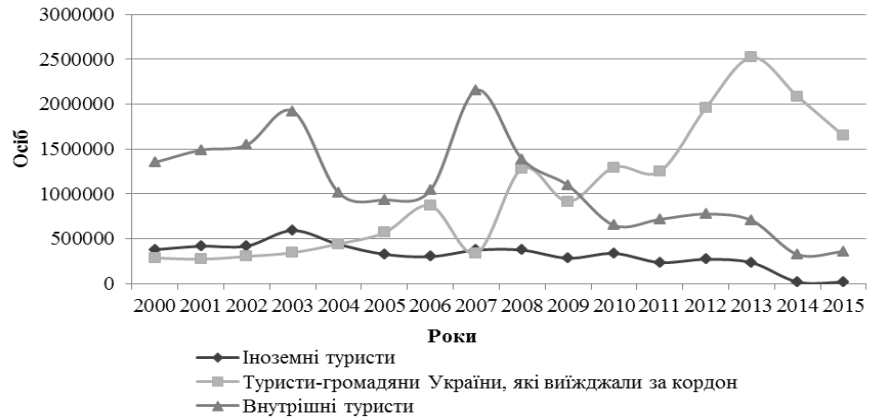


Рис. 3. Кількість туристів, які обслуговуються суб'єктами туристичної діяльності України (джерело: [6])

Кількість туристів, які обслуговувались туроператорами у 2015 р., зазнала значного скорочення, у порівнянні з 2014 р., та склала 1151125 осіб, що на 64,9 % менше, ніж у попередньому році. Разом з тим, кількість туристів, які обслуговувались турагентами України, збільшилась на 11,2 % та досягла 868451 особа (рис. 4).

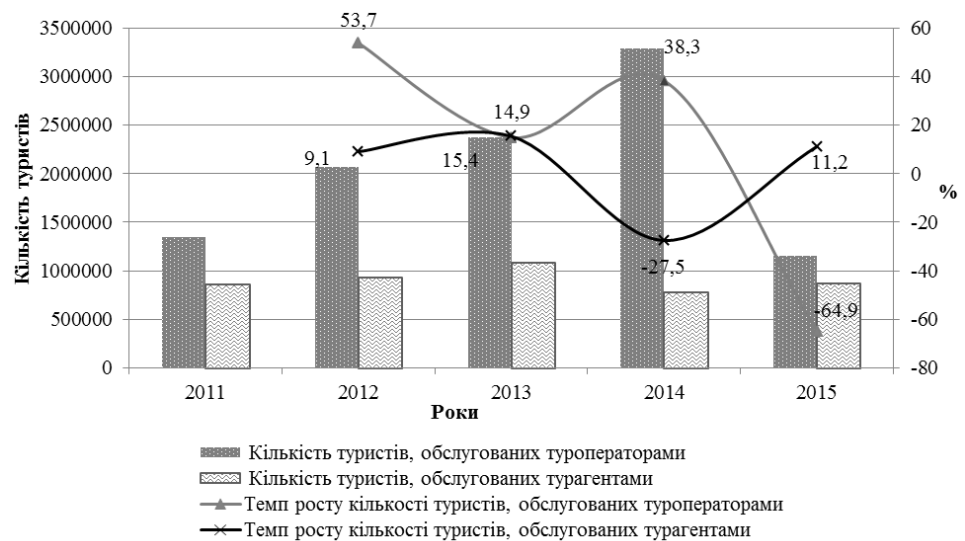


Рис. 4. Кількість туристів, які обслуговувались суб'єктами туристичної діяльності України (джерело: [6])

Найвища кількість туристів, які обслуговувались туроператорами за аналізований період, була зафіксована у 2014 р. – 3288782 особи (приріст по відношенню до



2013 р. склав 38,3 % – 912237 осіб), тоді як максимальна кількість туристів, які обслуговувались турагентами, мала місце у 2013 р. – 1077771 особа.

Значний аналітичний інтерес представляють данні щодо розподілу туристів, які обслуговувались туроператорами та турагентами, за метою поїздки та видами туризму. Досліджуючи розподіл туристів за метою поїздки та видами туризму, слід зазначити, що традиційно найбільша частка припадає на групи «дозвілля, відпочинок» і «службова, ділова, навчання». Визначальною тенденцією є зниження кількості туристів, починаючи з 2013 р., практично за всіма сегментами, навіть до рівня базисного 2011 р. У порівнянні з 2011 р., у 2015 р. кількість туристів, які обслуговувались юридичними особами туроператорами, зменшилась майже за всіма групами споживачів. Так, кількість туристів за метою поїздки «дозвілля, відпочинок» знизилась на 15,02 % (162716 осіб), «лікування» – на 89,06 % (118476 осіб), «спортивний туризм» – на 96,15 % (40267 осіб), «спеціалізований туризм» – на 59,75 % (1440 осіб).

Серед юридичних осіб турагентів у 2015 р. найбільша кількість туристів обслуговувались за метою поїздки «дозвілля, відпочинок» – 589734 особи, що склало 88,8 % від загальної кількості туристів, що ними обслуговувались; на другому місці – «службова, ділова, навчання» (8,04 % від загальної кількості); на третьому – «лікування» (2,3 % від загальної кількості). У порівнянні з 2011 р., кількість туристів, які обслуговувались юридичними особами турагентами, збільшилась, на відміну від загальної тенденції до зниження туристичної активності, за двома групами (за метою поїздки «службова, ділова, навчання» – на 110,83 % (28062 особи) та «дозвілля, відпочинок» – на 23,21 % (111108 осіб) і досягла за останньою категорією свого максимуму за аналізований період. Разом з тим, це підвищення оминуло у 2015 р. привабливість для туристів таких категорій, як «спортивний туризм» – зафіксовано зниження на 77,14 %, у порівнянні з 2011 р., а також «спеціалізований туризм» – 76,11 % та «лікування» – 53 %.

**Висновки.** Таким чином, запропонований науково-методичний підхід дозволить здійснити комплексне ґрунтовне дослідження сучасних тенденцій розвитку туристичної галузі України, визначити особливості розвитку суб'єктів туристичної діяльності України, дослідити динаміку та прогноз туристичних потоків і внеску туризму до соціально-економічного розвитку держави, охарактеризувати конкурентоспроможність галузі та підприємств туризму.

### Бібліографічні посилання

1. Грабовенська С. П. Аналіз і структура ринку туристичних послуг в Україні / С. П. Грабовенська // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки. – 2013. – № 1. – С. 226–234.
2. Письменний О. А. Аналіз ринку міжнародного туризму України / О. А. Письменний // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – 2014. – Том 15. – № 1. – С. 144–153.
3. Данилов В. Я. Прогнозування розвитку туристичної галузі України / В. Я. Данилов, О. Л. Жиров, А. О. Жирова // Економіка: теорія та практика. – 2013. – № 2. – С. 81–87.
4. Телетов О. С. Дослідження та перспективи туристичного бренду України / О. С. Телетов, В. В. Зарубіна, О. Є. Тімашова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 1. – С. 27–42.
5. Гуслев А. П. Туристична індустрія України в контексті сучасних інтеграційних процесів (докризовий аналіз) / А. П. Гуслев // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. – 2014. – Вип. 9 (1). – С. 29–33.
6. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

*Надійшла до редколегії 03.10.2016*

УДК 338.45

**Я. В. Дробот**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара*

**В. В. Ільїнський**

*Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»*

## **НЕОБХІДНІСТЬ СТВОРЕННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ВУГІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ**

У статті проаналізовано проблеми та визначено перспективні напрямки розвитку інноваційного процесу вугільної промисловості України. Обґрунтовано необхідність створення механізму державної підтримки інноваційного розвитку підприємств вугільної галузі та запропоновані основні його складові.

*Ключові слова:* механізм державної підтримки інноваційного розвитку, підприємство, вугільна галузь, паливно-енергетичний комплекс, енергетична безпека

**В статье проанализированы проблемы и определены перспективные направления развития инновационного процесса угольной промышленности Украины. Обоснована необходимость создания механизма государственной поддержки инновационного развития предприятий угольной отрасли и предложены основные его составляющие.**

*Ключевые слова:* механизм государственной поддержки инновационного развития, предприятие, угольная отрасль, топливно-энергетический комплекс, энергетическая безопасность.

**The article analyzes the problem and identifies promising areas of innovation process of the coal industry of Ukraine. Necessity of the state support mechanism formulization for innovative development of coal mining enterprises is substantiated, its main components are discussed.**

*Keywords:* state support mechanism of innovative development, enterprise, coal industry, fuel and energy complex, energy security.

В сучасних суперечливих і не прогнозованих умовах розвитку світового ринку енергоносіїв паливно-енергетичному комплексу України належить виняткова роль у системі забезпечення безперебійного функціонування всіх галузей національної економіки. Виходячи з того, що паливно-енергетичний комплекс належить до магістральних напрямків розвитку української економіки, стабільний та динамічний його розвиток визначає енергетичну незалежність України. Однією з провідних складових національного паливно-енергетичного господарства є вугільна промисловість. Виключна значущість вугільної галузі для вітчизняної економіки закономірно впливає з її стратегічного характеру, оскільки саме вугілля виступає одним із видів національних енергетичних ресурсів, який реально спроможний стати надійною запорукою енергетичної безпеки країни.

Однак, упродовж останніх десятиліть вугільна промисловість України перебуває у стані глибокої зтяжної депресії та невпинного загострення системних проблем, спроможних поставити під сумнів енергетичну безпеку країни. Останні гальмують її просування, суттєво стримують динаміку кількісних і якісних показників, перешкоджають налагодженню дієвих та стійких міжгалузевих зв'язків між паливно-енергетичними системами та гірничо-металургійним комплексом. Найважливішими причинами такого невтішного становища є, з одного боку, істотне ускладнення гірничо-геологічних умов вуглевидобутку, а з іншого – цілковита нерозвиненість відтворювальних процесів у галузі та вкрай незадовільний стан матеріально-технічного забезпечення вуглевидобувних підприємств.

Ефективне подолання наявних труднощів є можливим за умови розробки та цілеспрямованого впровадження глибоко продуманої й змістовно виваженої інноваційної стратегії випереджувального розвитку вітчизняних підприємств вугільної промисловості.

Проблематика державної інноваційної політики та розвитку інноваційного процесу у вугільній галузі є об'єктом підвищеного зацікавлення фахової наукової спільноти. Зазначені питання широко висвітлюються в працях О. І. Амоші, А. І. Кабанова, В. Є. Нейенбурга, Я. В. Дробота, Ю. Б. Скаженик, О. Ф. Новікової, Ю. С. Залознової [1–3, 14], Є. А. Вареника [4], Ю. З. Драчук, І. М. Кочешкової, Н. В. Трушкіної [6, 9], В. С. Мешкової [11], С. М. Ілляшенка [12], Б. М. Данилишина [7], О. М. Лизунової [13], Г. О. Андрощук, І. Б. Жиляєвої, Б. Г. Чижевського, М. М. Шевченко [15].

Водночас, доцільно наголосити, що інноваційна діяльність завжди відзначається істотним динамізмом та перспективним характером розвитку, вимагає постійної підвищеної уваги з боку державних управлінських структур, потребує безперервного вдосконалення державного регуляторного механізму. Також слід зазначити, що в умовах сьогодення дедалі вагомішою та актуальнішою стає потреба у виробленні новітніх концептуальних підходів інноваційного розвитку вугільної промисловості, що безпосередньо зумовлено проголошенням нашою державою стратегічного курсу на інноваційний розвиток вітчизняної економіки та українського суспільства.

**Мета роботи** – обґрунтувати необхідність створення механізму державної підтримки інноваційного розвитку підприємств вугільної галузі та запропонувати основні складові механізму.

Україна з огляду статистичних даних 2013 року є енергодефіцитною державою, яка імпортує 75 % природного газу та 85 % нафти і нафтопродуктів; тільки вугілля є єдиним енергоносієм, яким країна забезпечена на 100 % від власних потреб. Така структура паливно-енергетичного балансу є критичною і неприйнятною з точки зору енергетичної безпеки.

У 2014 р. через військові дії на Донбасі видобуток вугілля відносно 2013 року впав більше, ніж на 22 %. За даними Міненерговугілля у 2015 р. падіння видобутку набрало ще більших темпів: за першу половину 2015 р. вуглевидобувними підприємствами України видобуто 19,4 млн. тонн вугілля, що на 21,3 млн. тонн (або на 52,2 %) менше, порівняно з аналогічним періодом 2014 р.

Станом на 01.07.2015 р. в Україні видобуток вугілля здійснюють 150 шахт, з яких 69 не працюють через бойові дії. З 90 шахт, підпорядкованих Міністерству енергетики та вугільної промисловості України, лише 35 знаходяться на контрольованій Україною території, тоді як інші 55 перебувають на непідконтрольній території Донецької та Луганської областей. Із 35 контрольованих Україною шахт (які знаходяться поза зоною ведення бойових дій) працюють 24 шахти (видобувають близько 21 тис. тонн на добу), 2 шахти працюють в режимі підтримання життєдіяльності (у режимі водовідливу). Загалом, за даними Міненерговугілля, на непідконтрольній території Донецької та Луганської областей знаходиться 85 шахт всіх форм власності, що становить 57 % від їх загальної кількості в Україні. З них на 60 шахтах видобувалося енергетичне вугілля, у т. ч. майже 100 % антрациту. Зменшення виробництва вугілля на Донбасі, пошкодження та знищення шахтного фонду, захоплення терористами шахт, цілеспрямована руйнація ними залізничної інфраструктури призвели до розриву виробничих ланцюгів «вугілля-електроенергія», недостатності запасів вугілля на підприємствах

теплової електрогенерації, що загрожує стабільності функціонування всієї об'єднаної енергетичної системи України, провокуючи виникнення значного дефіциту генеруючої потужності. Наразі половина теплових електростанцій в Україні відчувають гострий дефіцит вугілля, у той час, як на складах шахт, які знаходяться на окупованій території, знаходиться до 3–4 млн тонн вугілля, вивезення якого є проблематичним [5]. Найбільше занепокоєння викликає дефіцит вугілля антрацитової групи, оскільки весь видобуток антрациту в Україні сконцентрований на непідконтрольній території Донецької та Луганської областей. Тобто, фактично половина наявної вугільної продукції розташована на складах двох електричних станцій, які не можуть бути використані для покриття дефіциту потужності основної частини ОЕС України. За заявою Міністра енергетики та вугільної промисловості України В. Демчишина, країні для нормального проходження опалювального сезону потрібно закупити 4 млн. тонн антрациту [8].

Ситуація з виниклим дефіцитом вугілля відображає дві реалії:

- перша – шляхом воєнних зусиль сформована тимчасова вугільна залежність України, яка, зазвичай, загострюється перед початком опалювального сезону;
- друга – традиційне вугільне лобі в Україні, що складається з донбасівських олігархів, намагається зберегти свій монопольний статус-кво [16].

Фактично Росія створила для України дві альтернативи: або дефіцит вугілля покривається за рахунок імпорту з РФ, або за рахунок закупівлі його на територіях Донбасу, підконтрольних так званим «ЛНР» і «ДНР». Вже восени 2014 р. Україна була вимушена імпортувати вугілля, зокрема з ПАР та РФ. При цьому, представники уряду заявляли, що не будуть купувати вугілля з «ДНР» та «ЛНР», бо це буде «фінансуванням тероризму» [5]. Проте, наприкінці 2014 р. українська влада підтвердила, що купуватиме вугілля з шахт, які перебувають на тимчасово окупованих територіях.

Крім політичних факторів, що обумовлюють дефіцит вугілля для потреб національної економіки, особливу роль відіграють внутрішні технологічні проблеми, що характерні для більшості підприємств галузі.

Теперішній стан української вугільної промисловості за усіма параметрами справедливо та впевнено можна охарактеризувати як незадовільний. Наявною стала тенденція зменшення обсягів вуглевидобутку. Підприємствам вугільної галузі притаманний вкрай низький техніко-технологічний рівень видобутку вугільної сировини, висока зношеність основних виробничих фондів (80–90 %) та брак фінансових ресурсів на модернізацію останніх, слабе матеріально-технічне забезпечення [4].

В контексті перерахованого та нинішньої економіко-політичної ситуації в Україні можна констатувати, що економіка України знаходиться в стані реальної енергетичної небезпеки, навіть потенційного енергетичного колапсу.

З метою ефективного розвитку національного господарського комплексу нагального вирішення вимагає проблема ефективного вуглевидобутку, тому що в паливно-енергетичному балансі нашої держави вагомі позиції посідають природний газ, нафта і ядерне паливо. Оскільки зазначені енергоносії імпортуються з Російської Федерації та інших країн, такий стан речей становить потенційну загрозу енергетичній безпеці України. Водночас досягти радикального збільшення обсягів вуглевидобутку на сьогоднішній день не видається можливим через недостатні обсяги капіталовкладень у вітчизняну вугільну промисловість, яка має найстаріший з-поміж країн пострадянського простору шахтний фонд. Невпинне

старіння та прогресуюча деградація останнього спричиняє формування негативного балансу виробничих потужностей. Скорочення обсягів капіталовкладень має характер сталої тенденції, яка набула останнім часом загрозливих масштабів. Понад 90 % шахтного фонду вуглевидобувних підприємств більше 20 років не зазнавало бодай мінімальної реконструкції. Повільними темпами реструктуризації вугільної галузі спричинене перебування в експлуатації чималої кількості дрібних і середніх збиткових та неперспективних шахт. Загрозливих масштабів набуло зношення активної частини промислово-виробничих фондів: з семи тисяч одиниць основного стаціонарного устаткування дві третини повністю відпрацювали свій нормативний термін експлуатації і вимагають невідкладної заміни [10]. На сьогоднішній день фінансове забезпечення вугільної галузі залишається вкрай недостатнім і здійснюється, здебільшого, за рахунок коштів державного бюджету. Тобто, незважаючи на щорічне збільшення обсягів державної підтримки вугільної галузі, економічне становище вітчизняних вуглевидобувних підприємств істотно не поліпшується.

Ефективна та послідовна реалізація докорінних реформ вимагає системного опрацювання стратегічних напрямків інноваційної діяльності як на кожному конкретному підприємстві вугільної промисловості, так і на загальнодержавному рівні управління. Принципове значення для стабільного розвитку вітчизняної вугільної промисловості має успішне виконання Енергетичної стратегії України до 2030 р. та невідкладна потреба в опрацюванні та прийнятті нової інноваційної Державної цільової економічної програми «Українське вугілля» до 2020 року, оскільки програма на 2010–2015 роки не була виконана з вище зазначених причин. Передбачуване здійснення повного переоснащення новим високотехнологічним та надійним обладнанням перспективних шахт, продуктивний ресурс якого у 2–3 рази має перевищувати існуючий на сьогоднішній день, на жаль не було здійснено у визначені терміни.

Виходячи з вищевикладених положень, пропонується виокремити та викласти наступні стратегічні напрямки інноваційного розвитку української галузі вугільної промисловості:

- всебічна адаптація вуглевидобувних підприємств до ринкових умов господарювання та надання державою забезпечення належних юридично-правових гарантій для залучення недержавних інвестицій у розвиток галузі;
- послідовне впровадження конструктивної наукової складової, перманентне нарощування, комплексне та ефективне використання ресурсного забезпечення інноваційного розвитку національної економіки, передусім інвестиційних ресурсів;
- раціональне використання надр за рахунок докорінної організаційно-технологічної модернізації вугільного виробництва;
- подальше покращення фінансово-економічних можливостей реконструкції шахтного фонду на основі створення повноцінних ринкових умов господарювання та підвищення економічної самостійності шахт за регулюючої участі держави;
- глибокі структурні реформи в галузі за рахунок послідовного розмежування функцій та повноважень між суб'єктами управлінського процесу на всіх ієрархічних рівнях.

Успішна реалізація стратегічних напрямків інноваційного розвитку вугільної галузі на вищенаведених поприщах вимагає невідкладного створення досконалого

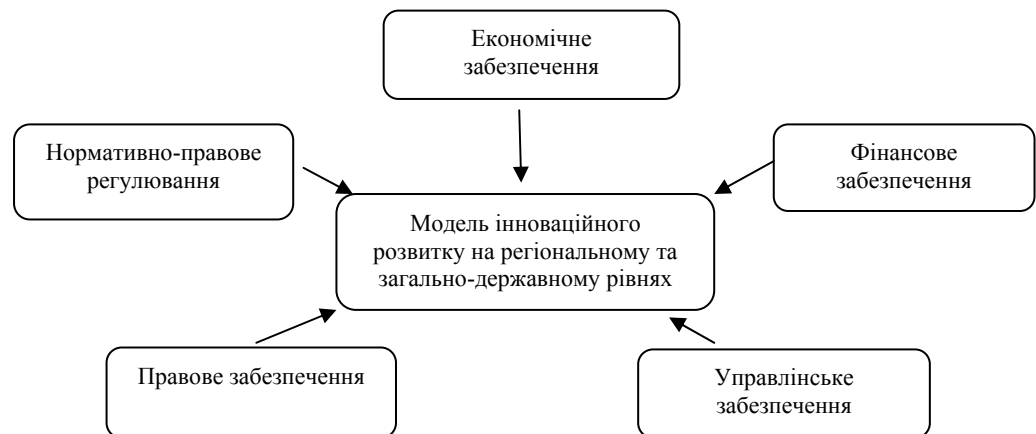
максимально гнучкого механізму державної підтримки інноваційного розвитку підприємств вугільної галузі.

Економічний механізм інноваційного розвитку підприємства, на думку вітчизняних науковців [11; 13], включає відповідний порядок планування, фінансування, матеріально-технічного забезпечення, управління, інформаційне забезпечення, оцінку економічної ефективності впровадження інновацій в процес розробки продуктів виробництва, їх подальше виготовлення, організацію діяльності суб'єкта господарювання та відповідні структурно-функціональні підсистеми:

- прогнозування і планування розвитку;
- організація інноваційних процесів;
- мотивація та стимулювання інноваційних процесів;
- фінансування інноваційної діяльності;
- контроль процесу розвитку і зміни пріоритетів;
- інформаційне забезпечення.

Пропонуємо авторами цієї статті механізм державної підтримки інноваційного розвитку підприємств вугільної галузі, на відмінну від економічного механізму інноваційного розвитку підприємства [11; 13], вирішує питання створення умов інноваційного розвитку підприємств вугільної промисловості, виходячи, насамперед, з позицій його забезпечення.

Такий механізм включатиме економічні, фінансові та адміністративно-управлінські важелі, законодавче забезпечення, засоби нормативно-правового регулювання, а також модель інноваційного розвитку (рис.1).



