

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ПРОБЛЕМИ
СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ
В ЕКОНОМІЦІ**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 2(56)

Київ-2016

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

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

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

Редакційна колегія:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Національного авіаційного університету
на підставі Протоколу №4 від 25.05.2016 року.**

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

ЗМІСТ

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Богачов С.В., Тарасевич О.В.

РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ
НА ОСНОВІ УГОДИ ПРО ЗОНУ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ.....7

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ

НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Galtsova O.L.

CURRENT POLICY APPROACHES TO PRICING IN AGRICULTURE UKRAINE..... 18

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Ареф'єв В.О.

ДІАГНОСТИКА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....25

Коваленко О.В., Биткін С.В.,

Големба В.Є., Балюра Ю.О.

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ
БЕЗПЕКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА..... 32

Неізнєстна В.С.

ФОРМУВАННЯ СТІЙКОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ
РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ НА ОСНОВІ КОМПЛЕКСНОГО
МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ..... 42

Тульчинський Р.В.

ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ
ЗА РАХУНОК СТВОРЕННЯ НОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ
ЗАЛУЧЕННЯ ВЕНЧУРНОГО ФІНАНСУВАННЯ.....49

Чумак Л.Ф.

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ
В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО БІОЕКОНОМІКИ.....54

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Гаврилко Т.О., Білковська Д.І.

РЕГІОНАЛЬНІ РИНКИ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ..... 60

Shaposnnykov K.S.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES CORPORATE TRAINING:
START OF CREATIVE CYCLE..... 65

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Надрага В.І.

УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ РИЗИКАМИ: СУТНІСТЬ ТА МЕХАНІЗМИ..... 71

Сталь Т.В. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ КАК ОБЪЕКТ ПОНЯТИЙНОГО АНАЛИЗА.....	80
---	----

Ярмолюк О.Я. РЕМАРКЕТИНГ ТА СИСТЕМА ВЗАЄМОВІДНОСИН З КЛІЄНТАМИ.....	86
---	----

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Бондаренко О.М., Сліпенчук Г.В. СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ДЛЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ: ЇХ ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ.....	90
---	----

Гура С.М. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ АЕРОПОРТІВ.....	96
--	----

Нестерпова Д.О. ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТА СУТНІСТЬ ФЕНОМЕНУ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	103
--	-----

Омельяненко С.Л., Тофанчук А.Т. ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ ЦІЛЬОВОГО ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	108
---	-----

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Чібісова І.В., Левчунь Б.В. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВА.....	113
--	-----

МАРКЕТИНГ

Борисенко О.С. РОЛЬ РЕКЛАМИ В ДОСЯГНЕННІ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ.....	117
---	-----

Петровська С.В., Криворучко О.В. ІНСТРУМЕНТИ І МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ МОДЕЛЮВАННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	121
--	-----

Коваленко О.В., Мельниченко А.В. БРЕНДИНГ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	126
---	-----

CONTENTS

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**Bogachev S.V., Tarasevich E.V.**REGULATION TRANSACTION COSTS IN LABOR MARKETS UKRAINE
ON THE BASIS OF THE AGREEMENT ON FREE TRADE WITH
THE EUROPEAN UNION.....7**ECONOMY AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT****Galtsova O.L.**

CURRENT POLICY APPROACHES TO PRICING IN AGRICULTURE UKRAINE.....18

ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES**Arefiev V.O.**

DIAGNOSIS OF ENTERPRISE FINANCIAL SECURITY.....25

Kovalenko O.V., Bytkin S.V.,**Golemba V.E., Balyura Y.O.**THE ROLE OF INFORMATION-ANALYTICAL SOURCES
IN SECURITY ENFORCEMENT OF ENTERPRISE.....32**Neizvestna V.S.**

FORMATION OF SUSTAINABLE ENTERPRISES RECREATIONAL COMPLEX.....42

Ttilchinsky R.V.IMPROVING ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES THROUGH
THE CREATION OF NEW ORGANIZATIONAL FORMS
OF VENTURE CAPITAL FINANCING.....49**Chumak L.F.**THE PATH OF DEVELOPMENT
OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES IN THE CONDITIONS
OF TRANSITION TO THE BIOECONOMY.....54**PRODUCTIVE POWER DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY****Gavrillo T.O., Bilkovska D.I.**

REGIONAL MARKETS OF BANKING SERVICES.....60

Shaposnykov K.S.INNOVATIVE TECHNOLOGIES CORPORATE TRAINING:
START OF CREATIVE CYCLE.....65**DEMOGRACY, LABOR ECONOMICS,
SOCIAL ECONOMICS AND POLITICS****Nadraga V.I.**

SOCIAL RISKS MANAGEMENT: THE ESSENCE AND MECHANISMS.....71

Stal T.V.

INTELLECTUAL RESOURCES AS AN OBJECT OF CONCEPTUAL ANALYSIS.....80

Yarmolyuk O.Ya.

REMARKETING AND CUSTOMER RELATIONSHIP..... 86

MONEY, FINANCES AND CREDIT

Bondarenko O.M., Slipenchuk A.V.

TAX FOR SMALL BUSINESS: THEIR ADVANTAGES AND DISADVANTAGES.....90

Gura S.M.

THE THEORETICAL ASPECTS OF THE MANAGEMENT OF FINANCIAL RESOURCES
IN SUPPORT OF THE AIRPORT..... 96

Nesterpova D.O.

PREREQUISITES OF PROMOTION AND ESSENCE
OF FENOMÉN OF SHADOW ECONOMY.....103

Omelyanenko S.L., Tofanchuk A.T

FINANCIAL CONTROL TARGETED USE OF FUNDS FOR ENERGY
OF AIR TRANSPORT ENTERPRISES.....108

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Chibisova I.V., Levchun B.V.

ACCOUNTING AS A TOOL FOR RISK MANAGEMENT IN THE ENTERPRISE..... 113

MARKETING

Borysenko O.S.

ADVERTISING IN ACHIEVING THE IMPACT OF AIR TRANSPORTATION..... 117

Petrovska S.V., Kryvoruchko O.V.

INSTRUMENTS AND METHODS OF PROCESS CONTROL
OF DESIGN ARE IN MARKETING ACTIVITY.....121

Kovalenko O.V., Melnychenko A.V.

BRANDING IN MARKETING ACTIVITIES.....126

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 331.524

Богачов С.В., Тарасевич О.В.

РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ УГОДИ ПРО ЗОНУ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ

У статті розглянуто особливості трансакційних витрат на ринку праці України та вплив інституційного середовища як основного фактора, що визначає їх розмір та умови виникнення під час трансформаційних перетворень ринку праці держави до світового ринку. Проаналізовано світовий досвід регулювання ринку праці з урахуванням Угоди про зону вільної торгівлі з ЄС. Узагальнення та систематизація досвіду державного регулювання ринку праці на основі дослідження світових моделей соціально-трудових відносин дозволило дістатися висновку щодо доцільності використання основних міжнародно визнаних трудових стандартів на ринку праці України згідно з положеннями Угоди про зону вільної торгівлі з ЄС.

Ключові слова: ринок праці, трансакційні витрати, інституційне середовище, трансформаційні перетворення, світовий досвід. Угода про зону вільної торгівлі з ЄС.

В статье рассмотрены особенности трансакционных издержек на рынке труда Украины и влияние институциональной среды как основного фактора, определяющего их размер и условия возникновения во время трансформационных преобразований рынка труда государства в мировой рынок. Проанализирован мировой опыт регулирования рынка труда с учетом Соглашения о зоне свободной торговли с ЕС. Обобщение и систематизация опыта государственного регулирования рынка труда на основе исследования мировых моделей социально-трудовых отношений позволило добаться вывода о целесообразности использования основных международно признанных трудовых стандартов на рынке труда Украины в соответствии с положениями Соглашения о зоне свободной торговли с ЕС.

Ключевые слова: рынок труда, трансакционные издержки, институциональная среда, трансформационные преобразования, мировой опыт, Соглашение о зоне свободной торговли с ЕС.

Постановка проблеми. В період підготовки до трансформації вітчизняної економічної системи у світову найбільш суттєві зміни відбулися у сфері регулювання ринку праці і соціально-трудових відносин. Особливо суперечливим був процес формування внутрішнього ринку праці держави у відповідності до світового ринку, який відзеркалює систему економічних механізмів, норм та інституцій економічно розвинутих держав світу щодо відтворення робочої

сили і використання праці. Як відомо, особливості ринку праці впливають на процеси, що відбуваються в межах всієї економічної системи будь-якої країни, тому формування внутрішнього ринку праці України є однією з найскладніших соціально-економічних проблем трансформації національної економіки у світову економічну систему.

Входження України у світовий ринок праці передбачає організацію соціально-трудових відносин відповідно

до міжнародних норм, що зумовлює необхідність дослідження зарубіжного досвіду регулювання соціально-трудових відносин на ринку праці. В сучасних умовах трансформації української економіки у світову актуалізація дослідження теоретичних і прикладних аспектів функціонування ринку праці обумовлена тим, що аукові і прикладні уявлення про економічну роль людини змінюються під час глобалізації економічних процесів;

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичну та методологічну основу дослідження склали фундаментальні дослідження проблем ринку праці та зайнятості населення таких зарубіжних вчених, як А. Сміт [1], П. Самуельсон [2], Дж. Кейнс [3], М. Вебер [4], О. Уільямсон [5]. проблеми розвитку і регулювання ринку праці досліджують такі вітчизняні вчені, як Е. М. Лібанова [6,7], Д. П. Богиня [8], А. М. Колот [9], Петрова [10], І. О. Цимбал [11], С. І. Бандур [12] та ін.

Невирішена частина загальної проблеми. Але деякі теоретичні і методичні питання, що стосуються державного регулювання ринку праці на основі використання світового досвіду з урахуванням положень Угоди про зону вільної торгівлі з Європейським Союзом, в нашій країні залишаються вирішеними недостатньо й вимагають подальшого дослідження.

Метою статті є теоретичний аналіз умов виникнення трансакційних витрат на ринку праці України та світового досвіду регулювання ринку праці з урахуванням Угоди про зону вільної торгівлі з Європейським Союзом.

Виклад основного матеріалу. Як відомо, в загальному значенні трансакційні витрати – це витрати, якими супроводжується здійснення «трансакцій». Уільямсон О. та Менар К. конкретизують поняття трансакції у фізико-технічному аспекті як «акт перетину» товаром чи послугою границі суміжних технологічних процесів (стадій виробництва, обміну чи використання). Коммонс Дж.

визначає трансакційні витрати як додаткові витрати, пов'язані з процесом відчуження і отримання прав власності. Міллер М. та Стиглер Дж. визначають трансакційні витрати як такі, що супроводжують акт обміну інформацією. Вебер М. характеризує трансакційні витрати як такі, що спрямовані на встановлення та підтримання соціальних відносин певного типу. В межах ринку праці трансакційні витрати можна визначити як витрати зв'язку між економічними суб'єктами, які не входять до складу витрат технологічного процесу.

В моделях досконалої конкуренції трансакційні витрати є нульовими, тому, відповідно до першої теореми Р. Коуза, початковий розподіл прав власності абсолютно не впливає на структуру виробництва, оскільки кожна з правомочностей належить власнику, здатному запропонувати за неї найвищу Ціну, виходячи з можливості ефективного використання даної правомочності. За наявності позитивних трансакційних витрат умови обміну докорінно змінюються. Відповідно до другої теореми Р. Коуза, початкове розмежування законних прав власності впливає на ефективність дії економічної системи, при чому набувають значення інститути та альтернативи ринку способи організації трансакцій.

На ринку праці активом, відносно якого укладаються контракти, є робоча сила. Тому трансакційні витрати обігу робочої сили можна трактувати як частку трансакційних витрат, що супроводжують функціонування інституційної структури працевлаштування і адаптації на робочому місці. О.І. Цимбал виокремлює наступні складові елементи трансакційних витрат працівників на вітчизняному ринку праці:

- витрати на пошук інформації про робоче місце;
- витрати на контакти з різними роботодавцями;
- витрати на ведення переговорів щодо умов зайнятості;

- витрати на співбесіду та тестування, оформлення документів;
- витрати на випробувальний термін на робочому місці;
- витрати на опанування знаннями та навичками, які необхідні для досягнення нормальної на даному робочому місці продуктивності праці;
- витрати, пов'язані з оволодінням специфічними для цього робочого місця знаннями та навичками, які точно не знадобляться на іншому робочому місці.

Перелічені витрати спрямовані на набуття робітником специфічної системи знань і навичок, що відповідно до положень трансакційної теорії О. Уільямсона стає фактором прив'язування людини до робочого місця і зменшення переговорної активності в подальших стосунках з роботодавцем. Але на ринку праці трансакційні витрати мають не лише працівники, а й роботодавці. За етапами укладення угоди О. Уільямсон розрізняє два види трансакційних витрат: по-перше, витрати, що виникають до укладання угоди – «*ex ante*» та, по-друге, витрати, що виникають після укладання угоди про найм робітника – це витрати «*ex post*».

Трансакційні витрати найму працівника «*ex ante*» здійснюються на ринку праці і супроводжують підготовку та укладення контракту про найм працівника.

До них належать витрати щодо одержання інформації про ринок праці. Ці витрати мають місце як з боку працівника при пошуку альтернативних роботодавців, так і з боку роботодавця при пошуку якісної, кваліфікованої робочої сили. Їх розмір обумовлений асиметрією інформації, яка виражається через перебільшення працівником якості власних трудових послуг і приховування інформації та більшу проінформованість роботодавця про економічний стан підприємства і особливості вакантних місць. Також до трансакційних витрат «*ex ante*» належать витрати щодо оцінювання компетентності пра-

цівників та якості їхніх трудових послуг, що обумовлені неможливістю оцінити професійні якості працівника у повній мірі на момент укладання контракту. Тому для зменшення рівня невизначеності роботодавці здійснюють додаткові витрати, спрямовані на професійний підбір персоналу, їх особливістю є можливість отримання значної економії коштів за рахунок вдалого підбору персоналу, яка значно перевищує додаткові витрати на аналіз якостей робітника під час укладання контракту. Витрати щодо ведення переговорів і укладення контракту про найм, також як і витрати окремих працівників на вхід до привілейованих видів зайнятості, теж є витратами «*ex ante*».

Трансакційні витрати найму працівників «*ex ante*» за своєю сутністю є переважно зовнішніми, пов'язаними з ринковими трансакціями – координацією і взаємодією суб'єктів трудової угоди на ринку праці. На відміну від них трансакційні витрати найму працівників «*ex post*» у більшості випадків є внутрішніми, тому що вони супроводжують управлінські трансакції. Ці витрати спричиняє опортуністична поведінка суб'єктів ринку праці, яка проявляється під час попереднього укладання угоди, коли, усвідомлюючи обмежені інформаційні можливості інших людей, власники робочої сили (робітники) або роботодавці, що найняли робітників, намагаються діяти лише з власною вигодою, тобто відхиляються від умов трудового контракту. Якщо зовнішні витрати плануються заздалегідь, то внутрішні витрати виникають в процесі здійснення трудових відносин. Їх неможливо передбачити, вони не плануються передчасно ні управлінським персоналом, ні робітником, вони непередбачувані ні з точки зору технологічного процесу виробництва, ні з точки зору функціонування ринку праці. Ці витрати фактично є трансакційними витратами, що не піддаються страхуванню внаслідок неможливості передбачити факт їх виникнення ні з

боку працедавця, ні з боку працівника, що саме і може поставити під загрозу економічну діяльність фірми. Саме це передбачає необхідність аналізу можливості виникнення трансакційних витрат і прогнозування їх можливого розміру в тих чи інших умовах під час функціонування суб'єктів ринку праці в умовах дії Угоди про зону вільної торгівлі з Європейським Союзом.

Оцінити загальні трансакційні витрати на ринку праці кількісно дуже важко, тому існує три основних підходи до їх вимірювання. Перший підхід передбачає специфікацію трансакційних витрат, джерелом інформації для чого в світовій практиці є офіційні дані статистичних, урядових та інших установ щодо стану ринку праці. Другий підхід ґрунтується на розрахунку спреду, що є різницею між ціною, яку можна було б одержати після певного очікування, і ціною, за якою угода може бути укладена негайно, якщо учасники ринку не можуть очікувати більш вигідної ціни. Третій підхід спрямований на визначення сукупного обсягу ресурсів, що застосовуються Державною службою зайнятості та усіма інформаційними агенціями, які надають послуги з працевлаштування.