**Рис. 1. Механізм державної підтримки інноваційного розвитку підприємств вугільної галузі**

З огляду на те, що результативність впровадження вказаних важелів та засобів багато в чому залежатиме від фінансового забезпечення інноваційного розвитку на фоні загального дефіциту фінансових ресурсів, до складу пропонуємого механізму доцільно включити також інструментарій створення інвестиційних засад інноваційного розвитку. Інноваційна діяльність у вугільній промисловості має бути чітко сфокусована на створенні найбільш сприятливих економічних умов для сталого розвитку вуглевидобувних підприємств, істотному поліпшенні їх фінансового становища, докорінній зміні техніко-технологічного стану вугільного виробництва, максимально можливого оснащенні підприємств

вугільної галузі найсучаснішою технікою вітчизняного виробництва з масштабним впровадженням передових наукомістких технологій, покликаних забезпечити виробництво високоякісної вугільної продукції, а також інституалізації висококонкурентного вугільного ринку.

#### **Висновки.**

Пріоритетний розвиток національної вугільної промисловості як важливої складової паливно-енергетичного комплексу є дієюю та стабільною запорукою гарантування енергетичної безпеки України. Наразі стан більшості підприємств галузі вимагає докорінної зміни існуючих традиційних принципів господарювання та впровадження інноваційного управління розвитком галузі.

З метою дієвого інноваційного просування вугільного виробництва життєво необхідно розробити і впровадити механізм державної підтримки інноваційного розвитку підприємств вугільної галузі, основні складові якого запропоновано у статті.

Одночасно з впровадженням цього механізму на порядку денному гостро постає потреба у диференційованому фінансуванні шахт за рівнем їх інноваційного потенціалу, що дозволить забезпечити ефективне використання фінансових ресурсів та прискорене впровадження інновацій на вуглевидобувних підприємствах України.

#### **Бібліографічні посилання**

1. Гончар М. Гібридна війна в Східній Європі. Невоєнний вимір. Енергетичний компонент [Електронний ресурс] / М. Гончар, А. Чубік, О. Іщук // Центр глобалістики «Стратегія XXI». – Режим доступу : <http://geostrategy.org.ua/ua/analitika/item/619-gibridna-viyna-v-shidniy-evropi-energetichniy-komponent>
2. Для отопительного сезона надо закупить 4 млн тонн антрацита [Електронний ресурс] / Демчишин РІА Новості України. – Режим доступу : <http://rian.com.ua/economy/20150622/369381723.html>
3. Ярема оголосив закупівлі вугілля у «ДНР» і «ЛНР» «фінансуванням тероризму» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://economics.unian.ua/energetics/1019214-yarema-ogolosiv-zakupivli-vugillya-u-dnr-i-lnr-finansuvannyam-terorizmu.html>
4. Вареник Е. А. Концепция развития угольной отрасли на основе кластеризации / Е. А. Вареник, Р. М. Лазебник // Уголь Украины. – 2010. – № 6. – С. 12–14.
5. Концепція розвитку вугільної промисловості України (Схвалено Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 7 липня 2005 р. № 236-р) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/236-2005-p>
6. Амоша А. И. Вопросы государственного регулирования инновационных процессов в промышленности / А. И. Амоша, А. И. Кабанов, В. Е. Нейенбург и др. // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Сер.: економічна. – 2005. – Вип. 100, № 2. – С. 4–12.
7. Амоша О. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О. Амоша // Економіст. – 2005. – № 6. – С. 28–32.
8. Антикризисное управление деятельностью антрацитовых шахт : моногр. / Амоша А. И., Дробот Я. В., Скаженик Ю. Б. и др. ; НАН Украины. Ин-т экономики пром-ти. – Донецк, 2006. – 84 с.
9. Вареник Е. А. Концепция развития угольной отрасли на основе кластеризации / Е. А. Вареник, Р. М. Лазебник // Уголь Украины. – 2010. – № 6. – С. 12–14.
10. Гончар М. Гібридна війна в Східній Європі. Невоєнний вимір. Енергетичний компонент [Електронний ресурс] / М. Гончар, А. Чубік, О. Іщук // Центр глобалістики «Стратегія XXI». – Режим доступу : <http://geostrategy.org.ua/ua/analitika/item/619-gibridna-viyna-v-shidniy-evropi-energetichniy-komponent>.

11. Драчук Ю. З. Визначення чинників державного регулювання інноваційної діяльності вугільних підприємств / Ю. З. Драчук, І. М. Кочешкова, Н. В. Трушкіна // Економічний вісник Донбасу. – 2015. – № 1 (39). – С. 20–31.
12. Данилишин Б. М. Інвестиційна політика в Україні : моногр. / Б. М. Данилишин, М. Х. Корецький, О. І. Дацій. – Донецьк : Юго–Восток Лтд, 2006. – 292 с.
13. Для отопительного сезона надо закупить 4 млн тонн антрацита [Електронний ресурс] / Демчишин РІА Новості Україна. – Режим доступу : <http://rian.com.ua/economy/20150622/369381723.html>
14. Драчук Ю. З. Финансовое обеспечение инновационной реструктуризации угольного производства / Ю. З. Драчук, Н. И. Новикова // Економіка промисловості. – 2006. – № 2. – С. 98–104.
15. Концепція розвитку вугільної промисловості України (Схвалено Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 7 липня 2005 р. № 236-р) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/236-2005-p>.
16. Напрямки формування інноваційної стратегії вугледобувних підприємств України / В. С. Мешкова // Менеджер. – 2014. – № 2. – С. 90–95.
17. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці : моногр. / за заг. ред. С. М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2005. – 82 с.
18. Лизунова О. М. Розробка механізму управління інноваційним розвитком вугільної промисловості України / О. М. Лизунова // Технологический аудит и резервы производства. – 2015. – № 5 (5). – С. 40–43.
19. Соціальний потенціал сталого розвитку: інноваційні механізми формування та використання : моногр. / Амоша О. І., Новікова О. Ф., Антонюк В. П. и др. ; ред. : О. Ф. Новікова. – Донецьк : НАН України, Ін-т економіки пром-сті., 2014. – 477 с.
20. Андрощук Г. О. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / Андрощук Г. О., Жиляєва І. Б., Чижевський Б. Г. та ін. – К. : Парламентське видавництво, 2009. – 632 с.
21. Ярема оголосив закупівлі вугілля у «ДНР» і «ЛНР» «фінансуванням тероризму» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://economics.unian.ua/energetics/1019214-yarema-ogolosiv-zakupivli-vugillya-u-dnr-i-lnr-finansuvannyam-terorizmu.html>

*Надійшла до редколегії 08.12.2016*



УДК 330.322.16

С. К. Кучеренко

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара*

## ТИПОЛОГІЯ УМОВ ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Розглянуто питання типології умов інвестування в Україні за ознаками: виду джерела інвестицій, походження інвестиційних коштів, напрямку інвестування, об'єкту інвестування, виду продукту за сферою його споживання. За поєднанням значень визначених ознак теоретично складаються 270 типологічних варіантів умов інвестування, кожен з яких позначається певним кодом. Запропонована схема типології ситуацій дозволяє: 1) обмежити коло чинників і інформації, що підлягають опануванню при визначенні ефективності конкретного інвестиційного проекту; 2) накопичувати й систематизувати ту інформацію, що є критичною при визначенні доцільності інвестування за даним варіантом; 3) розставляти типи інвестиційних проектів за ступенем їхньої відповідності діючим в країні умовам для успішного інвестування; 4) визначати необхідні зміни інвестиційного клімату в країні та привабливість об'єктів інвестування, що створює умови для ефективного інвестування за даним типологічним кодом проектів.

*Ключові слова:* інвестиції, умови інвестування, інвестиційний клімат, інвестиційна привабливість, джерела й походження інвестицій, напрями й об'єкти інвестування, типологія інвестування, тип інвестиційного проекту, код інвестиційної ситуації.

Рассмотрены вопросы типологии условий инвестирования в Украине по признакам: вида источника инвестиции, происхождения инвестиционных средств, направления инвестирования, объекта инвестирования, вида продукта по сфере его потребления. На объединении значений определенных признаков теоретически формируются 270 типологических вариантов условий инвестирования, каждый из которых обозначается определенным кодом. Предложенная схема типологии условий инвестирования позволяет: 1) ограничить круг факторов и информации, подлежащих изучению при определении эффективности конкретного инвестиционного проекта; 2) накапливать и систематизировать ту информацию, которая является критической при определении целесообразности инвестирования по данному варианту; 3) расставлять типы инвестиционных проектов по степени их соответствия действующим в стране условиям для успешного инвестирования; 4) определять необходимые изменения инвестиционного климата в стране и привлекательности объектов инвестирования, что создает условия для эффективного инвестирования в соответствии с данным типологическим кодом проекта.

*Ключевые слова:* инвестиции, условия инвестирования, инвестиционный климат, инвестиционная привлекательность, источники и происхождение инвестиций, направления и объекты инвестирования, типология инвестирования, тип инвестиционного проекта, код инвестиционной ситуации.

The questions of typology in Ukraine on the basis of the investment conditions: type of investment source, origin of investment funds, investment direction, investment object, the type field of the product consumption. On the combined values of certain characteristics theoretically formed 270 typological conditions of investment options, each of which is indicated by a specific code. The proposed typology of investment conditions allows: 1) to limit the range of factors and the information to be examined in determining the effectiveness of a particular investment project; 2) to collect and organize the information that is critical in determining the advisability of investing in this embodiment; 3) set the types of investment projects according to their degree of compliance in the country of the conditions for successful investments; 4) determine the necessary changes in the investment climate in the country and the attractiveness of investment objects, which creates conditions for effective investment in accordance with the typological design code.

*Keywords:* investments, investment conditions, investment climate, investment attractiveness, source and origin of investment direction and investment objects, typology of investment, the type of investment project, the investment situation code.

На даний момент в очікуванні мирного вирішення конфлікту на Донбасі, а також прояви перших свідчень про стабілізацію економічного становища України,

проблема залучення інвестицій в розвиток народного господарства країни стає першочерговою. Саме курс на створення умов масового залучення інвестицій, особливо зарубіжних, проводиться керівництвом країни в процесі реформування багатьох сторін діяльності державних органів, судової, митної та податкової системи. З метою максимальної інтенсифікації цієї роботи Указом № 365 Президента України затверджено положення про Національну інвестиційну раду, яка стала головним аналітичним і консультативним органом для сприяння й нагляду за роботою міністерств і відомств з інвесторами. Амбітною метою даної Ради може стати збільшення припливу інвестицій в Україну з 5 до 10–20 мільярдів доларів на рік [1]. Основною умовою вирішення даного завдання стане аналіз й подолання всіх видів бар'єрів і перешкод до широкого інвестування в економіку України.

Тематика створення й поліпшення умов інвестування в економіку України знаходиться в центрі уваги наукової громадськості. Останнім часом проаналізовано досвід успішних вкладень в економіку східноєвропейських країн, виявлені вирішальні чинники інвестиційної привабливості українських підприємств, визначено основні чинники поліпшення інвестиційного клімату в країні, тобто фактично накопичений величезний обсяг інформації. Різноманітність діючих факторів, успішних інвестиційних рішень і напрямків подолання проблем таких, що стає дуже важко зробити попередній висновок про доцільність конкретного інвестиційного проекту. Цьому часто перешкоджає проблема обробки величезного обсягу суперечливої інформації, яка відображає як наявні умови для інвестування, так і необхідні заходи щодо їх поліпшення, а також ті кроки, що проходять законодавче оформлення чи чекають своєї реалізації на практиці. Очевидною необхідністю стає завдання класифікації напрямків інвестування, умов привабливості об'єктів, які потребують законодавчого вирішення проблем, що й зумовило спробу в даній статті підійти до питання побудови типології інвестування в українську економіку.

**Аналіз останніх публікацій за тематикою дослідження.** Значна кількість публікацій присвячені питанням розробки ефективної інвестиційної стратегії підприємств на основі теоретичного надбання провідних зарубіжних фахівців (І. Ансоффа, М. Портера, І. Віханського) та адаптації світового досвіду до практики вітчизняних підприємств, що розкрито в багатьох працях, наприклад [2; 3]. Значна кількість наукових праць, наприклад [4; 5], присвячені проблематиці управління інвестиціями. Досліджуються механізми регулювання інвестиційної діяльності в Україні [6]. У попередній роботі автором вже розглядалася система чинників інвестиційної привабливості підприємств в Україні [7]. Аналіз досвіду інвестування в економіку східноєвропейських країн розкрито у роботах [8–10].

Детальному аналізу підданий інвестиційний клімат в Україні та проаналізовано шляхи його покращення у роботах [11; 14]. Приклад обґрунтування регіональних особливостей інвестиційного відродження регіону, зокрема Донбасу, приведений в роботі [13]. Незважаючи на велику кількість опублікованих праць, питання будь-якої типології інвестування в них не розроблялися, що й зумовило представлення даної статті в цілому.

Отже, **метою даної статті** є викладення спроби розробки типології інвестування в Україні, метою якої є звуження рамок розгляду кожного варіанту інвестування з урахуванням тих чинників і умов, що найбільш доцільні для того варіанту, який розглядається.

Проблематика інвестування в економіку України торкається безлічі питань, найважливіші з яких можна згрупувати у наступні чотири блоки:

- 1) місце України в світовому рейтингу готовності до інвестування;
- 2) оцінка наявності потенційних інвесторів і можливих обсягів інвестування;
- 3) характеристика інвестиційного клімату в Україні та його готовність до масового залучення іноземних інвестицій;
- 4) оцінювання та покращення рівня привабливості об'єктів інвестування – галузей, підприємств, територій тощо.

Згідно даних світового рейтингу «Doing Business» Україна за загальними оцінками посідає лише 80-те місце, але керівництвом країни поставлено амбітне завдання покращити стан України за даним показником на декілька пунктів, що є одним з найважливіших завдань створеної Національної інвестиційної Ради [1]. Необхідний вектор змін в законодавстві країни, реформуванні державних органів та податковому законодавстві повинен визначатися з урахуванням того стану інвестиційного клімату в Україні, який склався на даний момент, і тих змін, що можуть бути здійснені найближчим часом. У вирішенні цього завдання необхідно враховувати найбільш об'єктивні оцінки стану інвестиційного клімату в Україні, одним з прикладів чого є досвід оцінки інвестиційного клімату в Україні, проведений Європейською Бізнес Асоціацією – неурядовою організацією, що об'єднує понад 900 європейських міжнародних компаній, які працюють в Україні. За результатами аналізу станом на 2015 рік виявлено в цілому, що податковий тиск, корупція та відсутність динаміки у впровадженні реформ займають перші сходинки у рейтингу основних бар'єрів для бізнесової спільноти, яка працює в економіці України [14]. Основні висновки, зроблені Асоціацією, формуються на основі обробки значної кількості відповідей бізнес-менеджерів на наступні питання:

- 1) Що ви думаєте про інвестиційний клімат в країні?
- 2) Чи змінився він, у порівнянні з попереднім періодом?
- 3) Які ваші прогнози, як зміниться інвестиційний клімат наступного періоду?
- 4) Чи вигідно буде інвестувати в Україну у наступному періоді?
- 5) Які зміни в вашій галузі ви очікуєте найближчим часом?

Відповіді оброблені за шкалою Лайкерта, яка має 5 градацій, де 1 – це вкрай негативно, а 5 – вкрай позитивно, 3 бали – нейтрально, а також визначений загальний індекс оцінки інвестиційного клімату в Україні на рівні 2,57 з 5 можливих.

Більш детально сучасний стан інвестиційного клімату в Україні визначається за методикою Міжнародного фонду Блейзера (The Bleyzer Foundation) [12], який відслідковує стан інвестиційного клімату в розрізі значної кількості питань, що відображають найважливіші аспекти політичного, юридичного та економічного характеру, що формують основні ризики для іноземних інвесторів [14].

Загальний зріз стосовно ризикованості введення бізнесу в Україні можуть проілюструвати дані табл. 1, яка містить перелік формулювань негативних чинників ведення бізнесу в Україні та показники оцінки сили їхнього впливу (у відсотках) серед опитаних керівників американських компаній, що працюють в Україні.

Очевидно, що в процесі здійснюваних в Україні реформ негативний вплив значної кількості приведених чинників повинен зменшитися. Але сам перелік вказаних чинників охоплює широкий спектр політичних, юридичних та економічних питань, вплив яких різниться в залежності від особливостей конкретного інвестиційного проекту, що врахувати потенційному інвестору дуже складно.

У попередній статті [7] нами розглядалися напрями підвищення інвестиційної привабливості підприємств в Україні, які також створюють доволі складну систему

різноманітних заходів, склад яких також залежить від того чи іншого інвестиційного проекту.

Таблиця 1

## Перелік негативних чинників ведення бізнесу в Україні за рангом оцінки сили їхнього впливу

Негативні чинники ведення бізнесу в Україні	Сила впливу, %
1. Корупція в судовій системі та неспроможність протидії корупції	98
2. Неefективне виконання судових рішень, їх несправедливість, упередженість і вибірковість	93
3. Адміністративна корупція на рівні державних чиновників	90
4. Надмірно високі процентні ставки	89
5. Тривалість і дорожнеча врегулювання суперечок за контрактами	87
6. Непомірна девальвація курсу гривни	83
7. Недоліки судово-правової сфери, що роблять її перешкодою для ведення бізнесу	82
8. Відсутність стабільності і прозорості урядової політики	82
9. Труднощі в отриманні довгострокових кредитів	82
10. Низький рівень захисту прав інтелектуальної та фізичної власності	80
11. Нездатність фінансового сектору забезпечити раціональне внутрішнє фінансування оборотного капіталу	79
12. Обтяжлива система збору податків	75
13. Недостатня прозорість публічного розкриття інформації	74
14. Непомірна цінова інфляція на внутрішньому ринку	72
15. Неспроможність законодавства в сфері бізнесу	71
16. Недостатня макроекономічна стабільність, яка проявляється в результаті операційних збитків	69
17. Корупція в приватному бізнесі з рейдерськими атаками на підприємства	68
18. Складні митні процедури з високими витратами	65
19. Політичні ризики і негативний імідж країни	63
20. Стурбованість питанням можливих соціальних заворушень	63
21. Відсутність адекватного корпоративного управління (акціонери не мають гарантій захисту)	57
22. Занадто часті інспекції державних органів з метою контролю	55
23. Недобросовісна конкуренція з боку державних підприємств	54
24. Надмірне оподаткування бізнесу та оплати праці	51
25. Зайві документи, кількість часу і витрат на експорт	50
26. Труднощі в області міжнародної торгівлі і руху капіталу	50
27. Складні процедури банкрутства і ліквідації підприємств	50
28. Обтяжливе законодавство з питань відкриття бізнесу	46
29. Злочинність і безпека громадян та бізнесу	42
30. Надмірне регулювання бізнесу	39
31. Недостатність ринку капіталу для випуску цінних паперів	33
32. Слабкий вплив урядовців на вирішення проблем транспортної інфраструктури та комунальних послуг	31

Нами визначено, що проблематика відповідної підготовки будь-якого вітчизняного підприємства для залучення іноземних інвестицій полягає, перш за все, у відсутності єдиних критеріїв інвестиційної привабливості, що відповідають вимогам іноземного інвестора. Тому й шляхи підвищення привабливості підприємств як об'єктів інвестування також незрозумілі. Найчастіше за показники оцінювання інвестиційної привабливості підприємств як об'єктів інвестування беруться показники фінансового стану підприємства, тому завданням підвищення привабливості об'єкта вважається необхідність покращення його фінансового стану. Але не враховується, що в результаті інвестування в підприємство значних

коштів структура активів і пасивів балансу підприємства значно перетворюється, через що уся палітра показників фінансового стану підприємства кардинально змінюється.

Слід враховувати, що в якості джерел інвестування можуть бути:

- 1) кредити і позики;
- 2) залучення на фондовому ринку (випуск облігацій та IPO);
- 3) залучення стратегічного інвестора.

В умовах європейського вибору України розширюється типологія самих інвесторів, серед яких потрібно розрізнити наступні два типи:

1) інвестор фінансового типу, який прагне в кінцевому рахунку до максимізації вартості компанії і має основний фінансовий інтерес – отримати найбільший прибуток в момент виходу з проекту;

2) стратегічний інвестор, який прагне отримати додатковий прибуток в результаті інвестування капіталу, а тому нерідко прагне до участі або повного контролю в управлінні підприємством.

Таким чином, відповідно до кожного напрямку складається власна система критеріїв оцінювання параметрів підприємства, середовища його функціонування і, як наслідок, вибору заходів, спрямованих на підвищення статусу підприємства як об'єкту інвестування. Особливості викладеного підходу стосовно вибору шляхів підвищення інвестиційної привабливості підприємств в Україні продемонструємо в табл. 2, яка відображає різноманітність лише тільки напрямів підвищення інвестиційної привабливості підприємств.

При оцінюванні й виборі загального напрямку підвищення інвестиційної привабливості підприємство повинно враховувати, що для впевненості в успішному здійсненні інвестиційного проекту стратегічному інвестору необхідні перспективні оцінки з кадрового потенціалу, фондоозброєності праці на підприємстві, його ринкової стійкості тощо. Що стосується поглядів глобального інвестора, який відстоює інтереси транснаціональних корпорацій, то для нього найважливішим є приналежність підприємства – об'єкта інвестування до інвестиційно привабливого регіону або галузі, наявність вільної робочої сили в регіоні для забезпечення функціонування створених нових робочих місць, вільних площ для розташування технологічного обладнання, близькість до транспортної та енергетичної інфраструктури, а найголовніше – наявність законодавства та державних гарантій щодо діяльності глобального інвестора в Україні. Зі свого боку, підприємства, що прагнуть для залучення іноземних інвестицій, самі повинні активно впливати на зміну тих обставин, в яких вони знаходяться, а також йти назустріч інвестору у тому сенсі, що б самим вибирати для себе сфери діяльності, які були би найбільш цікавими з погляду можливостей та потреб даного регіону.

Таким чином, визначення шляхів підвищення статусу підприємства як об'єкта інвестування є основою вибору підприємством:

- а) типу інвестору, залучення якого можливо або бажано для вирішення проблем розвитку підприємства;
- б) методики оцінювання інвестиційної привабливості підприємства;
- в) розробки заходів для підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Проаналізовані чинники інвестиційного процесу в Україні свідчать про необхідність введення певної типології інвестування, яка б звужувала перелік проблемних питань, що потребують вирішення або врахування відповідно до кожного інвес-

тиційного проекту. Видається, що навіть найменш розгалужена схема типології інвестування повинна відображати такі найважливіші змінні компоненти, як:

- 1) вид джерела інвестиції;
- 2) походження інвестиційних коштів;
- 3) напрям інвестування;
- 4) об'єкт інвестування;
- 5) вид продукту за сферою його споживання.