При цьому, одним з найвагоміших факторів зниження трансакційних витрат є ефективне функціонування інститутів ринку праці. Структурно інститути ринку праці, що регламентують взаємодію працівників і роботодавців у соціально-трудовій сфері, можуть бути розподілені на формальні і неформальні. До формальних інститутів ринку праці України може бути віднесений інститут правового забезпечення, який формується на базі співпраці органів законодавчої та виконавчої влади з суспільними, організаційними, інформаційними, освітніми та науково-дослідницькими інститутами ринку праці і закріплюється у формі законів та нормативних актів в сфері трудових відносин. Вітчизняна інституційна інфраструктура не сприяє

нормальному відтворенню робочої сили і тому є фактором високого рівня трансакційних витрат. Неефективність функціонування інституту правового забезпечення в Україні пов'язана з існуванням цілої низки протиріч, серед яких велике значення має застарілість норм трудового законодавства, відсутність обов'язкової норми письмової форми трудового договору, відсутність норм трудових відносин громадян, що працюють за кордоном, іноземців та осіб без громадянства, наявність в сучасному трудовому законодавстві значної кількості підзаконних нормативних актів, які суперечать актам, що вище них за юридичним рівнем. Також до протиріч функціонування інституту правового забезпечення ринку праці належить слабка система правозастосування та поширення практики неформальних домовленостей, які дозволяють обходити законодавчі норми.

На основі вищенаведеного особливого значення набуває Угода про зону вільної торгівлі з Європейським Союзом. У розділі IV «Торгівля і питання пов'язані з торгівлею» главі 13 «Торгівля та сталий розвиток» статті 291 («Багатосторонні трудові стандарти та угоди» даної Угоди відзначено, що сторони забезпечують виконання основних міжнародно визнаних трудових стандартів [13]. Стаття 291 цієї Угоди визначає, що «1. Сторони визнають повну та ефективну зайнятість та гідну працю для всіх як ключові елементи для торгівлі в контексті глобалізації. Сторони підтверджують свої зобов'язання щодо сприяння розвитку торгівлі у такий спосіб, що приводить до повної та ефективної зайнятості й гідної праці для всіх, зокрема чоловіків, жінок та молоді. 2. Сторони забезпечують і реалізують у своїх законах та практиках основні міжнародно визнані трудові стандарти, а саме: а) свободу об'єднань та ефективне визнання права на колективні переговори; б) усунення всіх форм примусової чи обов'язкової праці; с) фактичне викоренення дитячої праці;

та б) усунення дискримінації стосовно зайнятості та професій. 3. Сторони підтверджують своє зобов'язання щодо ефективного виконання основоположних та пріоритетних конвенцій МОП, які вони ратифікували, та Декларації МОП стосовно основних принципів та прав у світі праці 1998 року. Сторони також розглядають питання про ратифікацію та імплементацію інших конвенцій МОП, які класифікуються МОП як такі, що відповідають сучасним вимогам. 4. Сторони наголошують, що трудові стандарти не повинні використовуватися для протекціоністських цілей в торгівлі. Сторони відзначають, що їхня порівняльна перевага жодним чином не повинна бути поставлена під сумнів» [13].

На відміну від української моделі правозастосування, для інституту правового забезпечення країн Західної та Східної Європи характерне жорстке законодавство ринку праці та вимоги щодо неухильного його виконання, що суттєво збільшує витрати роботодавців і перешкоджає їх неправомірним діям. Тому ринок праці цих країн не характеризується гнучкістю, що є однією з причин високого рівня хронічного безробіття. Ринок праці таких країн, як США, Великобританія, Канада, Австралія, Нова Зеландія регулюється відносно ліберальним законодавством, але закони виконуються неухильно. Інша модель правозастосування є характерною для країн Латинської Америки – трудове законодавство жорстке, але розповсюджується на відносно невеликий формальний сектор, в межах якого закони значною мірою виконуються.

Як відомо, окрім економічних відносин ринок праці включає ще й соціальні, правові та психологічні аспекти. В сучасних умовах в Україні окремі елементи, які забезпечують функціонування ринку праці, відсутні або знаходяться в стадії формування. Але і в інших країнах процес становлення ринку праці також відбувався нерівномірно внаслідок впливу різних умов і відмінностей як в економічній, так і в неекономічній

сферах. Внаслідок цього кожна країна характеризується специфічними саме для неї відмінностями в процесах підготовки працівників, їх найму та організації профспілок. В світовій практиці регулювання ринку праці виокремлюють три основні моделі: США, Швеції та Японії.

Модель ринку праці США характеризується високою активністю суб'єктів ринку праці, яка ґрунтується на державній політиці підтримки конкурентного стану економіки та прагненням до індивідуального успіху. Політика зайнятості на підприємствах орієнтується на високу територіальну мобільність працівників між підприємствами, на прийом вже підготовлених в учбових закладах країни кадрів, що дозволяє мінімізувати витрати підприємства на виробниче навчання.

Заробітна плата є результатом індивідуальних і колективних переговорів, укладання контракту або колективного договору. Для ринку праці США характерним є значний вплив профспілок на колективні переговори. Як наслідок, рівень заробітної плати залежить від попиту і пропозиції робочої сили, складності робіт, продуктивності праці, можливостей підприємства.

Американська модель ринку праці передбачає, що страхування на випадок безробіття регулюється федеральними законами і законами штатів. Федеральний закон встановлює загальні принципи страхування по безробіттю, які потім деталізуються в законах кожного з штатів. Страхові внески по безробіттю платять підприємці і найняті робітники, а зібрані кошти спрямовуються окремо до федерального фонду і фондів штатів.

Сукупність відносин з найму працівників, рівня заробітної плати та соціального страхування у США вказує на властивості зовнішнього ринку праці, який характеризується відкритістю для всіх учасників. При цьому комплектація робочих місць здійснюється шляхом набору основної маси робочої сили, підготовленої поза межами підприєм-

ства, тому робоча сила в цих країнах відрізняється високим рівнем мобільності.

Разом з цим у США існує і внутрішній (внутрішньофірмовий) ринок праці, який характеризується закритістю та слабкою конкуренцією. Рух робочої сили, при цьому, здійснюється в основному у межах фірми. Підготовка персоналу здійснюється усередині підприємства і підпорядкована меті і цілям конкретної фірми. Внутрішньофірмові ринки відокремлені один від одного, тому їх функціонування визначається характером виробництва і внутрішнього розпорядку роботи. Тому кадри тієї або іншої фірми мають незначну конкурентоспроможність на зовнішньому ринку. Внутрішній ринок вирішує два головних завдання: забезпечення процесу оволодіння специфічними знаннями і навичками та внутрішньофірмовим досвідом; запобігання витоку одержаних знань і досвіду за межі фірми. Проте, для США переважаючим залишається зовнішній ринок, про що свідчить більш високий рівень безробіття, в порівнянні з Японією і Швецією.

Для японської моделі ринку характерним є внутрішній ринок. Тому відмінною рисою цієї моделі є «система довічного найму», яка гарантує зайнятість протягом усього терміну трудової діяльності працівників і формування самостійних профспілкових організацій усередині компаній. Така політика зайнятості дозволяє компанії здійснювати професійну підготовку і підвищення кваліфікації працівників з гарантією того, що кваліфіковані фахівці можуть не залишати фірму. При цьому підготовка ведеться відповідно до науково-технічного прогресу, структури робочих місць та модифікації продукції, що випускається. Відповідно до цієї моделі функціонування ринку праці при формуванні заробітної плати велике значення надається стажу роботи, що утримує працівників від переходу на інші підприємства. Але в останні роки все більше значення набуває облік кваліфікації і ефективності праці.

Система довічного найму полегшує вирішення проблеми мінімізації безробіття, тому що дозволяє відносно безболісно скорочувати виробництво та робочий час і переводити працівників на дочірні підприємства або на підприємства інших фірм за взаємною угодою. Згідно даної моделі держава займається регулюванням зайнятості і соціального захисту населення переважно на макrorівні, забезпечуючи фірми і підприємства законами і державними нормативами, що відповідають патерналістській концепції.

Шведська модель ринку праці відрізняється активною політикою зайнятості, що проводиться державою. Їй притаманний яскраво виражений державно-ринковий механізм, в якому державні елементи регулювання дуже тісно переплетені з ринковими елементами саморегулювання. При домінуванні державного регулювання. Виокремлюють наступні засади шведської моделі регулювання ринку праці:

- непрямі податки на товари і послуги, які перешкоджають швидкому зростанню попиту та інфляції, стимулюють банкрутство нерентабельних підприємств;
- рівність оплати рівної праці незалежно від фінансового стану підприємства;
- поєднання низької інфляції та повної зайнятості в довгостроковій перспективі;
- селективна державна підтримка зайнятості в неефективних сферах економіки, які забезпечують соціально необхідні послуги.

Як можна побачити, активність держави в межах шведської моделі проявляється у виділенні значних фінансових ресурсів на програми підтримки зайнятості, перепідготовку робочої сили та підвищення її конкурентоспроможності. Кошти з фонду зайнятості йдуть на професійну підготовку і перепідготовку працівників, створення робочих місць, як в державному, так і в приват-

ному секторі, шляхом субсидування приватних компаній, надання допомоги безробітним в пошуку робочих місць, у тому числі через інформацію і профорієнтацію, виплату компенсацій з переїзду до нового місця роботи.

Предметом особливої турботи держави є підтримка зайнятості в галузях, що забезпечують соціально необхідні послуги в депресивних регіонах. Політика в сфері зайнятості тісно пов'язана з іншими складовими державної політики: податковою, галузевою і регіональною політикою, що дозволяє підтримувати високий попит на робочу силу і високу зайнятість в країні.

Представлені моделі ринку праці формувалися протягом тривалого періоду і під впливом таких масштабних економічних перетворень, як світова економічна криза 1929-1933 рр. та світова криза 1974-1975 рр.

Науково-технічний прогрес та подальший розвиток соціально-економічних відносин сприяли появі значних ЗМІН в межах класичних моделей формування та регулювання ринку праці, 10му в сучасних умовах запропонована нова класифікація, в межах якої виокремлюється п'ять основних моделей:

1. Європейська (континентальна) модель має такі риси, як високий рівень правової захищеності працівника, жорсткі норми трудового права, орієнтовані на збереження робочих місць, галузеве тарифне регулювання та відносно невелика диференціація оплати праці.

2. Англосаксонська модель характеризується такими особливостями, як високий рівень розвитку трудового та цивільного права, відсутність централізованої системи управління зайнятістю та боротьби з безробіттям, надання широких прав і свобод роботодавцям щодо наймання й звільнення працівників, функціонування моделей корпоративних колективно-договірних відносин та відсутність таких відносин на рівні галузей та регіонів, мінімальна оплата праці в країні котре, як правило, законодавчо не закріплюється. Дана

модель поширена в таких країнах, як США, Великобританія, Австралія, Нова Зеландія.

3. Японській моделі соціально-трудо-вих відносин властивим є поширення принципу довічного наймання працівника, пряма залежність розмірів заробітної плати і соціальних виплат від тривалості роботи на фірмі, високий рівень розвитку внутрішньофірмового патріотизму та пов'язаних з ним методів мотивації праці, унікальні внутрішньофірмові системи росту і просування працівників.

4. Китайська модель поєднує жорстке регулювання трудових відносин і відносно високу соціальну захищеність робітників у державному секторі і повну відсутність правового регулювання в приватному і концесійному секторах. Ця модель може діяти в умовах розвитку індустріалізації, постійного тиску на ринок праці надлишкового населення і жорсткого авторитарного політичного режиму, який виключає робітничий рух.

5. Для шведської моделі характерним є те, що держава здійснює лише законотворчу функцію і створює правові основи для діяльності господарюючих суб'єктів.

Незважаючи на велику кількість специфічних рис окремих моделей регулювання ринку праці з точки зору правового регулювання трудових відносин, у світовій практиці виокремлюється дві головні тенденції – дерегулятивна та правоутворювальна. Дерегулятивна тенденція набула поширення у Великобританії, США, Канаді, а правоутворювальна тенденція, характерна для Західної Європи. Дерегулятивна модель трудових відносин базується на тому, що в основу регулювання трудових відносин покладено індивідуальний трудовий контракт як вияв вільного вибору працівниками умов своєї роботи, а колективні договори розглядаються як спосіб протидії такому вільному вибору. При цьому профспілки розглядають політику поширення індивідуальних трудових контрактів як намагання

роботодавців «локалізувати» працівників від профспілок та знизити рівень їх соціального захисту, який є традиційно більш високим при системі колективних договорів. Як свідчить практика, у країнах, де переважно застосовується дерегулятивна модель регулювання трудових відносин, законодавством обмежується діяльність профспілок та містяться певні вимоги до них щодо надання доказів того, що делегування працівниками права вести колективні переговори від їх імені є добровільним.

На основі вищезазначеного найбільш характерною моделлю соціально-трудових відносин для українського ринку праці можна вважати шведську модель, оскільки держава створює законодавчу базу регулювання відносин між роботодавцями і працівниками та приймає участь у регулюванні ринку. Разом з цим в Україні спостерігаються й деякі риси інших моделей, наприклад, на деяких державних підприємствах існує залежність розмірів заробітної плати і соціальних виплат від тривалості роботи-на фірмі, в країні має місце тарифне регулювання оплати праці на регіональному та галузевому рівні.

Зрозуміло, що повністю відтворити модель взаємовідносин між працівниками і роботодавцями іншої держави неможливо, тому необхідно обирати ті підходи, які будуть прийнятними для сторін соціально-трудових відносин в Україні.

Загалом сучасному ринку праці в Україні притаманні такі ознаки, як низька ціна робочої сили, її невідповідність реальній вартості, зниження зайнятості у сфері суспільного виробництва, зростання кількості незайнятого населення, низька професійна й особливо територіальна мобільність трудових ресурсів та еміграція висококваліфікованої робочої сили.

Для української моделі соціально-трудових відносин характерним є застосування колективного договору як засобу регулювання взаємовідносин між працівником і роботодавцем. При

цьому норми договору ґрунтуються на нормах законодавства України про працю, генеральних, регіональних та галузевих угодах. Таке соціальне партнерство має декілька недоліків, серед яких найбільший вплив на функціонування ринку праці має недосконалість законодавчої, нормативно-правової бази, низька мотивація сторін соціально-трудових відносин, формальний характер договорів і угод на різних рівнях економіки, невизначеність ролі держави в інституті соціального партнерства тощо. Відповідно до англосаксонської моделі державне регулювання національного ринку праці повинно ґрунтуватися на високому рівні трудового та цивільного права, галузевому тарифному регулюванні та сприянню невеликій диференціації в оплаті праці. При цьому, галузеве тарифне регулювання повинно мати рекомендаційний характер, а для зменшення диференціації в оплаті праці пріоритетним є застосування державного регулювання мінімальної заробітної плати оперативного характеру.

На регіональному рівні застосування положень японської моделі є раціональним не тільки для окремих роботодавців, а й для місцевих органів влади. Так, значний позитивний вплив матиме встановлення прямої залежності розмірів соціальних виплат від тривалості роботи працівника, використання внутрішньофірмових методів мотивації праці та унікальних систем просування працівників. Крім того, на регіональному рівні є Можливим формування внутрішнього ринку праці, що передбачає співпрацю місцевих органів влади та керівників фірм при підготовці фахівців необхідного рівня кваліфікації та спеціалізації. Для цього місцеві органи ВЛЕІДИ можуть використовувати можливості фінансової системи регіону – механізми банківського кредитування роботодавців під створення нових робочих місць, надання субсидій і податкових пільг за рахунок коштів місцевих бюджетів тим підприємцям,

які беруть активну участь в регіональних програмах працевлаштування, здійснюють на своїх підприємствах за власні кошти підвищення кваліфікації чи перепідготовку спеціалістів.

У цілому ситуація на українському ринку праці характеризується як інституціонально невірноважена, що виявляється у відсутності дійових інститутів, які могли б забезпечити умови для забезпечення ринкової рівноваги.

Однією з головних інституціональних перепон є інерційність зайнятості, яка має прояв у невідповідності динаміки зайнятості динаміці виробництва. На проблеми пристосування ринку праці до змін у попиті на працю впливають високі витрати обігу робочої сили, які пов'язані з наймом та звільненням працівників і знижують гнучкість інститутів ринку праці.