Таблиця 2

**Напрямки підвищення інвестиційної привабливості підприємств як об'єктів інвестування**

Показник інвестиційної привабливості підприємства для стратегічного інвестора	Напрямки підвищення інвестиційної привабливості підприємств	
	У напрямку покращення показників оцінки та адаптації до умов запровадження інвестицій	У напрямку підвищення статусу середовища функціонування підприємства з метою підбору найбільш підходящого інвестора
Кадровий потенціал	Підвищення рівня кваліфікації та освіти	Доведення переваг застосування наявних трудових ресурсів регіону
Фондоозброєність праці	Підвищення фондоозброєності за рахунок придбання новітнього обладнання	—
Ринкова стійкість	Підвищення ринкової стійкості в умовах функціонування підприємства	
Приналежність до регіону	Підвищення рейтингу підприємства у інвестиційно привабливому регіоні	Розкриття інвестиційних можливостей регіону з метою підбору найбільш підходящого інвестора
Приналежність до галузі	Підвищення рейтингу підприємства у інвестиційно привабливій галузі	Розкриття інвестиційних можливостей галузі з метою підбору найбільш підходящого інвестора
Наявність вільної робочої сили в регіоні	Обґрунтування трудового потенціалу певного регіону з метою підбору найбільш підходящого інвестора	
Наявність вільних виробничих площ або території для будівництва	Обґрунтування достатності й можливості вивільнення виробничих площ або території для будівництва з метою підбору найбільш підходящого інвестора	
Близькість до транспортної і енергетичної інфраструктури	Розробка ефективних шляхів сполучення та енергетичного забезпечення інвестиційних проектів з урахуванням можливостей регіону з метою підбору найбільш підходящого інвестора	
Соціальна значимість для міста, селища, регіону	Обґрунтування й доведення соціальної значимості певних інвестиційних проектів для міста, селища, регіону з метою підбору найбільш підходящого інвестора	
Наявність законодавчих та державних гарантій для іноземного інвестування	Обґрунтування й доведення наявності, а також лобювання прийняття необхідних державних актів стосовно підсилення гарантій для іноземного інвестування	

Загальну схему запропонованої нами типології інвестування відобразимо на рис. 1.

Отже, приведена схема типології допускає виявити теоретичну кількість варіантів інвестування, що дорівнює добутку кількості станів за кожною ознакою класифікації, а саме:  $3 \times 3 \times 3 \times 5 \times 2 = 270$  варіантів. Кожному з варіантів додається певний код, що відображає сполучення станів класифікаційних ознак, позначених літерами:

В – вид джерела інвестування: 1) кредити й позики; 2) залучення на фондовому ринку; 3) залучення стратегічного інвестора;

Д – походження джерела інвестування: 1) внутрішні; 2) зовнішні, які можуть належати: 21) бізнес-структурам; 22) міжнародним пулам (організаціям);

Н – напрям інвестування: 1) загальнодержавний; 2) регіональний; 3) галузевий;

О – об'єкти інвестування: 1) території; 2) населені пункти; 3) мережі; 4) підприємства, у тому числі: 41) діючі; 42) нові;

П – продукти інвестованих виробництв: 1) внутрішнього споживання; 2) на експорт.

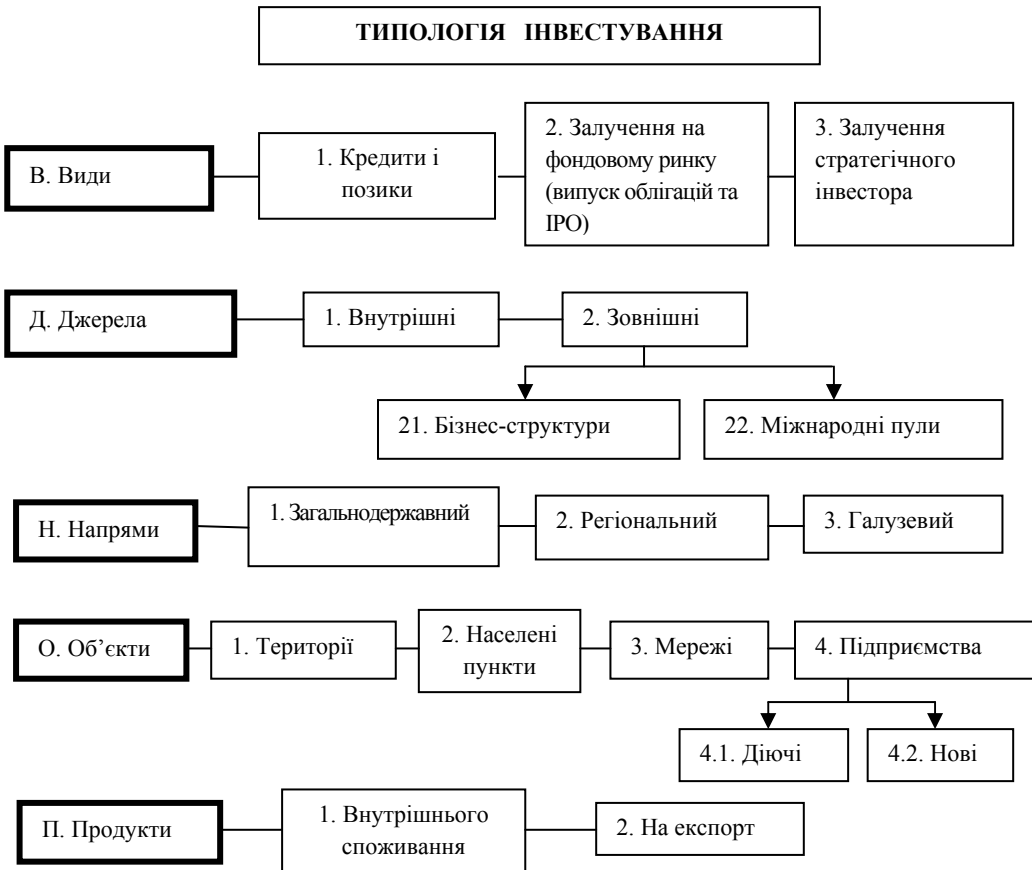


Рис. 1. Типологія умов інвестування в Україні

Кожен варіант інвестування, що позначений власним кодом, концентрує певну кількість конкретних чинників інвестування, які актуальні саме для даного типу інвестиційних проектів. Таке кодування конкретного варіанту інвестування дозволяє сконцентрувати саме таку інформацію, яка є актуальною для даного типу інвестиційних проектів, при цьому, залишаючи поза увагою безліч іншої інформації, що більше стосується інших варіантів інвестування зі своїми кодами. Така типологія інвестування дозволяє, по-перше, накопичувати й систематизувати ту інформацію, яка є критичною при визначенні доцільності інвестування за даним варіантом відповідно до існуючого стану інвестиційного клімату або інвестиційних переваг конкретного об'єкту інвестування. По-друге,

така типологія дозволяє розставляти типи інвестиційних проектів за ступенем їхньої відповідності діючим в країні умовам для успішного інвестування і, навпаки, відкладаючи такі варіанти інвестування, інвестиційний клімат яких є несприятливим. По-третє, саме кодування варіантів інвестування сприяє розумінню актуальності необхідних змін щодо інвестиційного клімату в країні або стосовно привабливості об'єктів інвестування. Такий принцип роботи з типологічним уявленням інвестиційних процесів в Україні продемонструємо прикладами, приведеними в табл. 3, в якій за трьома актуальними і найбільш поширеними варіантами інвестування надано перелік чинників, що є актуальними саме для цих варіантів.

Таблиця 3

Варіант інвестування, код	Групи чинників		
	Політичного характеру	Інвестиційного клімату	Привабливості об'єктів
1. Інвестування у відновлення Донбасу коштами міжнародних організацій – ВЗД2Н2О1П1	1. Завершення збройного конфлікту 2. Міжнародні гарантії (Нормандська четвірка)	1. Гарантування прав інвесторів 2. Законодавство стосовно розподілу продукції (для продукції подвійного призначення)	1. Надешевша робоча сила й місцеві ресурси за діючим курсом гривні до долару США 2. Наявність значних ресурсів робочої сили
2. Внутрішнє інвестування в діючі підприємства з метою освоєння нової продукції внутрішнього споживання – В1Д1Н3О41П1	1. Збереження політичного курсу на децентралізацію. 2. Завершення судової реформи	1. Законодавче урегулювання питань підвищення захисту інвесторів та перешкоджання рейдерству. 2. Зниження рівня облікової ставки Нацбанку України. 3. Збереження курсу національної валюти. 4. Підвищення рівня доходів споживачів	1. Високий рівень привабливості підприємств-об'єктів. 2. Близькість транспортної (залізничної, портової) та торговельної інфраструктури
3. Залучення зовнішнього стратегічного інвестора до створення нового підприємства з виготовлення продукції (часток продукції) на експорт – ВЗД21Н3О42П2	1. Збереження курсу на залучення іноземних інвесторів. 2. Збереження політичного курсу на децентралізацію. 3. Завершення судової реформи.	1. Законодавче урегулювання питань щодо підвищення захисту інвесторів та перешкоджання рейдерству. 2. Збереження курсу національної валюти. 3. Спрощення порядку перетинання товарами митних кордонів України.	1. Високий рівень привабливості території створення нового підприємства. 2. Близькість транспортної (залізничної, портової) та торговельної інфраструктури 3. Наявність значних ресурсів дешевої робочої сили.

**Висновки та пропозиції.** Запропонований в статті підхід до типології ситуацій інвестування в Україні надає декілька переваг і зручностей в опануванні складною проблематикою стосовно визначення напрямків, об'єктів та ефективності інвестування в умовах України, а саме:

1) дозволяє обмежити коло чинників і інформації, що підлягають опануванню при визначенні ефективності конкретного інвестиційного проекту, такими, що стосуються саме даного проекту, який відноситься до певного типу й має свій типологічний код, залишаючи поза увагою іншу інформацію, яка більше стосується інших типів інвестування;

2) дозволяє накопичувати й систематизувати ту інформацію, що є критичною при визначенні доцільності інвестування за даним варіантом відповідно до



існуючого стану інвестиційного клімату або інвестиційних переваг конкретного об'єкту інвестування;

3) дозволяє розставляти типи інвестиційних проектів за ступенем їхньої відповідності діючим в країні умовам для успішного інвестування і, навпаки, відкладаючи такі варіанти інвестування, інвестиційний клімат яких є несприятливим;

4) кодування варіантів інвестування сприяє розумінню актуальності необхідних змін щодо інвестиційного клімату в країні або стосовно привабливості об'єктів інвестування, які створюють умови ефективного інвестування за даним типологічним кодом проектів.

### Бібліографічні посилання

1. Гудзь И. Что такое Национальный инвестиционный совет и чем займется Ложкин после Администрации Президента [Електронний ресурс] / И. Гудзь // delo.ua. – 30.08.2016. – Режим доступу : <http://delo.ua/ukraine/chto-takoe-nacionalnyj-investicionnyj-sovet-i-chto-budet-delat-l-321953>
2. Худа В. В. Роль та місце інвестиційної стратегії в діяльності підприємства / В. В. Худа, Н. В. Бондар, Л. О. Терепя // АПЕ. – 2007. – № 5. – С. 47–59.
3. Спіфанова І. Ю. Підвищення інвестиційної привабливості підприємства як напрямок залучення інвестиційних ресурсів / І. Ю. Спіфанова // Вісник СНУ ім. В. Даля. – 2007. – № 7. – С. 23–28.
4. Балацький О. Ф. Управління інвестиціями : навч. посіб. / О. Ф. Балацький, О. М. Теліженко, М. О. Соколов. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2004. – 2-ге вид., перероб. і доп. – 232 с.
5. Дацій Н. В. Ризики у сфері іноземного інвестування та методи управління ними на підприємствах машинобудування / Н. В. Дацій // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – № 14. – С. 4–6.
6. Марцин В. С. Удосконалення державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні / В. С. Марцин // АПЕ. – 2007. – № 5. – С. 47–59.
7. Кучеренко С. К. Напрямки підвищення інвестиційної привабливості підприємств України / С. К. Кучеренко // Сучасна Україна в глобальному середовищі: стратегічні орієнтири економічного розвитку : моногр. – Дніпропетровськ : Інновація, 2015. – С. 263–276.
8. Словакия: от составной части бывшей Чехословакии в рамках Советского блока – к независимой стране – члену Европейского Союза и НАТО [Електронний ресурс] / Проекты. Опыт европейской и евроатлантической интеграции // Аналитический центр «Борисфен Интел», 2012. – Режим доступу : <http://bintel.com.ua/ru/projects/slovakija-ot-sostavnoj-chasti-byvshej-chehoslovakii>
9. Данилишин Б. Чехія відкриває Україні двері до Європи [Електронний ресурс] / Б. Данилишин // ГЛАВКОМ. – 2013. – Режим доступу : <http://glavcom.ua/articles/14761.html>
10. Оренштейн М. Польша: от трагедии к триумфу [Електронний ресурс] / М. Оренштейн // Foreign Affairs ; пер. с англ. – № 1. – 2014. – Режим доступу : <http://www.lesovod.org.ua/sites/default/files/images/a3-image002.jpg>
11. Індекс інвестиційної привабливості України [Електронний ресурс] // European Business Association. – Режим доступу : <http://goo.gl/JZfAU6>. – Станом на 15.04.2015.
12. Сегура Д. Інвестиційний клімат в Україні – 2016. Яким його бачить американський інвестор? : дослідження [Електронний ресурс] / Д. Сегура // Главком. – 2016. – Режим доступу : <http://glavcom.ua/publications/investiciyniy-klimat-v-ukrajini-2016-yakim-yogo-bachit-amerikanskiy-investor-doslidzhennya-374495.html>
13. Kolosov A. The Factors of Economic Mechanism for Recovery the Domestic Market of Donbas / A. Kolosov // Економічний вісник Донбасу. – 2015. – № 4 (42). – С. 33–37.
14. Оніщенко І. О. Інвестиційна привабливості України: проблеми та шляхи їх вирішення [Електронний ресурс] / І. О. Оніщенко // Траектория науки. – 2016. – № 3 (8). – Режим доступу : [www.pathofscience.org](http://www.pathofscience.org)

*Надійшла до редколегії 02.12.2016*

УДК 339.92

Д. С. Очеретний

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана***ТЕХНОГЛОБАЛІЗАЦІЙНА ПАРАДИГМА  
ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

В статті проаналізовано розвиток техноглобалізаційних процесів у світовій економіці. Досліджено зародження техноглобалізаційної парадигми інноваційного підприємництва. Детально розглянуто теорії транснаціональних корпорацій і вивозу капіталу. Визначено ключові драйвери розвитку інноваційного підприємництва в епоху техноглобалізму. Досліджено процеси глобалізації знань мереж. Розглянуто принципи транснаціональної інноваційної діяльності. Проаналізовані діючі на сьогодні форми та механізми інноваційного підприємництва.

*Ключові слова:* техноглобалізм, інноваційне підприємництво, НДДКР, компанії-інноватори, знаннєві мережі.

В статье проанализированы техноглобализационные процессы в мировой экономике. Исследовано зарождение техноглобализационной парадигмы инновационного предпринимательства. Детально рассмотрены теории транснациональных корпораций и вывоза капитала. Определены ключевые драйверы развития инновационного предпринимательства в эпоху техноглобализма. Исследованы процессы глобализации знаний сетей. Рассмотрены принципы транснациональной инновационной деятельности. Проанализированы действующие на сегодня формы и механизмы инновационного предпринимательства.

*Ключевые слова:* техноглобализм, инновационное предпринимательство, НИОКР, компании-инноваторы, знаниевые сети.

The article deals with analysis of technoglobal processes in world economy. The conception of technoglobalism paradigm of innovative business were discovered. The main drivers of business innovation development in the age of globalization were determined. Globalization Knowledge Networks processes were discovered. This article deals with Principles of Transnational innovation activity. We analysis forms and mechanisms of innovative entrepreneurship, which operates today.

*Keywords:* technoglobalizm, innovation enterpreneurship, R&D, innovation company.

Іманентною ознакою інноваційного підприємництва є його транснаціональний характер, який набуває свого концентрованого вираження, насамперед, завдяки виходу процесів інноваційного відтворення за національні кордони і широкого розгортання процесу техноглобалізму. Його автор кваліфікує як найвищий рівень інтернаціоналізації процесу виробництва, комерціалізації, трансферу і дифузії інновацій на міжнародному, регіональному і світовому рівнях. Як невід'ємний компонент всезагального і всеохоплюючого процесу економічної глобалізації, техноглобалізм за свої закономірні наслідки формування загальнопланетарних інноваційних ланцюгів доданої вартості; посилення процесів транснаціоналізації науки, техніки і виробництва; становлення міжнародних науково-виробничих мереж; а також формування глобальної інноваційної системи, яка характеризується, з одного боку, наростанням галузево-секторальної і територіально-географічної фрагментації інноваційного процесу, а з другого – подальшим об'єднанням цих фрагментів у єдині глобальні інноваційні мережі на основі міжнародного технічного і технологічного поділу праці, а також міжнародного науково-технічного обміну. Усі ці процеси, на нашу думку, формують нову техноглобалізаційну парадигму розвитку інноваційного підприємництва з новітньою композицією факторів його стратегічної девелопментизації та формуванням

нових джерел і ресурсів макроекономічного зростання країн, структурного оновлення та модернізації їх національних економік, а також нарощування конкурентних позицій суб'єктів господарювання на світових ринках.

Багато вчених, як вітчизняних, так і зарубіжних, досліджують питання техноглобалізаційних процесів, зокрема А. Рагман, П. Баклі, М. Кассон, Р. Кейвз та ін.

**Метою статті** є комплексне дослідження техноглобалізаційної парадигми інноваційного підприємництва у контексті з'ясування концептуальних засад його розвитку в умовах технологічної глобалізації.

Первинно базуючись на особливостях інноваційних систем різних країн та їх національних економічних моделей, інноваційне підприємництво у ході інформаційного етапу науково-технічної революції та поглиблення інтернаціоналізаційних процесів у сфері НДДКР остаточно втратило національно замкнений характер і набуло зрілих міжнародних рис і характеристик. Є всі підстави стверджувати, що саме міжнародний науково-технічний обмін у формі міжкорпоративного, міжкраїнового і трансрегіонального переміщення технологій не тільки тісно пов'язаний з філософією світогосподарського прогресу, але й детермінує його логіку і динаміку. Йдеться про те, що якщо ще у XIX ст. виробництво прогресивної техніки і технологій характеризувалось високим рівнем географічної локалізації у країнах світового економічного авангарду, то нині воно дедалі більше поширюється у світовому масштабі під впливом динамічного нарощування провідними державами і країнами з новостворюваними ринками зарубіжного фінансування своїх наукових досліджень, географічної диверсифікації науково-дослідної діяльності ТНК, а також формування ними мережевих науково-технічних структур, що дають можливість не тільки раціонально комбінувати економічні ресурси, але й ефективно координувати розвиток науково-інноваційних комплексів різних країн і регіонів.

Про високу динаміку розвитку техноглобалізаційних процесів у світовій економіці свідчить, зокрема, той факт, що з 322,5 млрд дол. США [1] сукупних витрат бізнес-сектору на НДДКР у Сполучених Штатах у 2013 р. 53,1 млрд (16,5 %) здійснили дочірні підрозділи зарубіжних фірм, що тут дислокуються (для Німеччини відповідний показник становив 15,3 млрд, для Великобританії – 14,6 млрд, для Франції – 10,6 млрд, а для Японії – 7,5 млрд [2]). Якщо у 1975 р. сукупні інноваційні витрати зарубіжних підрозділів американських ТНК становили лише 1,5 млрд дол. США, а у 1981 р. – 3,2 млрд, то у 1995 р. – 14,8 млрд, у 2004 р. – 27,5 млрд [3], а у 2012 р. – 44,9 млрд [1]. Загальна кількість тріадичних патентних сімей держав-членів ОЕСР становила у 2013 р. 50,4 тис. [2]; а сукупний експорт патентів і ліцензій Німеччини у 2014 р. досягнув 71,4 млрд дол. США, Ірландії – 72,5 млрд, Нідерландів – 62,1 млрд, Великобританії – 46,6 млрд, Швейцарії – 31,4 млрд, Японії – 34,5 млрд, США – 136,3 млрд відповідно [2].