Так, у випадку звільнення робітника за скороченням штатів роботодавець повинен сплачувати вихідну допомогу, розмір якої коливається від одного до трьох місячних заробітків. Негрошові витрати також високі: про звільнення роботодавець повинен попередити робітника не менше ніж за 2 місяці, спрямувати інформацію в державні органи зайнятості, у разі масових звільнень попередити профспілки.

Також сприяє зростанню трансакційних витрат на вітчизняному ринку праці недосконалість інституціонального механізму формування заробітної плати. Одним із проявів цього є надмірно висока еластичність заробітної плати замість високої еластичності зайнятості. Згідно звіту Міжнародної організації праці «Тенденції світового ринку праці 2012: Запобігання поглибленню кризи зайнятості» відновлення економіки, яке почалося в 2009 році, було недовгим і не привело до скорочення безробіття у світі.

Сьогодні безробітних на 27 мільйонів більше, ніж їх було на початку кризи. Співвідношення кількості зайнятих та загальної чисельності населення підтверджує, що в економіці не створю-

ються нові робочі місця – найбільше зниження цього показника спостерігалось у 2007 (61,2 %) та 2010 (60,2%) роках. В той же час, ринок робочої сили зараз на 29 мільйонів чоловік менший, ніж це передбачали докризові тенденції. Якщо врахувати приховане безробіття, то кількість безробітних у світі стіс вже не 197, а 225 мільйонів, а рівень безробіття збільшується із 6 до 6,9 % за період 1995-2007 рр. У цілому в світовому процесі під час зростання ВВП на душу населення на 1 % середня заробітна плата збільшується лише на 0,75% [14].

Подія заробітної плати на постійну та змінну є типовим для виробничих підприємств, комерційних організацій, а також бюджетних установ. Структура заробітної плати на вітчизняному ринку праці вирізняється високою частиною змінної частки. Скорочення змінної частки дає роботодавцю простір для гнучкості витрат на працю, що запитає робітника сам-на-сам з проблемою недоотримання передбаченого у трудовій угоді рівня заробітної плати. Крім того, характерною рисою сучасного ринку праці України є інституціональна прив'язка фіксованої частки заробітної плати до мінімального рівня оплати праці.

Як відомо, природним інструментом підтримки нижнього порогу заробітної плати є її законодавчо встановлений мінімум. Проте орієнтир на оплату праці з урахуванням законодавчо встановленого мінімуму здійснюється в умовах повної закритості внутрішнього процесу нарахування заробітної плати, що зменшує можливості робітників контролювати рівень своїх доходів. Також ця внутрішньофірмова інформаційна асиметрія доповнюється сьогодні відсутністю інституційної системи інформації про ціни на ринку праці, коли інформація залишається «приватною» справою окремих компаній і не оприлюднюється. Це призводить до прояву як внутрішньої, так і зовнішньої інформаційної асиметрії в сфері оплати праці, що є підґрунтям до збільшення трансакцій-

них витрат виду «ex post», які проявляються у втраті робітником очікуваного рівня заробітної плати.

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що більшість трансакційних витрат на ринку праці України відносяться до групи «ex ante» і обумовлені, більшою мірою, інформаційною асиметрією, причиною якої є недосконале інституційне середовище вітчизняного ринку праці.

За умов виокремлення національного та регіонального ринків праці доцільним є застосування принципів англосаксонської моделі щодо загальнодержавного регулювання зайнятості населення, та положень японської моделі щодо регіонального регулювання взаємодії суб'єктів ринку праці України.

Проблема застосування оптимально моделі соціально-трудових відносин на вітчизняному ринку праці, яка б задо-

вольнила інтереси як працівників, так і роботодавців, обумовлена значною диференціацією властивостей ринків праці окремих держав.

Проблеми функціонування інституційних складових на ринку праці України вказують на недосконалість засобів державного регулювання даної сфери економіки і необхідність приведення існуючої законодавчої бази у відповідність до міжнародних умов та сучасних тенденцій розвитку світового ринку праці.

Узагальнення та систематизація досвіду державного регулювання ринку праці на основі дослідження світових моделей соціально-трудових відносин дозволило дістатися висновку щодо доцільності використання основних міжнародно визнаних трудових стандартів на ринку праці України згідно з положеннями Угоди про зону вільної торгівлі з ЄС.

Список: використаних джерел:

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / Смит А. / [Пер. з англ.]. – Л.: Госполитиздат, 1935. – В 2-х т. Т.1 – 361с; Т.2. – 343 с.
2. Самуэльсон П. Экономика: в 2-х т. // Избранные произведения: пер. с англ. – М.: НПО «Алгон» ВНИИСИ, 1992. – Т.1 – 333с; Т.2. – 415 с.
3. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Кейнс Дж. М. / [Пер. з англ.]. – М.: Прогресс, 1978. – 367 с.
4. Вебер М. Основные социологические понятия // Избранные произведения: пер. с нем. – М.: Прогресс, 1990. – 808с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://filosof.historic.ru/books/item/WsOO/z0000303/-index.shtml>
5. Уильямсон О. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. – СПб.: Лениздат: CEV PRESS. 1996. – 702 с.
7. Лібанова Е.М. Легалізація зайнятості – передумова подолання бідності населення в країнах з перехідною економікою / Е.М. Лібанова // Бюл. ІПК ДСЗУ. – 2006. – № 1(9). – С. 5-7.
8. Богиня Д. Трансформаційні процеси в системі формування національного ринку праці: інституційний аспект / Д. Богиня // Україна: аспекти праці. – 2005. №1. – С. 3-8.
9. Колот А.М. Соціально-трудові відносини: теорія і практика регулювання: Моногр. – К.: КНЕУ, 2005. – 239 с.
10. Петрова І. Л. Сегментація ринку праці : теорія і практика регулювання / Петрова І. Л. – К.: Таксон, 2007. – 246 с.
11. Цимбал О. І. Трансакційні витрати обігу робочої сили на ринку праці України / О. І. Цимбал // Демографія та соціальна економіка. – 2009. – № 2. – С. 68-77.
12. Бандур С.І. К вопросу взаимодействия механизмов регулирования заработной платы и занятости населения на рынке труда / С.І. Бандур // Регіональні перспективи. – 2002. – №3-4. – С. 111-113.
13. Угода про зону вільної торгівлі з Європейським союзом [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/documents/virtual>

14. Звіт МОП «Тенденції світового ринку праці 2012: Запобігання поглибленню кризи зайнятості» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/information-centre/news/I39i>

15. Balancing Protection and Opportunity: A Strategy for Social Protection Approach. World Bank, May 2000 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://lnweb90.worldbank.org/eca/eca.nsf/>

Bogachev S.V., Tarasevich E.V.

REGULATION TRANSACTION COSTS IN LABOR MARKETS UKRAINE ON THE BASIS OF THE AGREEMENT ON FREE TRADE WITH THE EUROPEAN UNION

The entry of Ukraine into the global labor market provides for the organization of industrial relations in accordance with international standards, which necessitates the study of foreign experience of regulation of social and labor relations in the labor market. In modern conditions of Ukrainian economy transformation in the global update study of theoretical and applied aspects of the labor market due to the fact that the scientific and applied understanding of the economic role of human changed during the globalization of economic processes. Theoretical and methodological issues relating to government regulation of the labor market on the basis of international experience on the basis of the Agreement on free trade zone with the European Union, in our country are not solved and require further study. The article is a theoretical analysis of the conditions of transaction costs in the labor market of Ukraine and international experience of labor market regulation on the basis of the Agreement on free trade zone with the European Union. Most transaction costs in the labor market Ukraine are a group of «ex ante» and caused a greater degree of information asymmetry, caused by the imperfect institutional environment of the domestic labor market. Given the isolation of national and regional labor markets is an appropriate application of the principles of Anglo-Saxon model for national regulation of employment, and the provisions of the Japanese model of regional interaction of regulation of the labor market in Ukraine. The problem of the use of optimal model of industrial relations in the domestic labor market, which would satisfy the interests of both workers and employers, caused considerable differentiation characteristics of labor markets in individual countries. Problems functioning institutional components of labor market Ukraine indicate imperfect means of state regulation of the economy and the need to bring existing legislation into conformity with international conditions and current trends in the global labor market. Generalization and systematization of the experience of state regulation of the labor market based on global research models of industrial relations has allowed to reach a conclusion on the feasibility of using basic internationally recognized labor standards in the labor market of Ukraine according to the Agreement on free trade zone with the EU.