Таким чином, висока динаміка розвитку процесів інтернаціоналізації сфери НДДКР вимагає комплексного дослідження техноглобалізаційної парадигми інноваційного підприємництва у контексті з'ясування концептуальних засад його розвитку в умовах технологічної глобалізації; характеру і напрямів його сучасної трансформації; особливостей диверсифікації його суб'єктної, об'єктної й інституційної структури; а також модернізації системи його основних принципів і законів. Що стосується зародження техноглобалізаційної парадигми інноваційного підприємництва, то вона, на нашу думку, бере свій початок з другої половини XX ст., а саме в епоху становлення постіндустріальної моделі

економічного розвитку на базі четвертого технологічного укладу, а відтак – знаходить свого найглибшого концептуального розроблення у теоріях транснаціональних корпорацій і вивозу капіталу. Більшість з цих теорій, як відомо, розглядають інноваційну діяльність ТНК через призму мотиваційних чинників розширення їх зарубіжних операцій, а відтак – стали відправним пунктом для розробки теоретичного підґрунтя фундаментальних досліджень процесів інноваційного підприємництва в епоху технологічної глобалізації. Тут доречно згадати, зокрема:

- теорію інтерналізації (А. Рагман, П. Баклі, М. Кассон, Р. Кейвз та ін.), яка пов'язує інноваційну діяльність фірм та процеси генерування ними знань з отримуваними компаніями конкурентними перевагами від реалізації продукції на зовнішніх ринках, зарубіжного розміщення свого виробництва та реалізації прав власності. Головним методологічним засновком даної теорії є неспроможність чисто ринкових механізмів забезпечити ефективне розміщення факторів виробництва товарів і послуг відповідно до природних і встановлених урядами зовнішніх (неринкових) умов, а відтак – об'єктивну мотивацію міжнародних корпорацій щодо формування свого внутрішнього (інтернального) ринку для обміну товарами, послугами та інноваціями з метою зменшення трансакційних витрат [4, р. 33];

- теорію ринкової влади (С. Хаймер, Ч. Кіндлебергер, Е. Чемберлін та ін.), яка розглядає ринкову силу компаній та їх специфічні конкурентні переваги з погляду володіння ними знаннями і технологіями, що надають широкі можливості бізнес-структурам для підвищення ціни на свою продукцію і компенсації таким способом масштабних витрат від входження на зарубіжні ринки [5];

- теорію життєвого циклу продукту Р. Вернона, яка пов'язує процеси вивозу компаніями капіталу з їх інноваційною діяльністю і створенням нових технологічно містких продуктів, а також акцентує основну увагу на процесах трансферу знань у системі міжнародного виробництва бізнес-структур, формуванні ТНК глобальних ланцюгів вартості та зниження їх інноваційних ризиків [6];

- теорію технологічного розриву М. Познера, згідно якої розробка економічними суб'єктами інновацій та нових технологічних процесів є запорукою здобуття ними тимчасової конкурентної переваги чи монополії у виробництві та експортуванні продукції, виробленої за їх участю [7]. Відтак – найбільш конкурентоспроможними є ті високотехнологічні компанії, які здатні найбільш ефективно займатись інноваційним підприємництвом у сфері науки, техніки, виробництва, науково-технологічного обміну та менеджменту;

- еkleктичну теорію Дж. Даннінга, яка обґрунтовує визначальну роль знань та інновацій у формуванні ключових конкурентних переваг фірми (переваг власності, інтерналізації та розміщення, що детермінують закономірності формування виробничих комплексів ТНК) і актуалізує проблематику нагромадження ними знань, створення внутрішньофірмових ринків, міжфірмової технологічної конкуренції та передачі технологій між взаємопов'язаними виробничими підрозділами бізнес-структур [8]. Саме Дж. Даннінг вперше здійснив класифікацію фірмових активів, виділивши у їх структурі так звані невидимі активи (технології, знання, виробничий досвід та ін.), а також обґрунтувавши їх вирішальну роль у формуванні конкурентних переваг ТНК і причини концентрації більшої частини транснаціональних структур у високотехнологічних і найбільш наукоємних галузях й сферах світової економіки;

- теорію трансакційних витрат (Р. Коуз, О. Вільямсон К. Далмана та ін.), яка пояснює об'єктивну необхідність і доцільність міжкорпоративного науково-технологічного трансферу (на відміну від злиттів і поглинань та традиційних контрактних чи договірних відносин) з погляду економії трансакційних витрат та можливостей раціоналізації науково-технологічного обміну на рівні окремих компаній;

- теорію соціального обміну (П. Блау, Р. Гулаті, А. Ларсон, П. Рінг, А. Ван де Вен, П. Кейл, Х. Сінг, Х. Пермутер, С. Муцусамі, М. Вайт, Ч.-Дж. Чен та ін. [9-12]), яка визначає в якості головних мотиваційних чинників науково-технологічного обміну між компаніями взаємну довіру бізнес-партнерів, яка стимулює і розширює ділові стосунки компаній-партнерів на основі розбудови ними спільного інноваційного простору.

Разом з тим, незважаючи на наявність доволі ґрунтовного теоретичного арсеналу для пояснення ролі інноваційної діяльності ТНК у процесах їх стратегічного розвитку, техноглобалізаційна парадигма інноваційного підприємництва, на нашу думку, отримала найбільшу розробку в теорії ТНК, що базується на знаннях. Методологічна цінність концептуальних напрацювань і розробок її фундаторів (Н. Фосса, Т. Педерсена, Б. Когута, У. Зандера, Д. Джорджа, С. Захра, І. Бьєркмана, В. Барнера-Расмусена, Л. Лі та ін. [13-15]) полягає, насамперед, у їх незаперечній діалектичній логічності, внутрішній цілісності та незаперечному прогностичному потенціалі. Йдеться, передусім, про кваліфікацію транс національних структур як основних соціальних інститутів генерування і міжнародного трансферу неявних (або іманентно включених) знань, технологій і досягнень науки й техніки, інакше кажучи – унікальних (на відміну від традиційних екстернальних ринкових механізмів) інституційних механізмів їх спіловеру між компонентами транснаціональних мереж. Саме генерування нових знань і широкі можливості ТНК здійснювати їх міжнародну алокацію і внутрішньокорпоративне переміщення визначаються даною теорією в якості основних фундаментальних рис, що відрізняють міжнародні корпорації від національних [16, р. 417].

Як бачимо, теорія ТНК, що базується на знаннях, на відміну від інших теорій ТНК та вивозу капіталу, здатна найбільш повно пояснити новітні глобалізаційні тенденції, які на системному рівні трансформують процеси інноваційного підприємництва, та їх рушійні сили, а також визначити їх провідні закономірності і тренди розвитку. Дані трансформації стосуються, зокрема, перетворення ТНК у світові депозитарії знань та поширення неакціонерних форм їх операцій; активізації участі транснаціональних структур у розвитку глобальних мереж створення доданої вартості; фрагментації міжнародного виробництва ТНК на базі офшорингового аутсорсінгу; фундаментальних модифікацій міжнародного виробництва з долученням до транснаціоналізації інноваційного підприємництва середніх і малих фірм; а також формування у світовій економіці так званих «міжнародно-народжених» бізнес-структур. Феномен останніх, у контексті техноглобалізаційного етапу розвитку інноваційного підприємництва, пояснюється, насамперед, їх заснуванням переважно як spin-off-компаній з первинно високим рівнем інтернаціоналізації фінансово-господарської і науково-дослідної діяльності, працівники яких завдяки колосальному багажу нагромаджених практичних знань здатні активно стимулювати, у тому числі, і процеси інтернаціоналізації діяльності компаній-партнерів. Так, за деякими оцінками понад 40 % нагромаджених корпораціями знань формують інтелект, досвід і професійні компетенції їх персоналу, які ніяким чином не відображаються на матеріальних носіях інформації [17].

З огляду на це, теорія ТНК, заснована на знаннях, на наступні десятиліття визначатиме, на нашу думку, основний векторний тренд концептуальних досліджень не тільки власне зарубіжних операцій транснаціональних корпорацій, але й інтернаціоналізації їх науково-дослідної діяльності як матеріальної основи техноглобалізаційної парадигми інноваційного підприємництва.

Екстраполюючи методологічні засади теорії ТНК, що базується на знаннях, на сферу інноваційного підприємництва, слід відзначити, що закономірним результатом переходу на техноглобалізаційну стадію розвитку стало, насамперед, посилення інтернаціоналізації НДДКР транснаціональних структур, активне залучення до них зарубіжних партнерів, а також винесення окремих стадій і етапів інноваційного процесу за національні кордони країн базування компаній-інноваторів. У даному контексті, повною мірою, погоджуємось з авторитетними американськими фахівцями у сфері інноваційного менеджменту Дж. Хагедорном, Дж. Тідом, Дж. Бессантом та К. Павіттом, які стверджують, що відносини між бізнес-структурами у сфері НДДКР стають нині ключовим механізмом генерування ними нових технологічних потужностей. Відповідно до їх підходів, інноваційне підприємництво кваліфікується як комплекс чітко формалізованих зв'язків між двома чи більше незалежними організаціями, які реалізують взаємозалежні і взаємопов'язані види інноваційної діяльності [18; 19]. При цьому, співробітництво компаній у сфері інноваційного підприємництва може реалізовуватись або у формі науково-технологічного обміну уже існуючих знань (П. Кейл, Д. Мовері, Х. Сайн, Дж. Окслі, Б. Сілверман та ін.) [20; 21], або на основі спільного генерування компаніями нових знань, інформації та компетенцій (Р. Ларсон, К. Хенріксон, Ю. Спаркс, Дж. Флорін, М. Лубаткін, Дж. Подольний, К. Пейдж та ін.) [22-24].

Ключовим драйвером розвитку інноваційного підприємництва в епоху техноглобалізму є активний пошук ТНК можливостей максимальної експлуатації нових знань, що генеруються знанневими регіонами, у тому числі, завдяки масштабному державному фінансуванню НДДКР. А оскільки продукування нових знань завжди характеризується високим рівнем регіональної і галузевосекторальної асиметричності, то активізуються і процеси трансформації просторових знанневих монополій на знанневі кластери (і їх більш широкий формат регіональних інноваційних систем) [25, с. 46]; а самі компанії у реалізації своїх експансіоністських корпоративних стратегій орієнтуються, насамперед, на суттєве поглиблення науково-технічного співробітництва із зовнішніми знанневими партнерами [26]. Саме у такий спосіб транснаціональні структури, досягаючи граничних меж екстенсивної моделі свого стратегічного розвитку, здатні перейти до інтенсивної його моделі, у якій знання і компетенції стають основними чинниками забезпечення їх сталої міжнародної конкурентоспроможності.

У даному контексті заслуговують на неабияку увагу конкретизовані М. Гінхуїзем мотивційні чинники, що стимулюють ТНК до спіловеру неявих (тих, що важко піддаються копіюванню і перенесенню за кордон) знань і обумовлюють їх зростаючу передачу за межі певних територій. Це – подорожі осіб за умов їх участі у спільних професійних практиках чи соціальних мережах; глобалізація економічної діяльності та поглиблення технологічної спеціалізації її суб'єктів; пошук компаніями нових знань у глобальних мережах, де формуються основні виробничі процеси та ключові компетенції; а також формування глобально-орієнтованих компаній. Як бачимо, усі ці чинники відображають широкі можливості

ТНК для подолання існуючих бар'єрів на шляху передачі неявних знань за межі країн базування своїх материнських підрозділів, а відтак є основою формування глобальної інноваційної економіки мережевого типу.

Завдяки функціонуванню глобальних інноваційних мереж суттєво розширюються можливості бізнес-структур не тільки у використанні екзогенних чинників їх стратегічного розвитку, але й ефективному вирішенні складних технологічних завдань та підвищенні результативності комерціалізації результатів їх інноваційного підприємництва. Не випадково досягнення цієї стратегічної мети напряму залежить від їх здатності забезпечувати ефективне поєднання так званих «додаткових активів». Дану тезу підтверджують, зокрема, результати опитування і узагальнення архівних даних 489 компаній США та професіоналів з управління ланцюгами постачання, проведені американськими дослідниками Л. Грейкхедом, Г. Хультом та Д. Кетченом. Згідно даного дослідження, продуктивність суб'єктів господарювання (як інноваторів, так і імітаторів) визначальною мірою залежить від того, якою мірою їх внутрішній потенціал знань та інтелектуальний капітал доповнюється можливостями здобуття нових знань [27], що в сучасних умовах стає можливим тільки у глобальних інноваційних мережах.

Техноглобалізаційна парадигма інноваційного підприємництва висуває в число пріоритетних питання розбудови ефективних комунікаційних зв'язків між продуцентами і споживачами знань, здатних забезпечити оперативний трансфер технологій між національними та зарубіжними підприємницькими структурами, а також підвищити їх граничну продуктивність. На рівні транснаціональних структур це здійснюється двома способами: через власні підконтрольні філіали (внутрішній трансфер) або через фірми-партнери (зовнішній трансфер). При цьому, якщо внутрішньокорпоративна передача технологій зазвичай відбувається за каналами прямого зарубіжного інвестування, то зовнішній трансфер технологій набуває більш диверсифікованих організаційних форм і включає повний спектр послуг – від передачі власне технології до надання управлінських, маркетингових та супровідних послуг. Йдеться, зокрема, про спільні підприємства, франчайзинг, продаж основних фондів, ліцензування, технічну підтримку, субпідрядні угоди, угоди на виробництво оригінального обладнання та ін. [28, с. 21].

Розвиваючи співробітництво у таких організаційних формах, бізнес-структури отримують доступ до технологій і знань своїх партнерів, скорочують власні витрати на НДДКР, а на основі спільних інновацій продукують нову продукцію і нові бізнес-процеси, зміцнюючи свої конкурентні переваги на глобальних ринках. У даному контексті особливого значення набуває фактор крос-культурної конвергенції та стратегічної компліментарності учасників глобальних інноваційних мереж, які, на думку А. Мюррея та С. Сіла [29], є запорукою успішності функціонування стратегічних альянсів. Виходячи з цього, при заснуванні міжнародних альянсних структур їх учасники мають не тільки розуміти й адекватно сприймати культурні цінності інших країни, але й знаходити ефективні способи забезпечення їх синергійної взаємодії.

Аналіз техноглобалізаційної парадигми інноваційного підприємництва буде неповним без дослідження процесів глобалізації знанневих мереж. Йдеться, насамперед, про усталену тенденцію посилення інституціоналізації відносин держав концентрації світового інноваційного ресурсу з національними діаспорами країн-постачальників знань та інновацій на основі розбудови розгалужених мереж висококваліфікованих працівників, а відтак – використання в інтересах національного

економічного розвитку креативного потенціалу і знань іноземних громадян. Так, на сьогодні переважна більшість привабливих для імміграції країн проводять активну політику селекції іммігрантів за віковими, професійними, освітньо-професійними та кваліфікаційними ознаками. Достатньо сказати, що понад 70 % іноземних науковців, які працюють у сфері НДДКР у США, раніше отримували освіту у цій країні [30]; частка іммігрантів із науковим ступенем доктора філософії у загальній кількості науковців та інженерів, які працюють в американських університетах та лабораторіях, становить 47 %; а науковцям китайського та індійського походження належить 13,9 % американських патентів [31, с. 46]. Крім того, на частку іноземців на даний час припадає нині 25 % усіх технологічних інновацій у США і 28 % загальної кількості технологічних компаній з сумарним доходом більше, ніж 55 млрд дол. США [32], що свідчить про активне використання цієї наддержавою у своїх національних інтересах зарубіжного інноваційного потенціалу та знань, що генеруються зарубіжними державами і підприємницькими структурами.

Дослідження мереж висококваліфікованих спеціалістів багатьох країн світу засвідчує, що серед представників зарубіжних діаспор чисельність осіб з докторським ступенем щонайменше удвічі вища, ніж у країнах їх походження. При цьому, у формуванні міжнародних центрів високих технологій чи не найголовнішу роль відіграють нині так звані інтелектуальні центри, організації та мережі мігрантів за кордоном. Маючи доволі диверсифіковану на глобальному рівні структуру та налічуючи від кількох сотень до кількох тисяч членів, подібні центри включають як студентські наукові мережі, так і локальні асоціації висококваліфікованих емігрантів та об'єднання зарубіжних експертів. З-поміж останніх слід відзначити, зокрема, Програму трансферу знань до експатрійованих співвітчизників при ООН (ТОКТЕН) та інтелектуальні мережі діаспори (на кшталт Колумбійської мережі дослідників та інженерів за кордоном (RedCaldas), Південно-Африканської асоціації науковців за кордоном, Глобальної корейської мережі, асоціації тайських професіоналів у США, Канаді, Європі та Японії та ін.). Наприклад в Інтернеті існує понад 50 мереж експатріантів, які об'єднують висококваліфікованих спеціалістів з більш ніж 30 країн світу [33].

Техноглобалізаційна парадигма інноваційного підприємництва висуває в число пріоритетних питань забезпечення балансу між генеруванням нових знань та експлуатацією наявних компетенцій і добре відомого виробничого досвіду, хоча переважна більшість НДДКР проводиться компаніями на інтернальному рівні. Однак в сучасних умовах дедалі більшою мірою зростає роль корпоративних альянсів з огляду на те, що міжсуб'єктний розподіл знань та інших економічних ресурсів здійснюється у межах ланцюгів доданої вартості [25, с. 101]. Набуваючи членства у стратегічних альянсах, підприємницькі структури суттєво розширюють свої науково-технічні можливості як у сфері проведення власних НДДКР, так і в сфері взаємного навчання. Дана тенденція, повною мірою вписуючись у парадигмальні засади концепції так званої «інституціональної пам'яті» [25, с.150], обумовлює значну активізацію процесу спіловеру знань у суспільстві за умов включення до стратегічних альянсів науково-освітніх інституцій, які до того ж суттєво посилюють науковий компонент внутрішньо- і міжфірмового співробітництва у сфері НДДКР. Достатньо сказати, що участь компаній у стратегічних альянсах дає можливість на 14–20 місяців скоротити термін налагодження нового виробництва і на 50–70 % – вартість освоєння виробництва за одночасного зростання якості продукції на рівні 93–99 % [34, с. 466].



У даному контексті заслуговують на неабияку увагу дослідження К. Сівакумара і С. Роя [35], які у свій час запропонували так звану концепцію надмірності знань як ключового чинника створення ланцюгів поставок. Причому саме поняття «надмірність знань» у кваліфікації учених аж ніяк не має негативного значення, а використовується з метою адекватної і повної характеристики міжкорпоративних зв'язків у сфері НДДКР, які формуються у процесі розбудови підприємницькими структурами глобальних мереж з експлуатації знань і компетенцій.

Техноглобалізаційна парадигма інноваційного підприємництва докорінно модифікує принципи транснаціональної інноваційної діяльності, головними з яких стають: по-перше, фінансова самостійність зарубіжних підрозділів ТНК у науково-дослідній сфері; по-друге, чітка формалізація потреб філіалів при реалізації ними міжнародних проектів у сфері НДДКР; по-третє, автономізація науково-дослідної діяльності зарубіжних підрозділів з їх перетворенням на «інкубаторів» нових ідей; по-четверте, мережевість в організації транснаціональної науково-дослідної діяльності. Практична реалізація цих принципів знаходить своє відображення у чіткій фрагментації зарубіжних НДДКР-підрозділів ТНК на ті, що спеціалізуються виключно на трансфері знань, створених у країні базування материнських компаній, та їх подальшій комерціалізації (home-baseexploiting – НВЕ) та ті, що беруть безпосередню участь у науково-дослідних розробках ТНК на основі використання місцевих ресурсів, нарощуючи у такий спосіб загальний обсяг науково-технічних знань транснаціональних структур (home-baseaugmenting – НВА) [36, р. 5]. З цього ж випливає і новий характер технологічної спеціалізації зарубіжних філій ТНК: якщо для перших – це адаптація інноваційних технологій і нових продуктів, отриманих з материнських «мозкових центрів», до місцевих ринків та умов місцевого попиту, а також їх впровадження у масове виробництво; то для других – відслідковування і моніторинг найбільш перспективних НДДКР-розробок усіх агентів глобальних інноваційних мереж та їх передача у науково-дослідний підрозділ материнської компанії (так званий центральний знаннєвий інкубатор). Досягнення НВА-компаніями своїх стратегічних цілей стає можливим завдяки їх тісній інкорпорації у науково-дослідні і знаннєві мережі країн свого базування, а також одержання доступу до локальних інноваційних ресурсів з їх подальшим використанням як у рамках глобального інноваційного процесу, так і на основі інтернального трансферу результатів НДДКР між підрозділами своєї компанії.

У цьому зв'язку доцільно також відзначити, що ключовими факторами нарощування прибутковості науково-дослідної діяльності НВА-компаній є, як емпірично довели К. Ле Бас і П. Патель, її масштаби, рівень технологічної спеціалізації (на противагу технологічній диверсифікації) і національна належність фірми, тоді як поточний рівень технологічної інтернаціоналізації компаній не має визначального значення [36, р. 1]. Підтвердженням визначальної ролі НВА-компаній у реалізації транснаціональними структурами інноваційної діяльності є той факт, що за країнами світової тріади (як країнами базування материнських компаній) на них припадає 65,1 % зарубіжних НДДКР-підрозділів ТНК і стільки ж (65,1 %) – за такими галузями і секторами світової економіки, як: електроніка, інструменти, хімія і фармацевтика, індустріальні процеси, машини і інженерія, споживчі товари, будівництво і публічні роботи.

Підбиваючи підсумок, слід відзначити, що техноглобалізаційна парадигма інноваційного підприємництва відображає ключові сучасні закономірності

і тенденції його розвитку через призму пріоритетних мотиваційних чинників вибору транснаціональними корпораціями точок розміщення своїх науково-дослідних підрозділів та пошуку альтернативних шляхів стратегічного технологічного розвитку, методів планування і фінансування ними своїх міжнародних НДДКР, а також підходів до управління персоналом у глобальному конкурентному середовищі. Новітні інформаційно-комунікаційні технології, розбудовані за участі транснаціональних структур, забезпечують ефективну інтеграцію сучасних знань, науки і виробництва на основі двох взаємопов'язаних механізмів: інтернальних (які характеризуються більш високим ступенем взаємодії науково-дослідних та виробничих підрозділів підприємницьких структур у міжнародному інноваційному процесі) та екстернальних (для яких притаманні тісні інноваційні зв'язки підрозділів ТНК з місцевими підприємствами та організаціями). Синергійна дія цих механізмів є матеріальним базисом становлення феномену техноглобалізму з виходом процесів інноваційного підприємництва на найвищій щабель розвитку із системною інтернаціоналізацією усіх їх стадій та проникненням принципових науково-технічних зрушень в усі сфери людської життєдіяльності.

### Бібліографічні посилання

1. Science & Engineering Indicators 2016. – National Science Board, 2016. – P. 4-49.
2. Main Science and Technology Indicators. – OECD [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=MSTI\\_PUB](http://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=MSTI_PUB) ; [http://stats.oecd.org/\\_Index.aspx?DataSetCode=MSTI\\_PUB](http://stats.oecd.org/_Index.aspx?DataSetCode=MSTI_PUB).
3. Столярчук Я. М. Глобальні асиметрії економічного розвитку : моногр. / Я. М. Столярчук. – К. : КНЕУ, 2009. – С. 130.
4. Buckley P., Casson M. The Future of Multinational Enterprise. – L. : Macmillan, 1976. – P. 32–66.
5. Hymer S. The International Operations of National Firms: A Study of Direct Investment. – Cambridge, MA : MIT Press, 1976.
6. Vernon R. International Investment and International Trade in Product Cycle // Quarterly Journal of Economics. – 1966. – Vol. 80. – No. 2. – P. 190–207.
7. Posner M. International Trade and Technical Change // Oxford Economic Papers, New Series 13. – 1961. – Oct. – No. 3. – P. 323–341.
8. Danning J. The Theory of International Production // International Trade Journal. – 1988. – No. 3. – P. 19–27.
9. Blau P. Exchange and power in social life. – New York : Wiley, 1964.
10. Gulati R. Social structure and alliance formation patterns: a longitudinal analysis // Administrative Science Quarterly. – 1995. – No. 40. – P. 619–652.
11. Larson A. Network dyads in entrepreneurial settings: a study of the governance of exchange relationships // Administrative Science Quarterly. – 1992. – No. 37. – P. 76–104.
12. Ring P. Van de Ven A. H. Structuring cooperative relationships between organizations // Strategic Management Journal. – 1992. – No. 13. – P. 483–498.
13. Foss N., Pedersen T. Organizing knowledge processes in the multinational corporation: an introduction // Journal of International Business Studies. – 2004. – Vol. 35. – P. 340–349.
14. Bjorkman I., Barner-Rasmussen W., Li L. Managing knowledge transfer in MNCs: the impact of headquarters control mechanisms // Journal of International Business Studies. – 2004. – Vol. 35. – P. 443–455.
15. Zahra S. A., George G. Absorptive capacity: a review, reconceptualization and extension // Academy of Management Review. – 2002. – Vol. 27. – № 2. – P. 185–203.
16. Kogut B., Zander U. Knowledge, market failure and the multinational enterprise: a reply // Journal of International Business Studies. – 1995. – Vol. 26. – № 2. – P. 417–426.
17. Чечурина М. Н. Трансформация роли инноваций в экономическом развитии общества: Материалы науч.-техн. конф. Моск. гос. техн. ун-та [Електронний ресурс] / М. Н. Чечурина. – Режим доступу : <http://www.mstu.edu.ru>

18. Hagedoorn J. Inter-firm R&D partnerships: an overview of major trends and patterns since 1960 // *Research Policy*. – 2002. – No. 31. – P. 477–492.
19. Tidd J., Bessant J., Pavitt K. Learning through alliances. *Managing Innovation and Change*. – L. : SAGE. – P. 167–188.
20. Kale P., Singh H., Perlmutter H. Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: Building relational capital // *Strategic Management Journal*. – 2000. – No. 21. – P. 217–237.
21. Mowery D. C., Oxley J. E., Silverman B. Strategic Alliances and interfirm knowledge transfer // *Strategic Management Journal*. – 1996. – No. 17 (Winter Special Issue). – P. 77–91.
22. Larsson R., Bengtsson L., Henriksson K., Sparks J. The interorganizational learning dilemma: collective knowledge development in strategic alliances // *Organization Science*. – 1998. – No. 9. – P. 285–305.
23. Lubatkin M., Florin J., Lane P. Learning together and apart: A model of reciprocal interfirm learning // *Human Relations*. – 2001. – No. 54. – P. 1353–1382.
24. Podolny J. M., Page K. L. Network forms of organization // *Annual Review of Sociology*. – 1998. – No. 24. – P. 57–76.
25. Ільницький Д. О. Глобальна конкуренція в науково-освітньому просторі : моногр. / Д. О. Ільницький. – К. : КНЕУ, 2016.
26. Chesbrough H. The era of open innovation // *MIT Sloan Management Review*. – 2003. – No. 44. – P. 35–41.
27. Craighead C., Hult G., Ketchen D. The Effects of Innovation-cost strategy, Knowledge and Action in the Supply Chain on Firm Performance // *Journal of Operations Management*. – 2009. – No. 27. – P. 405–421.
28. Величко А. В. Теоретико-методологічні основи дослідження розвитку міжнародного трансферу технологій / А. В. Величко // *Вісник ДНУ. Серія: Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. – 2012. – Вип. 4. – С. 18–23.
29. Murray A. I., Siehl C. Joint Ventures and Other Alliances: Creating a Successful Cooperative Linkage. Financial Executives Research Foundation, 1989. – 98 p.
30. Wadhwa V. Skilled Immigration and Economic Growth / V. Wadhwa, A. Saxenian, B. Rissing, G. Gereffi // *Applied Research in Economic Development*. – 2008. – No. 5 (1). – P. 6–14.
31. Кузнецов О. В. Міжнародна міграція висококваліфікованих фахівців // *Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ*. – Серія «Економіка, право, політологія, туризм». – 2010. – Том. 1. – №1. – С. 46–50.
32. Ускова О. Политика научной интервенции [Електронний ресурс] / О. Ускова // *Независимая газета*. – 2010. – 22 декаб. – Режим доступу : [http://www.ng.ru/science/2010-12-22/11\\_intervention.html](http://www.ng.ru/science/2010-12-22/11_intervention.html)
33. Лук'яненко Д. Міжнародна економіка : підруч. / Д. Лук'яненко, А. Поручник, Я. Столярчук. – К. : КНЕУ, 2014. – С. 373.
34. Васильев А. С. Альянсы европейских ТНК в секторе информационных и коммуникационных технологий / А. С. Васильев // *Экономические науки*. – 2009. – № 12 (61). – С. 464–471.
35. Sivakumar K., Roy S. Knowledge redundancy in supply chains: a framework // *Supply Chain Management: An International Journal*. – 2004. – No. 9. – P. 241–249.
36. Le Bas C., Patel P. The determinants of home-base-augmenting and home-base-exploiting technological activities: some new results of multinationals' locational strategies // *Science and Technology Policy Research*. – Electronic Working Paper Series. – Paper No. 164, December 2007.

*Надійшла до редакції 14.09.2016*

УДК 330.113.2

**Р. В. Салдан**

*Львівський торговельно-економічний університет*

## **ПОНЯТТЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ СФЕРИ ПОСЛУГ**

У статті розглядаються основні інструменти державного регулювання ринку праці у сфері послуг, який є також часткою економічної системи, її важливим елементом.

Автором на підставі низки джерел простежуються особливості впливу державного регулювання ринку праці у сфері послуг, а також виділені найбільш ефективні інструменти державного регулювання. Наголошується на тому, що ступінь розвитку ринку праці та рівень і якість життя населення країни знаходяться у прямо пропорційній залежності. Також доведено, що зростання національного доходу у населення призводить до збільшення попиту на послуги сфери послуг.

*Ключові слова:* ринок праці, послуги, інструменти, державне регулювання, сфера послуг.

В статье рассматриваются основные инструменты государственного регулирования рынка труда в сфере услуг, который является также частью экономической системы, ее важным элементом.

Автором на основании ряда источников прослеживаются особенности влияния государственного регулирования рынка труда в сфере услуг, а также выделены наиболее эффективные инструменты государственного регулирования. Подчеркивается, что степень развития рынка труда, уровень и качество жизни населения страны находятся в прямо пропорциональной зависимости. Также доказано, что рост национального дохода у населения приводит к увеличению спроса на услуги сферы услуг.

*Ключевые слова:* рынок труда, услуги, инструменты, государственное регулирование, сфера услуг.

In the article the basic tools of state regulation of the labor market in the service sector, which is also part of economic system, its important element.

The author, based on several sources traced Peculiarities of state regulation of the labor market in the service sector, and marked the most effective tools of state regulation. It is noted that the degree of labor market and the level and quality of life in the country are directly proportional. Also proved that the growth of national income in the population leads to increased demand for service.

*Keywords:* labor market, services, tools, regulation, services.

З 2010 р. в Україні спостерігався спад економічної діяльності нематеріальної сфери. Цей стан пов'язують з посткризовим випереджаючим темпом відновлення виробництва, порівняно із сферою послуг, яка продемонструвала більш глибоке падіння.

До того ж, традиційно основну частку ВВП в Україні складав промисловий сектор економіки, а сфера ринку послуг вважалася другорядною в господарстві країни, що зумовлювало залишковий принцип фінансування. Натомість, аналіз дохідної частини ринку послуг розвинених країн вказує на недооцінювання фінансово-дохідної перспективи даної сфери господарства в Україні. Отже, це питання потребує додаткового вивчення.

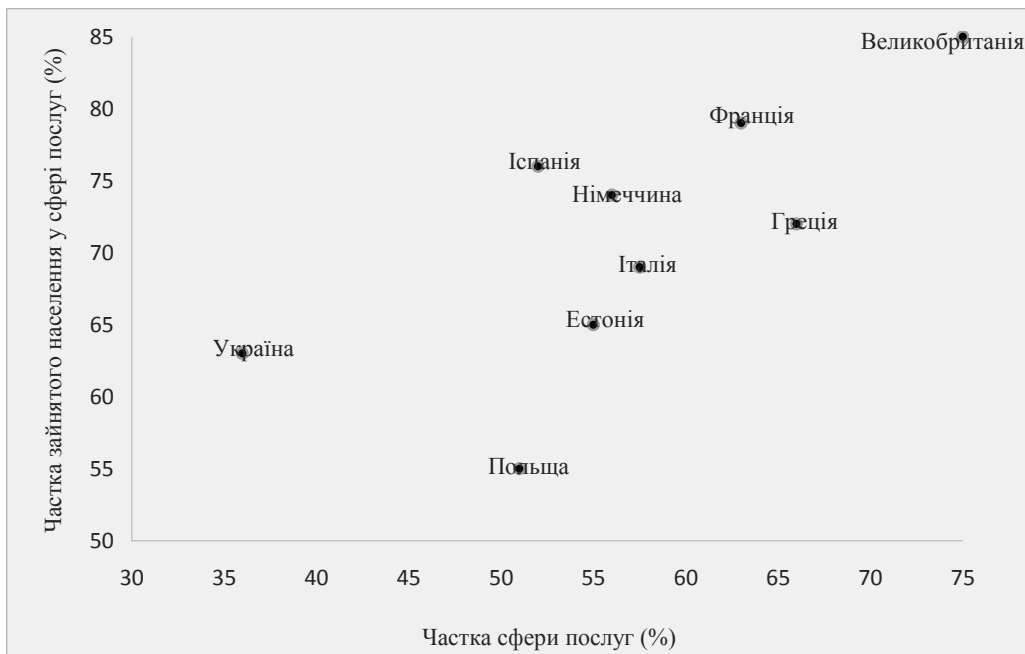
Проблемам, пов'язаним із дослідженням ринку праці, присвячені роботи А. В. Вороніна, К. М. Ніколаєва [2], О. Є. Баришнікова [4], О. Б. Моргульця [5], Є. П. Качана [3], В. В. Красношапки, А. О. Беха [7] та ін. В роботах наведених

вище авторів досліджуються теоретичні та практичні аспекти розвитку сфери послуг в Україні та світі. Незважаючи на певну кількість наукових праць щодо висвітлення стану ринку сфери послуг, цей сектор економіки потребує подальшого дослідження, оскільки продовжує формуватися як важливий елемент економічної системи, що відображає, в певній мірі, суспільні процеси.

**Мета** дослідження – виявити інструменти впливу державного регулювання на ринок праці у сфері послуг.

Сфера послуг – найперспективніший сектор економіки, який стрімко розвивається та включає такі види діяльності, як: громадське харчування, фінансові, побутові, туристичні, юридичні, готельні, охоронні послуги, послуги перекладачів, розваги, торгівлі, транспортні, медичні, будівельні, перукарські послуги, послуги технічного обслуговування транспорту, освітні тощо [5].

Слід зазначити, що в багатьох економічно розвинутих країнах частка сфери послуг у структурі ВВП коливається в межах 65–80 % та охоплює близько 60 % загальної чисельності зайнятих працівників (рис. 1), що є показником високого рівня розвитку продуктивності громадської праці, забезпечує переміщення робочої сили зі сфери матеріального виробництва у сферу послуг.



**Рис. 1. Частки сфери послуг та зайнятого населення у сфері послуг в структурі ВВП в Україні та деяких країнах Європи, %**

(джерело: розраховано за даними [Держстат України, Євростат, 2013 р.]

Сфера послуг відіграє важливу роль на усіх етапах виробництва, оскільки сприяє підвищенню рівня та швидкому зростанню продуктивності економіки. Необхідним є також посилення взаємозв'язку між всіма видами господарської діяльності та сферою послуг, яка, визначаючи вектори розвитку світової економіки, формує особливості функціонування сучасної економічної системи [8].

Пришвидшене збільшення частки сфери послуг у структурі громадського виробництва – це процес, який є притаманний для більшості розвинутих країн. Велика роль у цьому процесі відводиться державному регулюванню, роль якого особливо зростає під час кризи, оскільки, за різним ступенем втручання здійснює регулювання національної економіки.

Вплив держави на діяльність господарських суб'єктів та ринкову кон'юнктуру має на меті забезпечення умов для функціонування ринкового механізму та вирішення економічних проблем. В першу чергу, це пов'язано з тим, що певні категорії населення, громадяни з невисоким рівнем доходів повинні мати можливість придбання життєво необхідних товарів та послуг, а підприємства, які ці послуги надають, повинні мати створені умови для виробничої діяльності.

Державне регулювання повинно враховувати передісторію економічних суб'єктів та відповідати певному періоду кон'юнктурної фази ринку, бути своєчасним, стимулювати економічний розвиток, що забезпечуватиме перехід до нового рівня розвитку економіки.

Як демонструє практика розвинутих країн, важливість втручання держави у функціонування сфери послуг є виправданою з точки зору загальногосподарського та соціально-політичного значення.

Увага до інструментів державного регулювання та інструментів регулювання ринку праці простежується в працях багатьох відомих вітчизняних науковців. Так, зокрема, під «інструментами державного регулювання ринку праці» в сучасній економічній літературі розуміють систему, призначену для практичного здійснення державного управління та досягнення поставлених цілей, яка має визначену структуру, методи, важелі, інструменти впливу на об'єкт управління з відповідним правовим, нормативним та інформаційним забезпеченням [7, с. 6].

До інструментів державного регулювання О. Г. Мордвінов відносить наступні: правові, які базуються на законодавчо-правових та нормативно-правових інструментах; адміністративні, які ґрунтуються на застосуванні адміністративних актів і процедур, які мають обов'язкову силу; організаційно-економічні, що передбачають організацію діяльності суб'єктів регулювання шляхом створення державою умов, виконання яких робить таку діяльність економічно вигідною; економічні, тобто це способи впливу держави на діяльність суб'єктів регулювання через застосування економічних засобів; соціально-психологічні, які базуються на відкритості інформації про стан конкретного сектора державного управління та широкій участі суспільства в діяльності суб'єкта регулювання [6, с. 82–84].

Є. П. Качан виділяє інструменти державного регулювання, які дають змогу охопити набори правового регулювання: нормативно-правові, які визначають правові рамки встановлення відповідності між попитом на робочу силу та її пропозицією, збільшення місткості ринку праці та зростання рівня зайнятості населення; соціально-економічні, тобто вплив окремих важелів політики оплати праці та доходів на обсяги пропозиції робочої сили та її структуру, формування механізму трудової мотивації; фінансово-вартісні, які охоплюють широкий спектр важелів (дохід і прибуток, процентні ставки, цільові економічні фонди, амортизаційні відрахування, інвестиції, кредити тощо), які опосередковано

впливають на ринок праці; організаційно-економічні, які полягають у розширенні спектра основних функцій державної служби зайнятості та підвищенні якості послуг, які вона надає населенню [3, с. 10–13].

Як зауважують дослідники, засоби та інструменти державного регулювання реалізуються через методи державно-управлінського впливу. Зокрема, В. Базилевич поділяє їх на прямі методи державного регулювання зайнятості (законодавче регулювання умов наймання та використання робочої сили, стимулювання створення нових робочих місць, заходи щодо збереження та підвищення рівня зайнятості на підприємствах) та непрямі (державна фінансова політика, монетарна, фіскальна, виплати різних видів допомоги з безробіття) [1, с. 180–181].

Виділимо наступні інструменти державного регулювання ринку праці: правові, економічні, організаційні (рис. 2).



**Рис. 2. Інструменти державного регулювання ринку праці**  
(джерело: розроблено автором)

За допомогою правових інструментів регулювання ринку праці і сукупності всіх державно-правових (юридичних) засобів держава здійснює вплив на суспільні відносини у сфері зайнятості населення. До них належать: Конституція та закони України; укази й розпорядження Президента України; постанови та інші акти Верховної Ради, постанови й розпорядження Кабінету Міністрів, нормативно-правові акти центральних органів (міністерства праці та соціальної політики, відомств); нормативні акти місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування, локальні нормативно-правові акти, які розробляються і приймаються безпосередньо на підприємстві (відображення специфіки

умов виробництва, а також конкретизація і доповнення централізованих нормативних положень).

Сукупністю різних організаційних інструментів з метою ефективної діяльності регулюється державно-управлінська система. Тут важливу роль в ухваленні управлінських рішень також має інтелектуальна технологія, на що звертає увагу дослідник Е. А. Кальницький [9].

Сутність економічних інструментів державного регулювання ринку праці сфери послуг полягає у можливості впливу держави на економічні інтереси суб'єктів господарювання, сприяє вирішенню багатьох економічних проблем, збільшенню доходів бюджету, економічному зростанню підвищує рівень зайнятості населення.

Економічними інструментами державного регулювання у зазначеній сфері виступають засоби прямого (бюджетне інвестування державою відповідних програм, регламентацію цін тощо) і непрямого впливу (коли держава створює передумови змін у господарській діяльності, відповідно змінює умови функціонування ринкового механізму – податки, субсидії, ціни тощо).

Стрімкому розвитку сфери послуг сприяє розвиток матеріального виробництва, пов'язаного з науково-технічним прогресом та змінами у алгоритмі економічної діяльності домогосподарств. Як зауважують науковці, процес виробництва послуг, як правило, збігається з їх споживанням [11, с. 547]. Адже, як відомо, рівень розвитку сфери послуг визначає стан заможності населення, тому в багатьох країнах їй приділяється особлива увага з боку уряду. До того ж «...деякі галузі соціального комплексу відносяться до найприбутковіших у господарстві, попри довгостроковий період окупності. Це туризм, санаторно-курортне господарство, освіта» [10]. Недостатній розвиток ринку праці у сфері послуг свідчатиме про низький рівень життя і несприятливу макроекономічну ситуацію в країні, а ефективне функціонування ринку праці сфери послуг означатиме позитивні зрушення в соціально-економічному житті суспільства.

**Висновки.** Високий рівень державного регулювання у сфері послуг, як показує європейський досвід, зумовлений тим, що її розвиток є одним з пріоритетних напрямків національної політики. Найважливішу роль у державному регулюванні ринку праці сфери послуг відіграють економічні інструменти, серед яких: макроекономічне планування, державний бюджет, податки, гроші, кредит, ціни, заробітна плата тощо. Сукупність правових, економічних і організаційних інструментів державного регулювання у сфері послуг складають значну складову в зростанні добробуту населення. Вивчення та вдосконалення зазначених засобів сприятиме успішному розвитку та процвітанню держави.

### Бібліографічні посилання

1. Базилевич. В. Д. Макроекономіка: опорний конспект лекцій / В. Д. Базилевич, Л. О. Баластрик. – К. : Четверта хвиля, 1997. – 224 с.
2. Вороніна А. В. Проблеми та перспективи розвитку ринку праці в Україні [Електронний ресурс] / А. В. Вороніна, К. М. Ніколаєва. – 2015. – Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/39.pdf>



3. Качан Є. П. Принципи та методи формування регіональної політики ринку праці / Є. П. Качан // Зайнятість та ринок праці: Міжвідом. наук. зб. – К., 2001. – Вип. 15. – С. 3–16.
4. Баришнікова О. Є. Ринок праці України: тенденції та особливості розвитку [Електронний ресурс] / О. Є. Баришнікова. – 2015. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4668>
5. Моргулець О. Б. Динаміка розвитку сфери послуг України [Електронний ресурс] / О. Б. Моргулець. – 2015. – Режим доступу : <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2015/11-2015/45.pdf>
6. Мордвінов. О. Г. Управління аграрним природокористуванням в умовах ринкової трансформації : моногр. / О. Г. Мордвінов. – К. : УАДУ, 2000. – 344 с.
7. Красношопка В. В. Ринок праці: тенденції та перспективи / В. В. Красношопка, А. О. Бех. – 2013. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1943>
8. Саїнчук Д. В. Сфера послуг як пріоритетний напрямок економічного розвитку в умовах переходу до економічних знань [Електронний ресурс] / Д. В. Саїнчук. – 2010. – Режим доступу : [http://zbirnuk.bukuniver.edu.ua/issue\\_articles/9\\_1.pdf](http://zbirnuk.bukuniver.edu.ua/issue_articles/9_1.pdf)
9. Кальницький Е. А. Концепція постіндустріального суспільства Деніела Белла як підґрунтя формування концепцій інформаційного суспільства [Електронний ресурс] / Е. А. Кальницький. – 2013. – Режим доступу : [http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/7873/1/Kalnitskiy\\_137\\_142.pdf](http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/7873/1/Kalnitskiy_137_142.pdf)
10. Кучин С. П., Сарматичька Н. В. Особливості та перспективи розвитку сфери послуг в Україні [Електронний ресурс] / С. П. Кучин, Н. В. Сарматичька. – 2011. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Vbumb/2011\\_3/6.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vbumb/2011_3/6.pdf)
11. Генеза ринкової економіки (політекономія, мікроекономіка, макроекономіка, економічний аналіз, економіка підприємства, менеджмент, маркетинг, фінанси, банки, інвестиції, біржова діяльність): Терміни, поняття персоналії / укладачі : В. С. Іфтемічук, В. А. Григор'єв, М. І. Маниліч, Г. Д. Шута; [за наук. ред. Г. І. Башнянина і В. С. Іфтемічука]. – К. : Магнолія плюс, 2004. – 688 с.

*Надійшла до редколегії 25.05.2016*

УДК 615.12:338.242

**К. С. Світлична, Г. В. Кубасова**

*Національний фармацевтичний університет*

### **АУТСОРСИНГ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ**

**У статті досліджено основні напрямки аутсорсингу фармацевтичних компаній, запропоновано модель управління господарською діяльністю на засадах аутсорсингу.**

*Ключові слова:* аутсорсинг, фармацевтична компанія, основні та допоміжні бізнес-процеси.

**В статье рассмотрены основные направления аутсорсинга фармацевтических компаний, предложена модель управления хозяйственной деятельностью на основе аутсорсинга.**

*Ключевые слова:* аутсорсинг, фармацевтическая компания, основные и вспомогательные бизнес-процессы.

**In article the main directions of outsourcing of pharmaceutical companies are considered, the model of management of economic activity on the basis of outsourcing is offered.**

*Keywords:* outsourcing, pharmaceutical company, main and auxiliary business processes.

В умовах глобалізації і трансформації економічних процесів сучасна система управління підприємством потребує постійного удосконалення і розвитку. Як наслідок, виникає потреба у використанні нових методів організації бізнесу, застосуванні інноваційних видів діяльності і оптимізації процесів виробництва. Міжнародні організації, такі як UNCTAD і OECD, підтверджують факти про постійно зростаючу тенденцію серед країн OECD до пошуку новітніх рішень щодо переходу до таких систем управління, де головна увага приділяється процесам виробництва, які вважаються основними і на яких базується профільна діяльність підприємства.