Keywords: labor market, transaction costs, institutional environment, transformational changes, global experience, the Agreement on free trade zone with the EU.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

UDC 338.43:334.723

Galtsova O.L.

**CURRENT POLICY APPROACHES TO PRICING
IN AGRICULTURE UKRAINE**

Статтю присвячено розробці удосконалення основних напрямів державного регулювання господарської діяльності аграрних підприємств. Обґрунтована необхідність включати вартість землі в ціну сільгосппродукції, використовуючи єдину методику визначення норми прибутку для всіх галузей народного господарства; основним напрямом вдосконалення цінового механізму АПК є комплексний підхід до формування цін на всіх стадіях відтворювального циклу із застосуванням єдиної для всього народного господарства методологічної бази, поступовий перехід від регульованих до вільних цін при активній ролі держави у забезпеченні еквівалентного обміну, обмеження цін на продукцію монополій та поступове наближення внутрішніх цін до цін світового ринку.

Ключові слова: агропромисловий комплекс, аграрні підприємства, регулювання цін, ціновий механізм, ціновий паритет, фінансові ресурси, державне регулювання.

Статья посвящена разработке совершенствования основных направлений государственного регулирования хозяйственной деятельности аграрных предприятий. Обоснована необходимость включать стоимость земли в цену сельхозпродукции, используя единую методику определения нормы прибыли для всех отраслей народного хозяйства; основным направлением совершенствования ценового механизма АПК является комплексный подход к формированию цен на всех стадиях воспроизводственного цикла с применением единой для всего народного хозяйства методологической базы, постепенный переход от регулируемых к свободным ценам при активной роли государства в обеспечении эквивалентного обмена, ограничения цен на продукцию монополий и постепенное приближения внутренних цен к ценам мирового рынка.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, аграрные предприятия, регулирование цен, ценовой механизм, ценовой паритет, финансовые ресурсы, государственное регулирование.

Introduction. Price is the main source of their own financial resources, and therefore price parity plays a leading role in shaping key indicator of financial condition – profitability. Agricultural production is an area of significant risks, because the desire to stabilize the income of agricultural producers – an important direction of agricultural policy. Agriculture has significant shortcomings of the current pricing, which caused two key unresolved issues

of agricultural price policy: providing an equivalent level of prices and its stability under conditions of constant and intense inflation.

Price production, which is a requirement of offers on the market is faced with the possibilities of demand, and the result is a market price equilibrium. In this model the local market price is valid for a particular region. National market determines prices are national, and the process of glo-

balization creates value and price of the world market. Between the local, national and global markets is always a price difference. However, with the elimination of customs barriers, improve technology and delivery and storage of whole market infrastructure growing trend towards convergence of local and world prices. Today a growing cross-border freedom of movement of goods, the ability of modern technology to store and move food products at any distance form as a permanent pattern of convergence in prices of food markets. Therefore, to determine the extent of compliance with the equivalence of linkages in national agricultural domain should be comparing the proportions of domestic and world prices of purchase and sale.

Thus, if the dynamics of domestic and world prices is such that approaches, that is convergent trend should talk about strengthening pricing equivalence (parity). For the opposite dynamics of internal and external prices, that is, their divergent movement, there is an increase of the price disparity.

Analysis of recent research and publications. Background improvement of main directions of state regulation of economic activities of agricultural enterprises, pricing, providing self-financing in agriculture is determined by many domestic scholars. Among the scientific works of this subject should be noted P.T. Sabluk, I.I. Lukinova, M.A. Latynina, O. Oliynyk, J.O. Ulyanchenko, V.V. Yurchushun, O.M. Thorn and others.

Setting objectives. Prove regularity complement regulation mechanism of state agricultural enterprises tools through the price mechanism as the main policy lever to stimulate agrarian reform.

Identify the main ways of improving pricing in terms of reforming agriculture policy and regulations on capitalization value of land and include the cost of agricultural land in the capital to ensure the normal process of expanded reproduction in the agricultural sector.

The purpose of the article – to justify the directions of improvement of the

financial mechanism of price regulation in the farming industry.

The main material research. The revival of the agricultural sector is not possible without state regulation of prices in the agricultural trade. Need the multi-state program aimed at weakening noticeable disparity in prices and control system for its implementation. The current price level and volatility of agricultural production do not provide favorable financial conditions for sustainable development. Further development of the strategic directions of financial support to the agricultural sector should be aimed at increasing the aid budget to agricultural and real increase in purchasing power to increase the capacity of the domestic food market.

If the prices of goods used for agricultural production, high, should be high and the prices of agricultural products. Since this relationship is not, there exists some unprofitable livestock and crop. By the laws of market economy unprofitable production self-destruct. Thus, the first objective should be to rebuild the economic mechanism, to adapt it to market requirements.

In such a pricing category as the rate of return is still theoretically and practically not processed. It is important to find a certain level of profitability, which could provide the expanded reproduction, and it is advisable to enter all areas of material production rate of return considering all advanced capital. Special attention should be paid to the price of production. In agriculture, as in other areas, it must recover costs and provide an adequate return on capital advanced, taking into account the period of its turnover.

The greatest wealth of Ukraine – the land – not actually involved in the formation rate of return. Adjust the rate of return should be the basis of state interests, individual industries, manufacturers and entrepreneurs, consumers. Land is the primary resource for agricultural production, so it is necessary to determine its value. At the national level, priority is given to rent land assessment, but, in our

opinion, it does not meet the market economy of today.

Reproduction of natural resources in modern conditions can not be regarded as a purely natural process. Today, almost all types of natural resources became economically reproducible. Therefore existing division of natural resources in the reproducible reproducible and not highly conditional. The basis of the valuation of the land should be based on the cost of its reproduction. Today plays all resources, other than natural. Natural resources, including land in agriculture – the only kind of resources that is taken into account in planning practice. Of course, land valuation should take into account supply and demand. But it is not necessary that raising household consumption may lead to increased demand for land and the price of it. In this case, if a deviation occurs, the state must intervene in the land market and regulate it.

We believe that this method of valuation of the land will take account of differential, absolute, monopoly rents. Assessment of natural resources will save labor or avert losses in the future. Knowing each term exhaustion of natural resources, can form a foundation of their compensation, including land fund playback.

Earth – the specific means of production, whose useful life is unlimited. Other means of production have a shelf life (physical and obsolescence). Earth has no obsolescence, but its effective use depends on the equipment and technologies used in it. Improper land use leads to physical deterioration, which indicates that the process of land use should be depreciation. The amount of depreciation of land costs should be defined for its preservation, maintenance and increase fertility. Inclusion of amortization of leased land will facilitate rational land use.

Accordingly, we conclude on the need to include the land value in the price of grain.

We must now determine the model price. According to well-known Ukrainian scientists P.T. Sabluk and A. Thorn pro-

gressive direction of improving the system of purchase prices in agriculture can be considered strengthening their focus on model prices when net income formation in price not carried out in proportion to the cost, and with all assets, including land. Progressiveness and prospects of this model lies in particular in that it provides a single methodological approach to pricing in all areas of agriculture, its advantage lies in the fact that it is more in line with the task of increasing economic independence of the company [2 p. 3-8].

Market mechanisms can not ensure equivalent exchange of goods between town and country, as evidenced by the practice of developed market countries. Only state intervention in the redistribution of national income through the budget system allows you to keep agriculture from bankruptcy. In the final price of goods and services not only increased the share of fuel and energy, transport monopolies, but also communications services, trade and finance. This led to a decline in the share of direct producers in the final price of products 2-3 times.

Of the range of measures for the withdrawal of Agriculture of the situation, to get financial support can not all. One of the measures can be to establish guaranteed prices. Guaranteed prices apply if the average market prices are lower than the guaranteed, as well as the realization of agricultural products directly to the state or during surcharges producers in the farming industry.

Guaranteed price should provide agricultural producers considering other forms of state aid, revenue sufficient to expanded reproduction. In fact, the prices set by the state often do not provide revenue sufficient even for simple reproduction, primarily due to lack of budget.

Guaranteed purchase prices must be approved each year by the administration of the region offers Agrarian Policy of Ukraine, taking into account price, consisting of the market and subsequent indexation for inflation. For the implementation of effective state regulation, identify

its boundaries should first know the cost of agricultural products produced. She is regarded as the benchmark, which determines the importance of its justification in the formation of prices. Therefore, you should determine the methods of calculation. It makes no sense to focus on the costs established on the basis of any backward agricultural enterprises, and in general, any particular company, because the budget is not enough funds for compensation of losses. Cost per unit must be economically and technologically reasonable and depend on nature-climatic conditions of the region.

Economically feasible, in our opinion, is the definition of standardized production costs through process maps which costs are calculated for technically justified norms established based on technology that reflects the current level of technical support, production and labor. Should be a baseline cost, calculated based on flow charts provided the science-based cultivation technology on the basis of prices prevailing. To ensure the expanded reproduction is necessary to increase the price of the interest rate on credit resources.

The next line regulation of economic relations with other sectors should be combined with a system of indexation that is more responsible market economy. Cost-effective measures to regulate agricultural prices is the establishment of the procurement structures so-called intervention fund, which is a certain inventory acquired purchaser. In case of increased demand and the extraordinary increase market (stock) prices used to fund its maintenance by grain on the market. In case of emergency cheaper grain collectors buy it, thereby reducing supply.

Thus, the combination of elements considered rational market pricing of public means of influence on this process and economic regulation. That way you can stop the negative developments in the economy of agriculture, accelerate the development of the stabilization of AIC.

Economic relations at all stages of production and marketing should be based

on the criterion of equal partner benefits. Regulator implementation of this criterion is to become equal to the income that each participant should receive vertical integration on invested capital the same rate of return. If a known value of the land, guaranteed price and its value is determined based on the future harvest, will be the basis for lending, taxation and insurance. If the problem solve the village earns economy [4].

It is necessary to cover the positive difference between the cost price and the market price prevailing at the time of sales. Thus, we can provide at least a minimum level necessary for the development of agricultural producers. This will stop the growth of agricultural debts to other sectors of the economy and the budget. In addition, more efficient economy will be able to profit, provided the cost of production in them is lower than in technological maps. Earnings will also be in the event that market prices will be higher than the cost.

This method of supporting agricultural producers has several advantages: the relative simplicity of calculations; transparency of government support schemes; Prevention acquisitive attitude farms to their allocated funds; equal conditions for all producers; allocated a small amount of money (even if 30% reimbursement of the cost by using local resources to fund the purchase of food can contribute to the number of products, which is almost 3 times the volume of purchases in the fund) [1, p. 19-20].

The essence of government regulation on the regional level is to use price and non-price, direct and indirect methods, the executive and the legislature region contributed to the formation and development of market economy, its infrastructure, create the necessary conditions for the adaptation of producers to market conditions and therefore, ensure food security of the region.

Pricing policy should solve the main task – to bring agriculture to break-even basis – and should be directed to:

- Ensuring at least the simple reproduction of production in key sectors of agriculture through the introduction of price support (mortgage prices) of agricultural products for which the quota is set within food security;

- Stabilization and the creation of economic conditions for extended reproduction based on respect price parity by the introduction of free pricing and, if necessary equivalent prices (prices extended play);

- The implementation of a gradual shift from direct regulation of prices through a mechanism equivalent to the introduction of indirect impact on the incomes of agricultural producers through financial and credit instruments and insurance regulation [3, p. 398-400].

Support prices are determined on the basis of sectoral regulatory costs and minimal profit (at the level of simple reproduction of production) to implement in practice the basics of break-even in commercial production. Support prices and incomes carried through redress commodity difference between the price support and the actual average market price (provided that it is below the price support) within the limits of quotas products. Equivalent prices are formed based on industry standard costs and average rates of return in industries serving agriculture to advances in the production of capital, including the cost of land under its entry in the market turnover.

State programs are annually determined by the type and scope of production quotas, price level and equivalent support price. The quotas for those products that are promoted through prices between producers allocated on a competitive basis. The rest of the products offered on the agricultural market through a system of trading or otherwise at market prices.

In order to support price controls and equivalent commodity prices and incomes should create a fund of government support prices and incomes in agriculture and to provide the funds to state and local budgets. In order to eliminate the price dictates of the monopolistic enterprises that supply agricultural inputs, processed

agricultural products, measures should be taken for their monopolization, forming an extensive network of businesses to service agriculture and competitive, strengthen competition controls the formation of prices for resources.

If within a year of significant inflation should be performed monthly price index and equivalent support price based inflation growth of total production costs.

Actively protectionism should be made to protect potentially competitive agricultural and food produced domestically. We must oppose any administrative restriction of prices for agricultural products and eliminate barriers to free its implementation, including directly to state resources. The regulatory function to ensure market balance of supply and demand and stabilize food funds and selling prices are to perform operations Commodity Credit Corporation with the necessary supplies of agricultural products, food, material resources and money.

In raw processing areas or respective integrated units to comply with equivalence relations between agricultural and processing enterprises have established matching commission on prices and incomes. We consider it necessary and economically reasonable to implement in practice economic rate of return on capital as the estimated rate of efficiency. If market prices do not provide a set rate of return, the Government is considering the need for budget support and sector specific mechanism for its application.

The effective functioning of the proposed pricing policy on possible conditions for the implementation of measures to improve purchasing power and restructuring of agricultural producers caused by prolonged disparity of prices in agriculture.

The main directions of improvement of price mechanism in agriculture is a justification of the price that most adequately reflect the real economic relations, acts as a regulator of production and circulation of goods, actively influences the socially necessary costs and includes: a compre-

hensive approach to pricing at all stages of the reproductive cycle of a single application in the economy methodological framework; a gradual transition from regulated to free prices, with the active role of the state in providing effective and equivalent exchange demand for the products of agriculture, limitation product prices monopolies; gradual convergence of domestic prices to world market prices.

Conclusions and prospects for further research. During the formation of the price mechanism for agriculture should be considered a feature of agricultural production as low reversibility of working capital because in crop production are obtained once a year, and costs are incurred during the year, while the industry reversibility of working capital is very high, and when pricing is taken into account entire capital, which enables fully determine the costs and, therefore, generate profit margins. The calculations must take into account the turnover time of fixed and current

assets to provide compensation for legal expenses and similar profit per unit of resources.

To ensure intersectoral level to enterprise level economic business conditions, setting prices equal exchange of goods between industry and agriculture, creating objective of distributive relations in agriculture to be included in the model for equity as part of the cost of agricultural land. Constituent prices – the rate of return should express the ratio of profit to average value of advanced capital, including the cost of land and material working capital.

The revival of the agricultural sector is not possible without state regulation of prices in the agricultural trade. Further development of the strategic directions of financial support for agricultural sectors of the economy should be aimed, firstly, to increase budgetary support to agricultural producers, and secondly, to increase the real purchasing power to increase the capacity of the domestic food market.

References:

1. Afanasyev V.N., Shevrin E.V. Pricing for agricultural products purchased in regional funds / V.N. Afanasiev E.V. Shevrin // Economy of agriculture and manufacturing enterprises. – 2004. – № 8. – P. 19-20.
2. Sabluk P.T. The cardinal directions of solving economic problems in agriculture / P.T. Sabluk // Economy of AIC. – 2005. – № 5. – P. 3-8.
3. Sabluk P.T. Pricing between market reform in agriculture: [monograph] / P.T. Sabluk; Agrarian Sciences. – K., 2006. – P. 403.
4. Prices, costs, profits, agricultural production and food markets infrastructure Ukraine / Ed. Acad. OHM. Neb. – K.: IAE Agrarian Sciences, 2000. – 585 pp.

Galtsova O.L.

CURRENT POLICY APPROACHES TO PRICING IN AGRICULTURE UKRAINE

The article is devoted to developing improvements in key directions of government regulation of the economic activity of agricultural enterprises. The author substantiates the necessity of including the price of land into the price of agricultural products, using the single method of determining the profit margins for all sectors of the economy. The main direction of improving pricing mechanism in the agro-industrial complex is an integrated approach to pricing at all the stages of reproductive cycle and using the single for the economy methodological framework. The gradual transition from adjustable to free prices with an active role of the state in providing equivalent exchange, restricting prices for a monopoly's products and gradual approaching domestic prices to international ones.