Актуальність переходу до сучасної парадигми управління обумовлена динамічними змінами в зовнішньому середовищі, що також характерно в умовах ефективного розвитку фармацевтичного бізнесу. Функціональна структура управління витісняється пристосованим до змін процесним підходом, змістом якого є зниження вартості кінцевого продукту за рахунок оптимізації процесів виробництва на кожній стадії життєвого циклу продукту. Одним з методів зниження витрат підприємства і раціоналізації процесу виробництва є застосування аутсорсинга як ключового елементу співпраці між різними організаціями.

Аутсорсинг (out – зовнішній, source – джерело, ресурс) – це передача певних етапів і функцій зовнішнім виконавцям (аутсорсерам), які спеціалізуються в цій сфері діяльності [6]. Аутсорсинг сьогодні – це бізнес-модель, яка дозволяє не лише економити час і гроші, але і гарантовано підвищує конкурентоспроможність клієнта [5].

На фоні постійного зростання виробництва фармацевтичної продукції (ФП) можливо прогнозувати значне збільшення затребуваності в послугах аутсорсинга у фармацевтичному виробництві. Аутсорсинг у фармацевтичній промисловості стає стратегічним вибором для значної кількості фармацевтичних компаній (ФК) зі світовим ім'ям [2]. Головна причина – фармацевтичні компанії, користуючись послугами аутсорсингових компаній, мають переваги в гнучкості і здатності значно зменшити масштаби витрат, витрачають менше часу для виведення продукту на ринок. Крім того, аутсорсинг виробництва допомагає ФК знизити виробничі

потужності і додаткові витрати. Залучення аутсорсера, з точки зору масштабів витрат і зменшення термінів виробництва без збитку для конкурентоспроможності, дає позитивний економічний ефект.

Концептуальні положення теорії і практики використання аутсорсинга в діяльності підприємств сформульовані в працях багатьох учених, зокрема Т. Алімової, В. Бокова, П. Бріня, В. Вайнштейна, О. Добронравова, С. Лосєва, О. Мельника та ін. Даній проблематиці також присвячені дослідження зарубіжних дослідників, таких як: С. Баден-Фуллер, Д. Дж. Брюс, Л. П. Вількокс, К. Кетлер, Д. Таргет, В. Хант, Дж. Б. Хейвуд, Дж. Хендрі. Особливості використання аутсорсингу розглянуто в роботах вітчизняних науковців: Б. Анікіна, А. Бархаєва, Є. Крикавського, Л. Міротіна, В. Сергєєва, Н. Чухрай, Д. Хейвуда, С. Шаповала та ін.

Основна увага в працях науковців приділена логістиці за контрактом [4], а також визначенню основних та допоміжних бізнес-процесів і доцільності їх передачі на аутсорсинг [1–3; 6]. Проте, незважаючи на ряд проведених досліджень, залишаються дискусійними питання профільності бізнес-процесів і структуризації їх за основними і допоміжними функціями на стадіях життєвого циклу саме ФП, що відіграє важливу роль в забезпеченні ефективності фармацевтичного виробництва. Вимагається підвищити конкурентоспроможність усіх бізнес-процесів власними зусиллями, не відволікаючись від основного виробництва, що в сучасних умовах практично неможливо. Ці питання потребують систематизації і вивчення. Виходячи з цього, існує низка проблем методичного і прикладного характеру формування моделі управління непрофільними бізнес-процесами ФК з використанням аутсорсинга, що потребують подальших досліджень та опрацювання.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є визначення і дослідження доцільності передачі на аутсорсинг основних і допоміжних процесів у фармацевтичному виробництві, що дозволить обґрунтувати впровадження і використання аутсорсинга як найсучаснішого підходу до забезпечення конкурентоспроможності ФК.

В умовах безупинного розвитку фармацевтичного ринку для своєчасного задоволення потреб споживача, який вимагає гнучкості, аналіз діяльності українських ФК дає можливість виділити наступні недоліки управлінської діяльності:

- низький рівень адаптивності до змін в зовнішньому середовищі;
- нездатність розвитку через нерентабельність певних процесів;
- складність управління великою кількістю підрозділів;
- високий рівень бюрократизації.

З метою вирішення визначених проблем і забезпечення ефективності діяльності ФК досить гостро проявляється необхідність пошуку нових інструментів і методів управління виробничими процесами. Одним з напрямів створення ефективної системи управління є застосування процесного підходу до організації і управління господарською діяльністю ФК за допомогою застосування аутсорсингу.

Процесний підхід надає можливість зменшити витрати ФК за рахунок ліквідації дублювання функцій і скорочення непотрібних робіт, побудувати систему мотивації персоналу, яка спрямована на ефективне функціонування бізнес-системи.

Якщо ФК успішно функціонує на ринку, то її процеси, достатньою мірою, є результативними й ефективними, хоча це не означає, що компанія використовує оптимальну кількість ресурсів на виконання цих процесів або не здатна здешевити їх. Управління бізнес-процесами ФК пов'язане з розробкою моделі бізнес-процесів, що припускає виявлення пріоритетних процедур для ефективної

роботи, аналіз і оцінку основних її параметрів. Чітке розмежування бізнес-процесів на основні і допоміжні дозволяє забезпечити ефективну господарську діяльність ФК, оскільки надає можливість сконцентруватися на тих бізнес-процесах, які є пріоритетними, профільними для підприємства, а непрофільні бізнес-процеси дозволить передати до аутсорсингу [2]. За допомогою аутсорсингу відбувається звільнення базових процесів для основного виробництва або основного напрямку діяльності ФК, тобто виконання ключових компетенцій.

Виходячи з цього, метою впровадження аутсорсингу є забезпечення системи функціонування ФК з перспективою її розвитку і розширення. Якщо існує можливість переходу до аутсорсингу, то процесний підхід у такому разі є базовим засобом у визначенні і виборі найважливіших інструментів, які може використовувати керівник.

В сучасних умовах використання аутсорсингу дозволяє побудувати ефективну модель управління господарською діяльністю ФК, оскільки забезпечує передачу непрофільних функцій зовнішнім фірмам і, тим самим, оптимізувати витрати підприємства, що дозволяє зосередитися на ключових компетенціях (рис. 1).



Рис. 1. Модель управління господарською діяльністю ФК

Для ефективного використання цієї моделі на першому етапі фармацевтичній організації необхідно визначитися з тим, які функції або бізнес-процеси є для неї

ключовими – її сильними сторонами. Після цього стане можливим вичленення бізнес-процесів і/або функцій, які можна/необхідно передати на аутсорсинг. Виділені ключові бізнес-процеси можуть приносити додатковий прибуток, якщо компанії пропонуватимуть свої послуги в якості контрактної організації, що дозволить також диверсифікувати і розширити існуючі види діяльності. При цьому, компанії мають можливість задіяти вільні ресурси, сфокусуватися на ключових компетенціях і удосконалювати їх.

На підставі цього авторами були виділені можливі напрямки аутсорсингу для ФК (рис. 2).

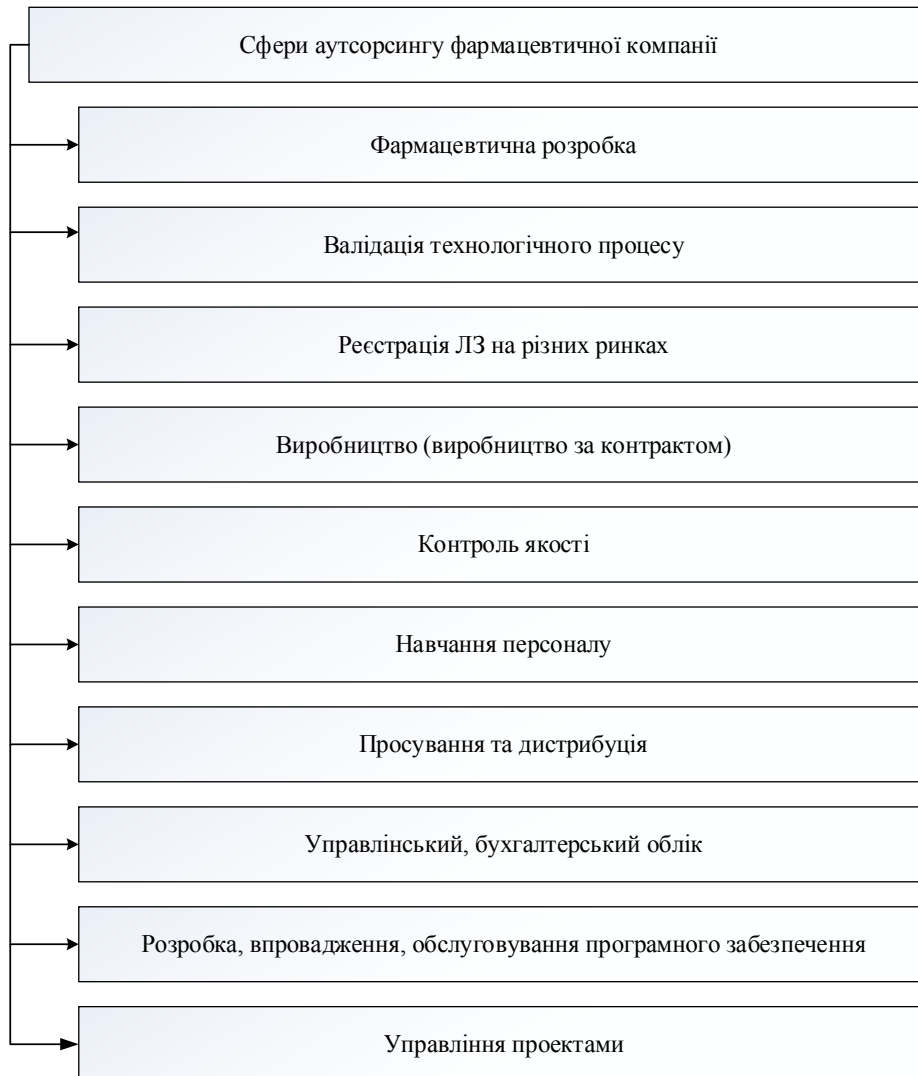


Рис.2. Основні напрямки аутсорсингу фармацевтичної компанії

Одним із перспективних напрямків аутсорсингу ФК є виробництво за контрактом, що спрямовано на розвиток генеричного фармбізнесу, зростання співпраці українських виробників ФП з виробниками аналогічної продукції країн ЄС та вихід на експортні ринки в якості контрактних виробників.

При цьому, на контрактний майданчик можуть передаватися:

- операції з комплектації вторинної упаковки;
- фасування лікарської форми в первинну упаковку з подальшою комплектацією вторинної упаковки;
- перенесення технології й організація повного технологічного циклу.

Для того, щоб розглядати організацію як потенційного виконавця, контрактна організація повинна мати:

- звіти з кваліфікації основного виробничого обладнання, систем забезпечення виробництва;
- документовані процедури щодо порядку проведення кваліфікації і/або рекваліфікації;
- можливості для проведення кваліфікації:
  - наявність в штаті відповідальних осіб (згідно з посадовими інструкціями);
  - наявність підписаних угод з третіми особами про проведення кваліфікації;
  - розуміння необхідності процесу кваліфікації.

Позитивне ухвалення за наведеними вище пунктами робить можливим проведення валідації технологічного процесу, тобто дає можливість розглядати організацію як потенційного контрактного виробника.

Передача функцій з контролю якості сировини, матеріалів і готової продукції також сьогодні є популярним рішенням. Специфіка фармацевтичного аналізу припускає використання наукомістких і дорогих методів. За цих умов співпраця з акредитованою та сучасно обладнаною контрольною лабораторією дозволить суттєво скорити витрати, пов'язані зі створенням та підтримкою компетентності власної лабораторії.

У таких умовах аутсорсинг дозволяє підвищити виробничу ефективність ФК шляхом скорочення витрат, забезпечення якості вироблюваної ФП, зменшення ризиків.

Прийняття рішення щодо доцільності передачі того або іншого бізнес-процесу на аутсорсинг повинно базуватися на підставі оцінювання власних витрат на кожний бізнес-процес із виділенням тих видів витрат, які можна знизити при використанні аутсорсингу.

Основною перевагою застосування аутсорсинга бізнес-процесів є те, що він дозволяє економити на постійних витратах ФК, забезпечуючи меншу вартість виконання обраних допоміжних процесів за рахунок спеціалізації виконавця, особливо в умовах, коли витрати, пов'язані з їх реалізацією, є переважно постійними і значними за величиною.

Необхідно зазначити, що незалежно від виду аутсорсингових робіт, кожного разу при оформленні відношень в обов'язковому порядку повинен складатися письмовий контракт, який є системою взаємозв'язаних угод. Залежно від предмета контракту, угодою першого рівня є або Угода про виробництво (Production Agreement), або Угода на упаковку (Packaging Agreement), або ж Угода щодо сервісного обслуговування (Service Level Agreement). У свою чергу, угоди першого рівня посилаються на угоди другого рівня: Угода з якості (Quality Agreement) і Угода про постачання (Supply Agreement). У кожній з цих угод другого рівня є своя специфіка, тому вони виділяються в окремі документи і зв'язані між собою перехресними посиланнями.

З точки зору GMP (Good Manufacturing Practice), найбільш важливим в контракті є Угода з якості. У цьому додатку до контракту деталізуються усі домовленості про розподіл відповідальності за закупівлю матеріалів, проведення контролю якості, видачу дозволу на їх використання; визначається формат ведення документації, обмовляються терміни і місця її зберігання. Окремо визначається право Замовника проводити регулярні інспекції системи якості та інфраструктури Виконавця, а також право регуляторного органу, що інспектує Замовника, при необхідності проводити інспекції і у Виконавця. В Угоді з якості мають бути викладені положення по виключенню або зниженню до прийнятного рівня усіх ризиків щодо забезпечення та контролю якості.

**Висновки.** З метою формування ефективної системи управління господарською діяльністю ФК необхідно використовувати сучасні форми довгострокової співпраці з партнерами. Перехід до аутсорсингової моделі організації діяльності пов'язаний з тим, що динамічне і невизначене ринкове середовище висуває нові завдання, рішення яких потребує ринкової реконструкції усіх структурних елементів і підсистем ФК. Аутсорсингова модель управління господарською діяльністю ФК дозволить забезпечити ухвалення оптимальних управлінських рішень, зменшить витрати вітчизняних ФК, забезпечить ефективне використання ресурсів і дозволить посилити конкурентні позиції.

### Бібліографічні посилання

1. Dziok D. Dobra Praktyka Dystrybucyj w logistyce farmaceutykow / D. Dziok // Logistyka. – 2010. – № 6. – S. 37–40.
2. Громовик Б. П. Контрактное производство и услуги / Б. П. Громовик // Фармацевтическая отрасль. – 2010. – № 1 (18). – С. 28–29.
3. Зозульов О. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації / О. Зозульов, О. Микало // Економіка України. – 2009. – № 8 (573). – С. 16–24.
4. Крикавський Є. В. Логістика: традиційні і нетрадиційні сфери використання / Є. В. Крикавський, Р. Патора // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Логістика». – 2006. – № 552. – С. 62–75.
5. Микало О. І. Підходи до визначення терміна «аутсорсинг» / О. І. Микало // Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут». – 2010. – № 22. – С. 111–115.
6. Хейвуд Дж. Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ / Дж. Б. Хейвуд ; пер. с англ. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2004. – 176 с.

*Надійшла до редакції 19.12.2016*

УДК 001.895

В. А. Федорова, Ю. І. Татарчук

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара***ПОНЯТТЯ ІННОВАЦІЙ ТА ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ**

В роботі досліджені поняття «інновації» та «інноваційний процес». В результаті дослідження було представлено ряд визначень інновацій, а саме: визначення, надані в національному законодавстві щодо інновацій та інноваційної діяльності, в «Рекомендаціях по збору та аналізу даних з інновацій», виданих та розроблених Організацією економічного співробітництва та розвитку, в дослідженнях науковців, в провідному світовому бізнес-середовищі. Крім того, досліджено основні види інновацій, їх риси та особливості.

В даному дослідженні інновації розглядаються як елемент інноваційного процесу. Крім того, розглянуто поняття та сутність інноваційної діяльності як тотожної інноваційному процесу.

Дослідження інновацій та інноваційного процесу також зводиться до аналізу моделей інноваційної діяльності, які мали на меті представити інноваційну діяльність структурно, у вигляді певних етапів та кроків на шляху створення та впровадження інновацій.

*Ключові слова:* інновація, інноваційний процес, інноваційна діяльність, інноваційна модель.

В работе исследованы понятия «инновации» и «инновационный процесс». В результате исследования был представлен ряд определенных инноваций, а именно: определения, предоставленные в национальном законодательстве в отношении инноваций и инновационной деятельности, в «Рекомендациях по сбору и анализу данных по инновациям», изданных и разработанных Организацией экономического сотрудничества и развития, в исследованиях ученых, в ведущей мировой бизнес-среде. Кроме того, исследованы основные виды инноваций, их черты и особенности.

В данном исследовании инновации рассматриваются как элемент инновационного процесса. Кроме того, рассмотрены понятия и сущность инновационной деятельности как тождественной инновационному процессу.

Исследование инноваций и инновационного процесса также сводится к анализу моделей инновационной деятельности, целью которых было представить инновационную деятельность структурно в виде определенных этапов и шагов на пути создания и внедрения инноваций.

*Ключевые слова:* инновация, инновационный процесс, инновационная деятельность, инновационная модель.

In this study the concept of innovation and innovation process are investigated. The study presents several definitions of innovation, namely the definition given in the national legislation on innovations and innovation activity, in the «Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data», published and developed by the Organization for Economic Cooperation and Development, in scientific researches, in a leading global business environment. Also the main types of innovation, their features and characteristics are studied.

In this study innovations are considered as a part of the innovation process. Moreover, the concept and nature of innovation activity are studied as identical concept to the innovation process.

Research of innovation and innovative process is also focused on the analysis of innovation models, which aimed to introduce innovation activity as a structure, in the form of certain stages and steps towards creation and introducing innovations.

*Keywords:* innovation, innovation process, innovation activity, innovation model.

Будь-яке дослідження починається з усвідомлення та дослідження певного поняття чи явища. Аналіз понять «інновації» та «інноваційний процес» є відправною точкою для розуміння самої суті інновацій та необхідно для узагальнення різних точок зору та позицій щодо розуміння цього поняття.

Інновації та інноваційну діяльність досліджують багато вчених, серед яких для цілей даного дослідження варто зазначити Н. Чухрай, Р. Патора, Й. А. Шумпетера,



Суна Полат, Кена Верспріл, Р. Ротвела, О. Зіславські. Крім того, фундаментальним матеріалом для даного дослідження виступають Закон України «Про інноваційну діяльність» та «Рекомендації по сбору та аналізу даних з інновацій» Організації економічного співробітництва та розвитку. Однак, недостатнім є рівень узагальнення та всебічного дослідження поняття інновацій та інноваційного процесу.

**Метою даної роботи** є аналіз та узагальнення інформації щодо понять «інновації» та «інноваційний процес».

Для визначення поняття «інновацій» пропонується взяти за основу документ Організації економічного співробітництва та розвитку – «Рекомендації по сбору та аналізу даних з інновацій».

У межах організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) була створена група національних експертів, яка підготувала ці офіційні рекомендації за показниками науки і техніки. У зв'язку зі змінами в стратегії науково-технічної політики на національному та міжнародному рівнях; накопиченням практичного досвіду в країнах, що входять до ОЕСР; переглядом міжнародних статистичних стандартів – положення Керівництва Фраскаті періодично уточнюються [1].

Згідно цього документа, інновація – це впровадження нового або значно удосконаленого товару (послуги) або процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу в веденні бізнесу, організації робочих місць або зовнішніх зв'язків [2].

Це визначення є досить узагальненим, що дозволяє охопити весь спектр інновацій, як товарних, так і процесних.

Основною та відправною рисою інновацій є те, щоб продукт, процес або метод був новим (або значно поліпшеним) для конкретно взятого підприємства. Таким чином, інноваціями будуть вважатися і ті, які створені на цьому підприємстві, і ті, досвід використання яких отриманий з інших підприємств [2].

Крім того, необхідно навести визначення інновацій, яке міститься в національному законодавстві, а саме в Законі України «Про інноваційну діяльність». Згідно п.1 ст.1 Закону інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [3].

Ряд українських науковців – Н. Чухрай та Р. Патора виділяють такі трактування поняття «інновація» [4]:

1) етимологічне – П. Друкер: «інновація – мистецтво надання ресурсам нових можливостей для створення цінностей»;

2) комерційне – Б. Твісс ототожнював нововведення з інновацією: «нововведення – застосування, тобто процес, у якому дослідження або ідея набувають економічного змісту»;

3) науково-технічні інновації – це матеріалізація нових ідей і знань, відкриттів, винаходів і науково-технічних розробок у процес виробництва з метою їх комерційної реалізації для задоволення відповідних потреб споживачів на ринку;

4) функціональне: інновація – це також зміна в процесах (старі товари виготовляються новими способами). Ю. Бажал: «інновація як економічна категорія – нова функція виробництва»; це зміна технології виробництва; стрибок від старої виробничої функції до нової;

5) статичне – Рекомендації Фраскаті (1993) та «Методика збирання даних щодо технологічних інновацій» (1992) в Осло: «інновація – це кінцевий результат

інноваційної діяльності, що знайшов втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг»;

б) процесне – О. Лапко: «інновація – це «інноваційний процес», ініціювання, отже, інновація – комплексний процес, котрий включає в себе створення, розробку, доведення до комерційного використання і розповсюдження нового технологічного або якогось іншого рішення (новації), що задовольняє певну потребу»;

7) з точки зору конкурентної переваги – перше видання української економічної енциклопедії: «інновація – це новий підхід до конструювання виробництва, збуту товарів, завдяки якому інноватор та його компанія здобувають перевагу над конкурентами» [4].

В розумінні Шумпетера інноваціями є «комбінації» [5]. Під комбінацією розуміють різні поєднання можливостей конкретного підприємства, які застосовуються в процесі його господарської діяльності. Ці «комбінації» у різних підприємств різні, що і відображає різний технічний та організаційний підхід до досягнення поставленої мети діяльності підприємства.

Інноваціями у розумінні провідних бізнес лідерів є створення нового – продукту, сервісу або бізнес-моделі чи будь-якої їх комбінації, які споживач вважає цінними та має намір купити. Більшість успішних компаній на своєму прикладі доводять, що якщо розглядати інновації як бізнес, то стає можливим спрогнозувати та отримати від них дохід [6].

З визначення поняття «інновації» логічно приходимо до поняття «інноваційна діяльність», результатом якої власне і є самі інновації. Отже, аналогічно скористаємося загальноприйнятим визначенням інноваційної діяльності, запропонованим Організацією економічного співробітництва та розвитку.

Інноваційна діяльність – всі наукові, технологічні, організаційні, фінансові, комерційні дії, які реально призводять до впровадження інновацій або здійснюються з цією метою. Деякі види інноваційної діяльності є інноваційними по своїй суті, інші не мають таких якостей, але також необхідні для впровадження інновацій. Інноваційна діяльність включає також дослідження та розробки, які напряду не пов'язані з підготовкою конкретної інновації [2].

Згідно п. 1 ст. 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [3].

Згідно п. 1 ст. 4 Закону України «Про інноваційну діяльність» об'єктами інноваційної діяльності є:

- інноваційні програми і проекти;
- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;
- інфраструктура виробництва і підприємництва;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери;
- сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки;
- товарна продукція;
- механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції [3].

Інноваційна діяльність включає в себе безліч кроків, які необхідні для впровадження інновацій. Дослідження окремих етапів та кроків інноваційної діяльності може бути метою різних галузей науки та розглянуто з різних точок зору. Цей факт підтверджує багатогранність та складність поняття «інновації» та всіх пов'язаних з ним понять.

Саме впровадження (застосування) інновацій є загальною ознакою інновацій. Новий або покращений продукт вважатиметься впровадженим у використанні після того, як він з'явився на ринку. Нові виробничі процеси, методи маркетингу або організаційні методи є впровадженими у використанні після того, як вони стали реально використовуватися в діяльності підприємства [2].

Інноваційною може вважатися по суті будь-яка компанія, яка своєю діяльністю привносить зміни. Це можуть бути абсолютно нові продукти або процеси, розробка яких є однією із задач підприємства. Також, інноваційним вважатиметься підприємство, яке своєю діяльністю вносить певні покращення в продукти або процеси, які згодом в сукупності формують значні відмінності та зміни.

Для подальшого вивчення інновацій необхідно перейти від більш узагальненого визначення інновацій до вивчення типів інновацій та їх головних рис. Таким чином, стає можливим більш чітко усвідомити весь широкий спектр понять та елементів, які входять у термін «інновація».

За даними ОЕСР існує чотири типи інновацій, які логічно виходять з визначення поняття «інновації»: продуктові, процесні, маркетингові та організаційні [2].

Продуктова інновація – це впровадження товару або послуги, які є новими або значно поліпшеними в межах їх рис та способів використання. Сюди відносять значні покращення в технічних характеристиках, компонентах і матеріалах, вбудованому програмному забезпеченні, комфортності використання або в інших функціональних характеристиках [2].

Процесна інновація – впровадження нового або значно покращеного способу виробництва чи доставки продукту. Сюди входять значні зміни в технології, виробничому устаткуванні та/або програмному забезпеченні [2].

Процесні інновації мають пряме відношення до самого виробництва, мають на меті зниження собівартості як в самому виробництві, так і в доставці продуктів, підвищення якості та виробництво нових або значно поліпшених товарів, зміну та удосконалення допоміжної діяльності підприємства.

Маркетингова інновація – впровадження нового методу маркетингу, включаючи значні зміни в дизайні або упаковці продукту, його розміщенні, просуванні на ринок або визначенні ціни [2].

До маркетингової інновації відносять використання нового для підприємства маркетингового методу, значні зміни в дизайні, які є частиною нової маркетингової концепції, вихід на нові ринки збуту продукції, нові концепції просування товарів.

Організаційна інновація – впровадження нового організаційного методу в діловій практиці підприємства, в організації робочих місць або зовнішніх зв'язків [2].

Організаційні інновації можуть реалізовуватися з метою підвищення ефективності підприємства, покращення виробничого клімату та робочих місць.

Звертаючись до Керівництва Осло організації ОЕСР стає зрозумілим, що інноваційний процес певним чином ототожнюють з інноваційною діяльністю підприємства. Наприклад, в частині аналізу факторів, які впливають на інноваційний процес, в Керівництві зазначено фактори впливу на інноваційну діяльність підприємства. Серед стимулюючих факторів є продукція, ринки, ефективність,

якість, конкуренція, можливість виходу на нові ринки. Інноваційну діяльність стримують різні фактори: високі ціни, відсутність попиту, нестача кваліфікованого персоналу або знань, законодавчі фактори, здатність захистити свої винаходи.

Далі, в частині аналізу взаємозв'язків в інноваційному процесі, відбувається аналіз структури зв'язків в інноваційній діяльності підприємства з джерелами інформації, знань, технологій, практичного досвіду, людських та фінансових ресурсів. Кожен зв'язок поєднує інноваційне підприємство з іншими суб'єктами інноваційної системи [2].

Центральним елементом інноваційного процесу є дифузія нових знань та технологій. Процес дифузії часто включає більше, ніж просто освоєння знань та технологій, так як підприємства, які адаптують нові знання і технології, проходять етап навчання та будують на них свою подальшу діяльність [2].

Крім того, зазначається, що інноваційні процеси сильно різняться від галузі до галузі змістом розробок, швидкістю технологічних змін, структурою взаємозв'язків і доступом до знань, а також організаційними структурами і інституційними факторами [2].

Ще більші відмінності можуть виникати між регіональними інноваційними процесами через наявність регіональних відмінностей в рівнях інноваційної активності. Регіональні інноваційні системи можуть розвиватися паралельно з національною інноваційною системою [2].

Інноваційні процеси на рівні регіону або країни зазнають впливу як внутрішніх факторів, так і зовнішніх, що спричинено розвитком глобалізаційних процесів. Найбільше поєднання впливу національних зовнішніх факторів помітне в багато національних підприємствах, передачі капіталу, знань, технологій, які не знають кордонів.

Інноваційний процес включає в себе дослідження та розробки, підготовку до початку виробництва, власне виробництво, розподіл продукції і допоміжну діяльність (навчання персоналу, передпродажна підготовка, розробка та впровадження нових маркетингових або організаційних методів).

Розподіл інноваційного процесу на певні етапи здійснювався, починаючи з 1950-х рр. Інноваційна модель «Technology Push» широко використовувалася до 1960-х рр. У роки післявоєнного економічного зростання компанії фокусувалися на створенні виробничих потужностей та дослідженнях. Ринок був лише місцем, яке поглинало результати цих досліджень – люди купували все, що на той час було в наявності [7].

Інновації розглядалися як лінійний процес, в якому дослідження, розробка та віддача від нового успішного продукту знаходилися на одному рівні. Елементами інноваційного процесу були: базова наука, дизайн та інжиніринг, виробництво, маркетинг, продажі [8].

У 1960-х до середини 1970-х років почали відбуватися певні зміни. Зростаюча конкуренція та диверсифікація змусили враховувати потреби споживачів в інноваційному процесі і, отже, в процесі маркетингу. Це призвело до формування нової моделі, яка зазнавала впливу ринку та його потреб. До цієї моделі входили такі елементи: потреби ринку, розробка, виробництво, продажі [8].

В 1970-х роках в результаті кризи після Другої Світової війни, інфляції, великих виробничих потужностей почали з'являтися тенденції до раціоналізації, консолідації, контролю та зниження витрат. На цьому етапі жодна з наявних моделей не могла успішно впоратися з інноваційним процесом. Тому, поставала

потреба в подальших дослідженнях. Новою моделлю, яка була прийнята в 1970-х роках, була комбінація перших двох моделей. Інтерактивна модель технологічних можливостей та потреб ринку поєднала пропозицію та ринок як імпульси інноваційного процесу.

Наступна модель (інтегрована) включила до інноваційного процесу поняття «знань», адже знання не вважаються результатом наукової діяльності, а скоріше результатом взаємодії між підрозділами компанії, самою компанією та її оточенням. Крім того, в цій моделі ринок виступає як початком, так і закінченням інноваційного процесу. Модель SIN розширила попередню за рахунок включення методів ІТ, більшої співпраці із зовнішнім середовищем. Ця модель характеризується інтенсивним рухом до електронних засобів та необхідністю для компаній використовувати ІТ [8].

**Висновки.** Отже, інновацією є впровадження нового або значно удосконаленого товару, послуги, процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу в веденні бізнесу, організації робочих місць або зовнішніх зв'язків. Найважливішою та невід'ємною рисою інноваційності є новизна. Інновації є результатом інноваційної діяльності, яка ототожнюється з інноваційним процесом. Загалом, інноваційну діяльність можна представити як набір кроків, необхідних для створення та впровадження інновації. Дослідження цих кроків, елементів інноваційної діяльності приводило до формування різних моделей інноваційної діяльності.

### Бібліографічні посилання

1. Лаган О. Сутність інновації [Електронний ресурс] / О. Лаган. – Режим доступу : <http://nss.org.ua/sutnist-innovatsiyi>
2. OECD/Eurostat. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition / OECD/Eurostat // OECD Publishing, Paris. – 2005.
3. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Урядовий кур'єр. – 708. – №143.
4. Чухрай Н. Інновації і логістика товарів / Н. Чухрай, Р. Патора. – Львів : Львівська політехніка, 2001. – 264 с.
5. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / Й. А. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 401 с.
6. Dr. Suna Polat. Enterprise Innovation Management Solutions Landscape-Connecting the Dots / Dr. Suna Polat, Dr. Ken Versprille., 2015. – 28 с.
7. Rothwell R. Successful industrial innovation: critical factors for the 1990s / Roy Rothwell. – 1992. – № 22. – С. 221–240.
8. Žižlavsky O. Past, Present and Future of the Innovation Process / Ondřej Žižlavsky // International Journal of Engineering Business Management. – 2013. – №5. – С. 1–8.

*Надійшла до редколегії 18.10.2016*

УДК 338.22.012.61-022.56(100):005.332.4

С. О. Стрельник, І. А. Зарицька

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»*

## РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇН

У статті досліджується взаємозалежність рівня розвитку підприємництва та рівня глобальної конкурентоспроможності країн. Висунуто припущення, що розвиток підприємництва підвищує показники конкурентоспроможності країн, і це може стати ключовим фактором у досягненні чергового етапу розвитку. Ця взаємозалежність встановлюється за допомогою бази даних Глобального моніторингу підприємництва та Глобального індексу конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму (з 2010 по 2016 рік). Виявлено, що країнам на ранніх стадіях розвитку необхідно намагатися перетворити національні підприємства з низькою доданою вартістю на інноваційні компанії, залучені до глобальних виробничих мереж.

*Ключові слова:* розвиток підприємництва, конкурентоспроможність, Глобальний моніторинг підприємництва, інновації, індекс глобальної конкурентоспроможності.

В статье исследуется взаимозависимость уровня глобальной конкурентоспособности стран и уровня развития предпринимательства. Высказано предположение, что развитие предпринимательства повышает показатели конкурентоспособности стран, и это может стать ключевым фактором в достижении следующего этапа развития. Эта взаимозависимость устанавливается с помощью базы данных Глобального мониторинга предпринимательства и Глобального индекса конкурентоспособности Всемирного экономического форума (с 2010 по 2016 год). Доказано, что странам на ранних стадиях развития необходимо стремиться преобразовывать национальные предприятия с низкой добавленной стоимостью на инновационные компании, вовлеченные в глобальные производственные цепочки.

*Ключевые слова:* развитие предпринимательства, конкурентоспособность, инновации, Глобальный мониторинг предпринимательства, индекс глобальной конкурентоспособности.

The paper aims to quantify the interdependence of a country's entrepreneurship level in terms of its global competitiveness rates. Our hypothesis is that entrepreneurship development increases competitiveness indicators of the countries and that this entrepreneurship improvement could be a key factor in reaching the next stage of development. We establish this relationship using a database of Global Entrepreneurship Monitor and the Global Competitiveness Index of the World Economic Forum (from 2010 to 2016). Our results suggest that countries in the early stages of development need to transform low value-added national ventures into innovative networked firms competing globally.

*Keywords:* entrepreneurship development, competitiveness, innovation, Global Entrepreneurship Monitor, Global Competitiveness Index.

Починаючи з останньої чверті ХХ ст., простежується радикальна зміна національних детермінант конкурентоспроможності. Під впливом технічного прогресу та економічної інтеграції трансформується стара парадигма розвитку. Виникає нова конкурентна модель, в якій інновації та підприємництво забезпечують динамічний економічний розвиток.

Дослідженню підприємництва та його впливу на економічний розвиток регіону та галузі присвячені наукові праці З. Окс і Д. Сторі [2], А. Ван Стел [16],

П. Вонг [17], Дж. Спенсер і С. Гомез [14], М. Фріч і П. Мюллер [8]. Питання конкурентоспроможності національних економік та етапи економічного розвитку країн висвітлені у працях: М. Портера [11], Д. Одрейт та Р. Тхарік [5], Окс і Дж. Оморос [1].

Розвиток підприємницького клімату, підвищення інноваційної привабливості та конкурентоспроможності економіки є одним із ключових напрямів економічної політики будь-якої держави. У більшості країн світу підтримка й стимулювання підприємницької діяльності офіційно визнані основою національних стратегій конкурентоспроможності. Результат реалізації даної політики може мати як позитивні, так і негативні наслідки. Саме тому проблематика причин виникнення і розвитку підприємництва, його моніторингу та прогнозування з метою нейтралізації негативних та стимулювання позитивних наслідків, таких як зростання конкурентоспроможності та прискорення розвитку економіки, є сьогодні чи не найактуальнішою.

**Метою дослідження даної статті** є поглиблений аналіз рівня розвитку та характеру підприємництва, виявлення ступеню взаємозалежності цього процесу з економічним розвитком країн. Для досягнення поставленої мети використовуються методи порівняльного аналізу та співставлення в контексті системного підходу.

Постіндустріальна парадигма глобального економічного розвитку концептуально змінює характер залучення підприємств у міжнародний поділ праці. Красномовним підтвердженням цього є той факт, що сьогодні не тільки великі корпорації, які мають глобальну спрямованість, але і більш дрібні національні фірми все частіше виходять на глобальний рівень. Конкурентну перевагу на глобальному ринку їм допомагає здобути вже не порівняльна перевага фірми на основі сировини чи робочої сили, а інноваційна продукція з доданою вартістю. При цьому певним чином синхронізується діяльність національних інноваційних систем із глобальним середовищем, встановлюються відмінності, збільшується додана вартість. У такий спосіб проявляється тісний зв'язок конкурентоспроможності країни з показниками на мікроекономічному рівні, включаючи і підприємницьку діяльність. З одного боку, рівень розвитку країни заохочує розвиток підприємництва, але з іншого боку підприємництво також впливає як позитивно, так і негативно на ці процеси. Це спонукає все більше і більше науковців аналізувати, досліджувати, характеризувати дане явище. Основна проблема, що стоїть перед вивченням даного питання, – це нестача емпіричних даних.

Ще Й. Шумпетером (1934) підприємництво було визначено як важливий механізм економічного розвитку завдяки створенню нових робочих місць, інновацій та ефекту добробуту [13]. Відтоді більшість науковців дотримується думки, що підприємництво змінює ринок шляхом підвищення рівня суперництва та створення конкуренції [17]. Пізніше І. Кірцнер (1973) наголошував, що суть ринкового процесу зводиться до пошуку раніше непомічених можливостей як головного джерела надприбутку [10]. Використовуючи ці можливості підприємці більше задовольняють споживачів, тим самим стимулюючи продуктивність економіки.

Класична політекономія виділяє три фактори виробництва: землю, працю та капітал. На початку ХХ ст. А. Маршал додав також четвертий фактор – діяльність з організації виробництва, яка приносить дохід керуючому виробництвом. У сучасній науці деякі автори продовжують включати підприємництво в якості четвертого фактору виробництва (Д. Одрейт та М. Кайлбах, 2004) [4]. Традиційно

підприємництво вважається фактором, що створює багатство шляхом реалізації нових комбінацій факторів виробництва. Д. Одрейт та І. Бекман (2007) зазначають, що з розвитком нової моделі підприємництва по всьому світу стало сприйматися як двигун економічного та соціального розвитку [3]. Інші автори стверджують, що підприємництво буде спонукати економічний розвиток лише за наявності належної інституційної бази (В. Баумол [6], Б. Пауелл [12], П. Боеттк і С. Койн [7]).

Глобальна мережа конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму вивчає фактори, які дозволяють національним економікам досягти стійкого економічного зростання. Більша питома вага надається тим складовим, які відносно більш важливі для поточної стадії економічного розвитку країни (табл. 1). Це означає, що всі складові певною мірою важливі для всіх країн, але важливість кожної з них залежить від конкретної стадії розвитку економіки країни. Так, за методикою Всесвітнього економічного форуму виділяють три стадії економічного розвитку країни залежно від рівня ВВП на особу (факторно-орієнтована, орієнтована на ефективність та інноваційно-орієнтована) [15]. На першій стадії економічне зростання залежить, переважно, від базових факторів (інституції, інфраструктури, макроекономічного середовища, здоров'я та освіченості робочої сили), а країни конкурують за рахунок забезпеченості ресурсами. На другій стадії розвитку важливу роль відіграє ефективність, тому необхідно впроваджувати ефективні виробничі процеси та покращувати якість продукції. Тут буде мати вплив якість вищої освіти та професійної підготовки, ефективний ринок товарів та послуг, надійне функціонування ринку праці, розвиненість фінансового ринку, здатність впроваджувати нові технології та розмір ринку. На третій стадії країни переходять до економіки, що залежить від інновацій, та конкурують за рахунок нової і унікальної продукції (високорозвинені виробничі процеси, інновації).

Таблиця 1

Вагові частки трьох основних груп складових на кожній стадії розвитку економіки країни

Стадія розвитку економіки країни	Базові фактори	Ефективні фактори	Інноваційні фактори
1. Факторно-орієнтована	60%	35%	5%
2. Орієнтована на ефективність	40%	50%	10%
3. Інноваційно-орієнтована	20%	50%	30%

Джерело: складено за даними [15].

Роль підприємництва змінюється залежно від стадії економічного розвитку країни. Найбільший вклад у розвиток конкурентоспроможності країни має інноваційне підприємництво. У свою чергу, рівень та характер підприємництва залежить від таких факторів, як інституційна система, соціально-демографічна ситуація, доступ до ресурсів, рівень управління тощо.

Одним із визнаних досліджень про наявність підприємницького потенціалу є Глобальний моніторинг підприємництва (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), який здійснюється за ініціативи Лондонської бізнес-школи та Бебсон коледжу (США) Асоціацією глобального підприємництва [9]. Метою програми є вивчення рівня підприємницької активності населення та визначення її впливу на економічне благополуччя окремих країн, а також дослідження механізмів державного впливу на підвищення рівня підприємницької активності. Типи підприємств виокремлюють залежно від стадії підприємницького процесу, на якій вони функціонують (рис. 1).



Потенційні підприємці (potential entrepreneurs) – підприємці, які планують організацію бізнесу або знаходяться на початковій стадії його розвитку (до трьох місяців).

Народжені підприємці (nascent entrepreneurs) – підприємці, які протягом минулого року здійснювали активну діяльність зі створення бізнесу або підприємці, які володіють часткою бізнесу, але не отримують дохід від підприємницької діяльності.

Нові підприємці (owners of new business) – підприємці, які мають створене підприємство і отримують дохід від його діяльності від 3 до 42 місяців. Народжені та нові підприємці складають групу раних підприємців (early-stage entrepreneurs).

Сталі підприємці (established business) – підприємці, які володіють бізнесом та отримують від нього дохід більше 42 місяців.

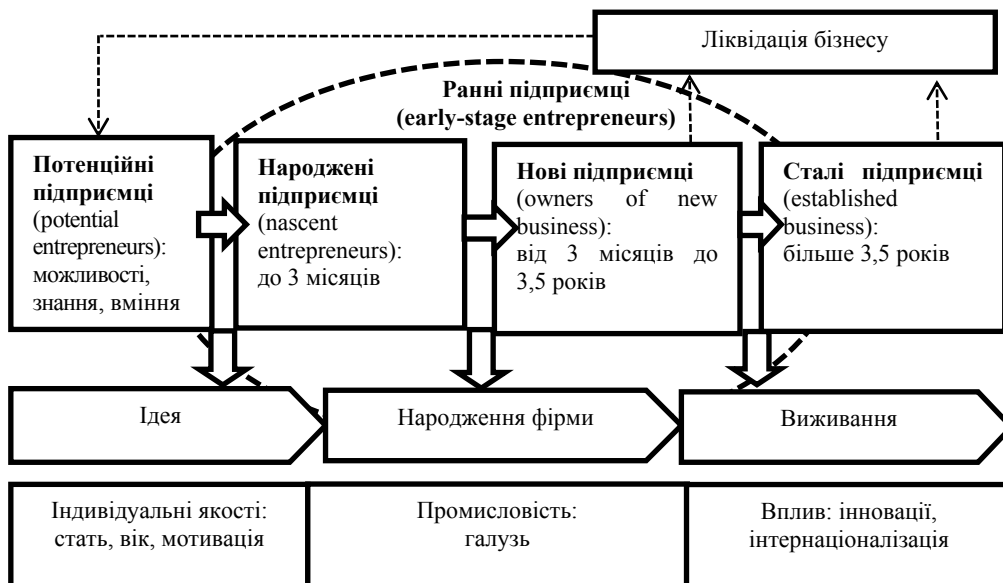


Рис. 1. Модель бізнес-фаз та характеристик підприємництва  
(джерело: складено за даними [9])

Ознайомлення з останнім звітом за результатами дослідження GEM (2015–2016), що проводилось у 60 країнах з різним рівнем розвитку, дозволило виявити певні загальні закономірності та тенденції розвитку підприємницької активності у світі. Перш за все необхідно відмітити залежність підприємницької активності від рівня розвитку економіки. Висока підприємницька активність спостерігається в країнах, що розвиваються, оскільки підприємництво знаходиться на стадії формування. Інноваційно-орієнтовані економіки мають більш низьку підприємницьку активність через усталеність бізнес-структур та превалювання крупного бізнесу (табл. 2).

Індекс підприємницької активності (Total Entrepreneurial Activity Index, TEA) – питома вага представників економічно активної частини населення від 18 до 64 років, які на даний момент є власниками нового бізнесу. Як правило, Індекс підприємницької активності найвищий у країнах, що знаходяться на факторно-орієнтованій стадії розвитку економіки. Показник поступово спадає зі збільшенням рівня

економічного розвитку. Якщо для країн, що знаходяться на першій стадії економічного розвитку (факторно-орієнтованій), середнім показником є залучення 21 % населення у підприємницьку діяльність, то для орієнтованих на ефективність економік – 15 %, а для інноваційних – 8 % [15]. Рівень активності сталих підприємств (Established business ownership, EBO) теж найвищий у країнах, що знаходяться на факторно-орієнтованій стадії розвитку економіки, де він складає 13 %. Для країн на другій стадії розвитку цей показник становить відповідно 8 %, на третій – 7 %.

Таблиця 2

Ступінь підприємницької активності населення у різних регіонах світу  
(% від загальної кількості дорослого працездатного населення)

Стадія підприємницької активності	Регіон				
	Африка	Азія та Океанія	Латинська Америка та Карибські острови	Європа	Північна Америка
Народжені підприємці (до 3-х місяців)	12,5	6,0	12,9	4,8	9,0
Нові підприємці (від 3 місяців до 3,5 років)	7,9	7,4	7,5	3,1	4,8
Ранні підприємці, ТЕА (до 3,5 років)	19,8	13,1	19,9	7,8	13,3
Сталі підприємці, EBO (більше 3,5 років)	10,1	10,4	8,5	6,6	8,1
Підприємці, що ліквідували бізнес	8,3	4,6	5,7	2,6	4,3

Джерело: складено за [9].

Варто зазначити, що середнє значення індексу підприємницької активності у країнах, які знаходяться на факторно-орієнтованій стадії розвитку, у два з половиною рази більше, ніж у країнах, які переходять до стадії розвитку економіки, що залежить від інновацій. Серед економік з одним рівнем розвитку також спостерігаються істотні відмінності, зокрема в перших двох групах. Так, у Індії індекс підприємницької активності складає 11 %, у той час, як у Сенегалі – 39 %. Країни на другій стадії розвитку теж мають значні розбіжності: від 3 % у Малайзії до 34 % в Екваторі. На регіональному рівні індекс, як правило, найвищий в Африці та Латинській Америці (рис. 2). В Африці також спостерігається велика різниця у показниках (Сенегал – 39 %, Марокко – 4 %).

Дані свідчать, що не лише рівень розвитку та регіональне розташування може пояснити подібні розриви у підприємницькій діяльності, присутній також вплив інших факторів. Так, подібні економіки можуть мати різні підприємницькі екосистеми (політико-правове, соціально-культурне, інфраструктурне середовище тощо). Наприклад, найнижчі середні регіональні показники у Європі. При чому, Болгарія, Німеччина та Італія демонструють одні з найнижчих ставок у цілому по вибірці з менш ніж 5 % населення працездатного віку, залученого до запуску нового бізнесу. Окремо необхідно виділити Японію, яка має найнижчий рівень підприємництва.

За мотивом підприємницької діяльності виділяють два типи підприємництва: «добровільне» (opportunity based entrepreneurship) та «вимушене» (necessity based entrepreneurship). Переважна більшість підприємців по всьому світу відкривають бізнес, мотивуючись новими перспективами (зокрема, в інноваційно-орієнтованих економіках показник складає 78 %) (табл. 3).

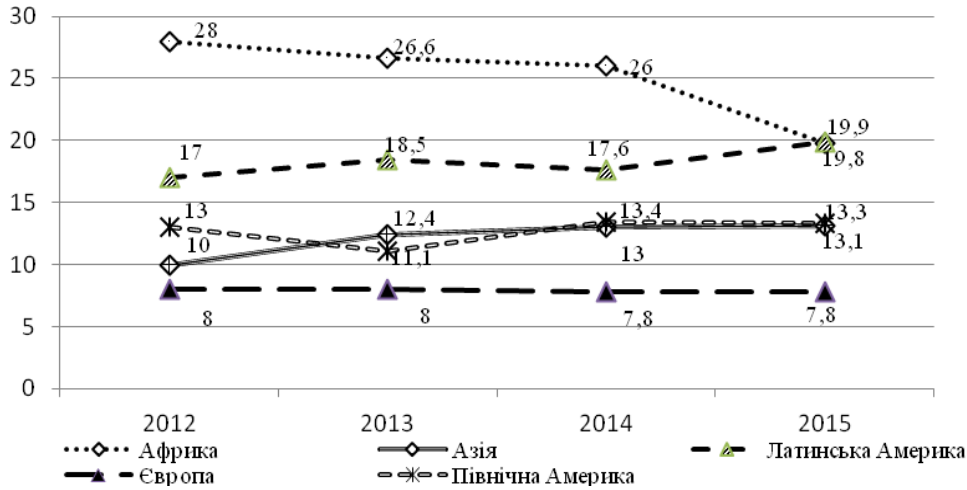


Рис. 2. Динаміка індексу загальної підприємницької активності (ТЕА) у різних регіонах світу (джерело: складено за [9; 15])

Таблиця 3

Готовність до здійснення підприємницької діяльності за мотивом

Показники	Середній показник для груп країн				
	Африка	Азія та Океанія	Латинська Америка та Карибські острови	Європа	Північна Америка
Ранні підприємці (ТЕА), % від загальної кількості дорослого працездатного населення	19,8	13,1	19,9	7,8	13,3
У тому числі:					
• підприємці «вимушені»	30,2	22,5	29,6	22,4	13,9
• підприємці «добровільні»	67,7	75,7	68,2	73,7	81,7

Джерело: складено за [9].

У Латинській Америці та Африці все ще існує підприємництво «вимушене», тобто за відсутності іншого вибору для виживання. Вважається, що така підприємницька діяльність не може принести значні зміни в економіку країни. Так, країни Латинської Америки мають велику кількість підприємців, проте незначну конкурентоспроможність та підприємницьку динаміку. Проте в багатьох випадках, незважаючи на вкрай малі масштаби бізнесу, ці підприємства все ще можуть бути продуктивним джерелом зайнятості. Навіть якщо «ранні» підприємці не досягнули успіху, сам факт їхнього виходу на ринок є позитивним з точки зору збільшення конкуренції для вже існуючого бізнесу.

Серйозне занепокоєння викликає пошквалювання процесів ліквідації бізнесу (рис. 3). За результатами дослідження GEM, основні причини припинення бізнесу ранніми підприємцями наступні: низька прибутковість (25–35 %), фінансові проблеми (4–20 %), особисті причини (18–27 %), інші можливості (8–14 %), продаж бізнесу (3–9 %), бюрократія (2–11 %), різні інциденти (3–6 %), вихід на пенсію (1–5 %).

Світовий досвід показує, що глобальну конкурентоспроможність забезпечують передусім країни, в яких економіка базується на високих технологіях та інноваціях, ефективних ринкових інститутах та регуляторному середовищі

бізнесу. Якщо у XX столітті створення інновацій було певною мірою випадковим процесом, то сьогодні це цілеспрямована контрольована діяльність. За Шумпетером (1934) інновації це більше, ніж технологічний феномен. Яким би не було технологічне відкриття, воно не може розглядатися як нововведення поки не призводить до збільшення чистого прибутку [13].

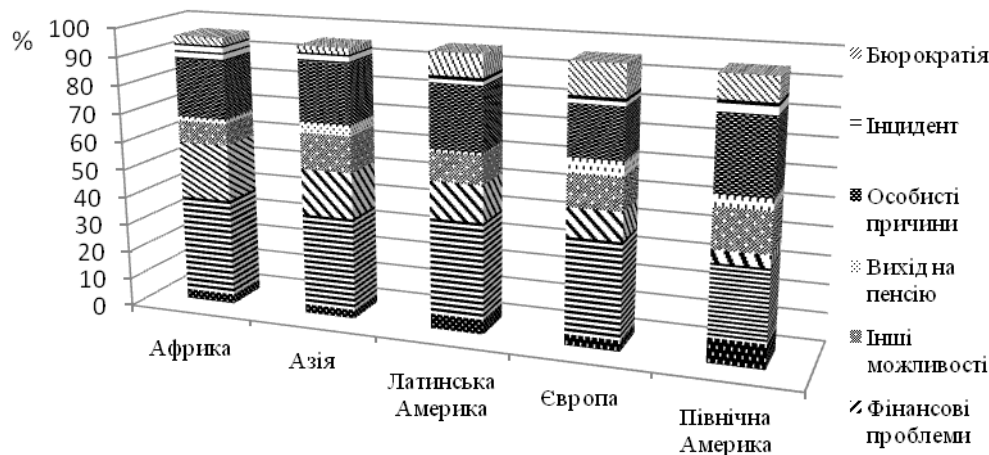


Рис. 3. Причини ліквідації бізнесу  
(джерело: складено за [9; 15])

Оскільки інновації чинять очевидний імпульс на національну економіку, то економічне процвітання країни залежить, головним чином, від масштабу його технологічних інновацій. У розвинених капіталістичних країнах інновації, як основний фактор забезпечення економічного розвитку, відбуваються через спільні зусилля малих (незалежних) винахідників і великих інноваційних компаній (R&D), що доповнюють один одного. У країнах з перехідною економікою та країнах, що розвиваються, як правило, ключову роль у процесі структурних змін відіграють малі компанії. З них більшість все ще мають низьку інноваційну активність та додану вартість продукту, які необхідні для розвитку економіки.

**Висновки.** Резюмуючи вищенаведене, слід відзначити, що вимірювання конкурентоспроможності країни стає одним із найважливіших етапів планування стратегічного розвитку. Рівень підприємницької активності в країні вважається одним із найбільш показових елементів економічного зростання відносно інших широко вживаних індикаторів, таких як створення нової компанії або самозайнятість. Як показав проведений аналіз, важливу роль відіграє також характер підприємництва (вимушене, добровільне), його інноваційність, можливість участі у глобальних ланцюгах вартості. Згідно GEM у країнах, що знаходяться на факторно-орієнтованій стадії розвитку та мають, як правило, низький рівень ВВП на душу населення, структура економіки характеризується домінуванням великого числа малих фірм. Проте таке підприємництво має переважно вимушений характер, що обумовлено необхідністю населення виживати. Вимушене підприємництво, на відміну від добровільного з інноваційним характером, хоча й має певні позитивні наслідки, але не буде мати великий вплив на реструктуризацію та диверсифікацію бідних країн. Тому країни на початкових стадіях розвитку мають спрямовувати зусилля не лише на стимулювання розвитку підприємництва,

а й на перетворення національних підприємств на інноваційні компанії, що приймають участь у глобальному конкурентному середовищі. Лише у такий спосіб розвиток підприємництва буде сприяти поступовому забезпеченню глобального конкурентного лідерства країни.

### Бібліографічні посилання

1. Acs, Z. J., & Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305–322.
2. Acs, Z. J., & Storey, D. J. (2004). Introduction: entrepreneurship and economic development. *Regional Studies*, 38(8), 871–877.
3. Audretsch, D. B., & Beckmann, I. (2007). From small business to entrepreneurship policy. In D. B. Audretsch, I. Grilo & R. Thurik (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Policy* (pp. 36-53). Edward Elgar Publishing.
4. Audretsch, D. B., and M. Keilbach (2004). 'Entrepreneurship Capital and Economic Performance'. *Regional Studies*, 38: 949–59.
5. Audretsch, D., & Thurik, R. (2001). What is New about the New Economy? Sources of growth in the managed and entrepreneurial economy. *Industrial and Corporate Change*, 10(1), 267–315.
6. Baumol, W. J. (1990). 'Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive'. *Journal of Political Economy*, 98 (5): 893–921.
7. Boettke, P., and C. J. Coyne (2003). 'Entrepreneurship and Development: Cause or Consequence?'. *Advances in Austrian Economics*, 6: 67–88.
8. Fritsch, M., & Mueller, P. (2004). Effects of new business formation on regional development over time. *Regional Studies*, 38(8), 961–975.
9. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2015-2016). *Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, www.gemconsortium.org/report*
10. Israel M. Kirzner (1973). *Competition and Entrepreneurship*. The University of Chicago Press, 1973.
11. Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: The Free Press.
12. Powell, B. (2008). *Making Poor Nations Rich. Entrepreneurship and the Process of Economic Development*. Stanford: Stanford University Press.
13. Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
14. Spencer, J. W., & Gómez, C. (2006). The relationship among national institutional structures, economic factors, and domestic entrepreneurial activity: a multicountry study. *Journal of Business Research*, 57 (10), 1098–1107.
15. The Global Competitiveness Report. Geneva: World Economic Forum, 2015-2016.
16. Van Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311–321.
17. Wong, P. K., Ho, Y. P., & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24(3), 335–350.

*Надійшла до редакції 09.12.2016*

**РОСІЙСЬКО-АНГЛІЙСЬКІ ВІДПОВІДНИКИ  
ПРИЗВИЩ АВТОРІВ І НАЗВ СТАТЕЙ**

<b>С. В. Качула</b> ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА И РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА: СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ	<b>S. Kachula</b> FINANCIAL POLITICS OF THE STATE AND DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS: SOCIAL ASPECT
<b>А. А. Горина</b> МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ТЕНДЕНЦИЙ И ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УКРАИНЫ	<b>G. Gorina</b> METHODOLOGICAL RESEARCH BASES OF THE TRENDS AND FEATURES OF THE TOURIST ACTIVITY SUBJECTS DEVELOPMENT IN UKRAINE
<b>Я. В. Дробот, В. В. Ильинский</b> НЕОБХОДИМОСТЬ СОЗДАНИЯ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ УГОЛЬНОЙ ОТРАСЛИ	<b>Y. Drobot, V. P'inskiy</b> NECESSITY FOR FORMULIZATION OF THE STATE SUPPORT MECHANISM OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF COAL MINING ENTERPRISES
<b>Н. И. Дучинская, О. С. Горбатко</b> МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ДИСТРИБЬЮТОРНОЙ ТОРГОВЛИ	<b>N. Duchynska, O. Gorbatko</b> MARKETING ACTIVITIES IN THE FIELD DISTRIBUTION STORES
<b>Н. И. Дучинская, Е. Гуляева</b> ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЙ В УКРАИНЕ	<b>N. Duchynska, K. Gulyaeva</b> FEATURES AND PROSPECTS OF INTERNET COMMUNICATIONS IN UKRAINE
<b>Т. А. Жукова</b> АНАЛИЗ И СИСТЕМАТИЗАЦИЯ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ БАНКА	<b>T. Zhukova</b> ANALYSIS AND SYSTEMATIZATION METHODS EVALUATION OF BANK'S FINANCIAL STABILITY
<b>С. К. Кучеренко</b> ТИПОЛОГИЯ УСЛОВИЙ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ	<b>S. Kucherenko</b> TYPOLOGY OF THE INVESTMENT CONDITIONS IN UKRAINE
<b>Л. Ю. Луференко</b> ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	<b>L. Luferenko</b> INNOVATION MARKETING IS THE TOOL OF INCREASING OF COMPETITIVENESS OF COMPANY
<b>Л. В. Лысяк</b> РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА В УКРЕПЛЕНИИ ДОХОДОВ ПЕНСИОННОГО ФОНДА УКРАИНЫ	<b>L. Lysiak</b> THE ROLE OF THE STATE BUDGET TO STRENGTHENING EARNINGS OF THE PENSION FUND OF UKRAINE
<b>Р. О. Маслик</b> ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАРУБЕЖНЫХ ФИНАНСОВЫХ МОДЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В УКРАИНЕ	<b>R. Maslyk</b> EVALUATION OF FOREIGN FINANCIAL MODEL OF SOCIAL PROTECTION AND THEIR POSSIBLE USE IN UKRAINE
<b>Л. Н. Матросова</b> ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ	<b>L. Matrosova</b> PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE BANKING SYSTEM OF UKRAINE IN CONDITIONS OF FINANCIAL INSTABILITY
<b>З. А. Мацук</b> ТОРГОВЛЯ ФИНАНСОВЫМИ АКТИВАМИ КАК ОСНОВА ИССЛЕДОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ	<b>Z. Matsuk</b> TRADING FINANCIAL ASSETS AS A BASIS FOR THE STUDY OF FINANCIAL SERVICES IN THE SECURITIES MARKET
<b>Д. С. Очеретный</b> ПАРАДИГМА ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	<b>D. Ocheretnyi</b> PARADIGM OF BUSINESS INNOVATION
<b>М. А. Прялин, В. И. Гуцалова</b> ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЦЕССА СОЗДАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ ПРОДУКЦИИ	<b>M. Pryalin, V. Gutsalova</b> ASSURANCE OF COMPETITIVE PRODUCTS CREATIONS PROCESS

<b>Р. В. Салдан</b> ПОНЯТИЕ ИНСТРУМЕНТАРИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА РАБОТЫ СФЕРЫ УСЛУГ	<b>R. Saldan</b> CONCEPT OF TOOLS OF STATE REGULATION ON LABOUR MARKET IN FIELD SERVICES
<b>К. С. Светличная, А. В. Кубасова</b> АУТСОРСИНГ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ	<b>K. Svitlychna, G. Kubasova</b> OUTSOURCING OF PHARMACEUTICAL COMPANIES
<b>С. А. Стрельник, И. А. Зарицкая</b> РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАН	<b>S. Strelnyk, I. Zarytska</b> DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP AS A FACTOR IN ENSURING GLOBAL COMPETITIVENESS OF COUNTRIES
<b>И. В. Тимар</b> ОСОБЕННОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ СФЕРЫ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В УКРАИНЕ	<b>I. Timar</b> FEATURES OF ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISE IN THE HOSPITALITY SERVICES IN UKRAINE
<b>Е. В. Торба</b> ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ: СУЩНОСТЬ, ОЦЕНКА, СТРУКТУРА	<b>O. Torba</b> INTELLECTUAL CAPITAL ENTERPRISES: ESSENCE, EVALUATION, STRUCTURE
<b>В. А. Федорова, Ю. И. Татарчук</b> ПОНЯТИЕ ИННОВАЦИЙ И ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА	<b>V. Fedorova, J. Tatarchuk</b> CONCEPT OF INNOVATIONS AND INNOVATION PROCESS
<b>С. А. Черкасова, М. Ф. Ахметова</b> ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ОСМД В УКРАИНЕ	<b>S. Cherkasova, M. Akhmetova</b> ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC ASPECTS OF CONDOMINIUMS FORMATION AND DEVELOPMENT IN UKRAINE
<b>Е. И. Шевцова, А. А. Давыдов</b> КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА В ПРЕДЕЛАХ РЕСУРСНОГО МЕНЕДЖМЕНТА БАНКА	<b>O. Shevtsova, O. Davydov</b> CREDIT POLITICS WITH REGARD TO BANK RESOURCE MANAGEMENT

**ЗМІСТ****МАКРОЕКОНОМІЧНІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ**

<i>Качула С. В.</i> Фінансова політика держави та розвиток малого підприємництва: соціальний аспект .....	3
<i>Маслик Р. О.</i> Оцінка ефективності зарубіжних фінансових моделей соціального захисту та можливості їх використання в Україні .....	13
<i>Черкасова С. О., Ахметова М. Ф.</i> Організаційно-економічні аспекти становлення і розвитку ОСББ в Україні .....	20

**ФІНАНСИ ТА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ  
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

<i>Жукова Т. О.</i> Аналіз та систематизація методів оцінки фінансової стійкості банку .....	27
<i>Лисяк Л. В.</i> Роль державного бюджету у зміцненні доходів Пенсійного фонду України .....	38
<i>Матросова Л. М.</i> Проблеми розвитку банківської системи України в умовах фінансової нестабільності .....	46
<i>Мацук З. А.</i> Торгівля фінансовими активами як основа дослідження фінансових послуг на ринку цінних паперів .....	53
<i>Шевцова О. Й., Давидов О. О.</i> Кредитна політика в межах ресурсного менеджменту банку .....	59

**ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ ТА МАРКЕТИНГ**

<i>Дучинська Н. І., Горбатко О. С.</i> Маркетингова діяльність в сфері дистрибуційної торгівлі .....	64
<i>Дучинська Н. І., Гуляєва К. В.</i> Розвиток інтернет-комунікацій в Україні: особливості та перспективи .....	71
<i>Луфференко Л. Ю.</i> Інноваційний маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств .....	78
<i>Прялін М. А., Гуцалова В. І.</i> Забезпечення процесу створення конкурентоспроможної продукції .....	85
<i>Тімар І. В.</i> Особливості господарської діяльності суб'єктів сфери готельних послуг в Україні .....	90
<i>Торба О. В.</i> Інтелектуальний капітал підприємств: сутність, оцінка, структура .....	97



## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ

<i>Горіна Г. О.</i> Методологічні основи дослідження тенденцій та особливостей розвитку суб'єктів туристичної діяльності України.....	106
<i>Дробот Я. В., Льїнський В. В.</i> Необхідність створення механізму державної підтримки інноваційного розвитку підприємств вугільної галузі.....	114
<i>Кучеренко С. К.</i> Типологія умов інвестування в Україні.....	121
<i>Очеретний Д. С.</i> Техноглобалізаційна парадигма інноваційного підприємництва.....	130
<i>Салдан Р. В.</i> Поняття інструментарію державного регулювання ринку праці сфери послуг.....	140
<i>Світлична К. С., Кубасова Г. В.</i> Аутсорсинг фармацевтичних компаній.....	146
<i>Федорова В. А., Татарчук Ю. І.</i> Поняття інновацій та інноваційного процесу.....	152

## СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Стрельник С. О., Зарицька І. А.</i> Розвиток підприємництва як фактор забезпечення глобальної конкурентоспроможності країн.....	158
<b>Російсько-англійські відповідники прізвищ авторів і назв статей .....</b>	<b>166</b>

Наукове видання

**ВІСНИК**  
**ДНІПРОПЕТРОВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ**  
**Серія: ЕКОНОМІКА**  
**Випуск 10 (2)**

Заснований у 1993 р.  
Українською та російською мовами

Свідоцтво про Державну реєстрацію  
друкованого засобу масової інформації  
КВ № 21874-17774Р від 24.11.15

*Редакційна колегія не завжди поділяє позицію авторів*  
*За зміст статті та точність викладеного матеріалу відповідальність покладається на авторів*  
*Деякі статті надруковано у авторській редакції*  
*Усі права застережено*  
*Використання матеріалів – з дозволу редакційної колегії*

Оригінал-макет *К. О. Біла*  
Технічний редактор *Ю. Б. Пономаренко*

---

Підписано до друку 28.12.16. Формат 70×108 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Спосіб друку – плоский.  
Ум. друк. арк. 14,65. Ум. фарбовідб. 14,65. Обл.-вид. арк. 12,45.  
Тираж 100 пр. Зам. № 1216-02/2.

---

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 3618 від 06.11.09  
Україна, 49000, м. Дніпро, пр. Д. Яворницького, 111, оф. 2  
тел. +38 (067) 972-90-71