Price is the main source of their own financial resources, and therefore price parity plays a leading role in shaping key indicator of financial condition – profitability. Agricultural production is an area of significant risks, because the desire to stabilize the income of agricultural producers – an important direction of agricultural policy. Agriculture has significant shortcomings of the current pricing, which caused two key unresolved issues of agricultural price policy: providing an equivalent level of prices and its stability under conditions of constant and intense inflation.

Price production, which is a requirement of offers on the market is faced with the possibilities of demand, and the result is a market price equilibrium. In this model, the local market price is valid for a particular region. National market determines prices are national, and the process of globalization creates value and price of the world market. Between the local, national and global markets is always a price difference. However, with the elimination of customs barriers, improve technology, delivery, and storage of whole market infrastructure growing trend towards convergence of local and world prices. Today a growing cross-border freedom of movement of goods, the ability of modern technology to store and move food products at any distance form as a permanent pattern of convergence in prices of food markets. Therefore, to determine the extent of compliance with the equivalence of linkages in national agricultural domain should be comparing the proportions of domestic and world prices of purchase and sale.

Thus, if the dynamics of domestic and world prices is such that approaches, that is convergent trend should talk about strengthening pricing equivalence (parity). For the opposite dynamics of internal and external prices, that is, their divergent movement, there is an increase of the price disparity.

Prove regularity complement of regulation mechanism in state agricultural enterprises tools through the price mechanism as the main policy lever to stimulate agrarian reform.

Identify the main ways of improving pricing in terms of reforming agriculture policy and regulations on capitalization value of land and include the cost of agricultural land in the capital to ensure the normal process of expanded reproduction in the agricultural sector.

The purpose of the article – to justify the directions of improvement of the financial mechanism of price regulation in the farming industry.

The revival of the agricultural sector is not possible without state regulation of prices in the agricultural trade. Need the multi-state program aimed at weakening noticeable disparity in prices and control system for its implementation. The current price level and volatility of agricultural production do not provide favorable financial conditions for sustainable development. Further development of the strategic directions of financial support to the agricultural sector should be aimed at increasing the aid budget to agricultural and real increase in purchasing power to increase the capacity of the domestic food market.

Keywords: agro-industrial complex, agricultural enterprises, price control, pricing mechanism, price parity, financial resources, government regulation.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 332.1

Ареф'єв В.О.

**ДІАГНОСТИКА УПРАВЛІННЯ
ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

В статті обгрунтовано економічну діагностику фінансової безпеки підприємства як дієвий інструмент прийняття рішень, що є передумовою запропонованої системи заходів щодо підвищення рівня управління формуванням фінансової безпеки підприємства з позиції загальних функцій управління. Розроблено систему діагностики управління фінансовою безпекою підприємства на основі запропонованих принципів через систему економічних поглядів випереджаючого управління з позицій основних напрямків, управлінського циклу і функціональних підсистем.

Ключові слова: діагностика, фінансова безпека, фінансова стабільність, підприємство, принципи діагностики, заходів підвищення рівня управління.

В статье обосновано экономическую диагностику финансовой безопасности предприятия как действенный инструмент принятия решений, что является предпосылкой предложенной системы мер по повышению уровня управления формированием финансовой безопасности предприятия с позиции общих функций управления. Разработана система диагностики управления финансовой безопасностью предприятия на основе предложенных принципов через систему экономических взглядов опережающего управления с позиций основных направлений, управленческого цикла и функциональных подсистем.

Ключевые слова: диагностика, финансовая безопасность, финансовая стабильность, предприятие, принципы диагностики, меры повышения уровня управления.

Актуальність проблеми. Ефективним інструментом вирішення проблем управління фінансовою безпекою підприємства є діагностика, яка спрямована на реальну оцінку поточного фінансового стану підприємства, виявлення, аналіз та оцінку проблем його розвитку, встановлення джерела та причин виникнення негативних результатів і небажаних тенденцій у функціонуванні підприємства, розробку і прийняття обгрунтованих і оптимальних управлінських рішень.

Діяльність господарюючих суб'єктів у ринковій економіці обумовлюється насамперед станом їх фінансів, що призводить до необхідності розгляду проблем управління фінансовою безпекою

підприємства. Забезпечення стійкого розвитку підприємства, стабільності результатів його діяльності, досягнення цілей, що відповідають інтересам власників та суспільства в цілому, неможливі без розробки та проведення самостійної стратегії суб'єкта господарювання, яка в сучасній економіці визначається наявністю надійної системи його фінансової безпеки. Зростання темпів бізнесу викликає все більшу залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування і, можливо, втрату самостійності в прийнятті управлінських рішень. Це потребує пошуку відповідних способів здійснення діагностики фінансової безпеки підприємств як складової економічної та управлінської науки, що

має ґрунтуватись на прогнозах функціонування фінансових ринків, оцінках фінансового стану підприємства з урахуванням впливу багатоаспектних факторів та визначення пріоритетних напрямків фінансової стратегії.

Аналіз останніх досліджень. Проблематиці обґрунтування діагностики управління фінансовою безпекою підприємства, як етапу загального оцінювання економічної безпеки та формування управлінських рішень щодо удосконалення діяльності підприємства, приділяли ряд російських та вітчизняних економістів, таких як О.Ю. Амосов, І.О. Бланк, А.В. Бандурін, М.М. Єрмошенко, Т.Б. Кузенко, О.М. Підхормий, А.М. Поддєрьогін, В.В. Прохорова, О.І. Пушкар, І. Судакова, О.М. Тридід, В.М. Шелудько, С.М. Шкарлет, А.М. Штангрет, О.М. Ястремська та ін.

Разом з тим, в умовах циклічних коливань господарювання, які характеризуються великим ступенем невизначеності, необхідно поєднання економічної діагностики фінансової безпеки та підприємства як економічної системи задля досягнення фінансової стабільності, фінансової стійкості та більш повному використанню всіх видів ресурсів, вчасного реагування на небезпеки, які виникають у внутрішньому та зовнішньому середовищах.

Метою статті є обґрунтування економічної діагностики фінансової безпеки підприємства як дієвого інструменту прийняття рішень, що є передумовою запропонованої системи заходів щодо підвищення рівня управління формуванням фінансової безпеки підприємства з позиції загальних функцій управління.

Виклад основного матеріалу. Для прийняття будь-якого управлінського рішення, в т.ч. і щодо управління фінансовою безпекою підприємства, визначальне значення мають методичні засади здійснення оцінки рівня, впливу факторів та прогнозу зміни безпеки у відповідності до визначених принципів, дотримання яких повинно

забезпечити формування оперативної, гнучкої та комплексної системи моніторингу фінансової безпеки підприємства. Фінансову безпеку підприємства пропонується розглядати як міру гармонізації в часі і просторі економічних інтересів підприємства з інтересами пов'язаних з ним суб'єктів зовнішнього середовища, що діють поза межами підприємства. Таке розуміння фінансової безпеки підприємства не суперечить уже зробленій спробі визначити це поняття, оскільки так само, як і всі ці спроби, виходить з визнання значного, якщо не сказати більшого – визначального, впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства [1, с. 78].

Функціонування системи діагностики управління фінансовою безпекою підприємства базується на основі застосування різних методів її реалізації, вибір яких залежить від стану діагностується, поставлених перед підприємством цілей і завдань, а також впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Дана система не є виокремленою, а являє собою частину загальної практики здійснення діагностики діяльності підприємства на підставі оцінювання також системи організації руху грошових потоків, сутності фінансової роботи з планування, визначення необхідності зовнішнього фінансування.

Розвиток дослідження сутності поняття «фінансова діагностика» та виділення її принципів, функцій та методичного інструментарію свідчить про те, що на зміну тлумаченню діагностики як процедури аналізу та встановлення поточного стану приходить ширше її розуміння, а саме як складової системи стратегічного управління, дієвого інструменту забезпечення конкурентоспроможності підприємства у довгостроковій перспективі. Також авторами виокремлюються окремі складові економічної діагностики [4, с. 57]: консалтингова, аналітична, інформаційна, антикризова. Такий підхід доцільний для використання, тому що дозво-

ляє обґрунтувати прийоми та методи побудови діагностики в залежності від специфіки як стану підприємства, так і ринкової кон'юнктури ринку, ступеню розвитку кризових явищ в окремих видах діяльності.

Діагностика фінансового стану в системі економічної безпеки підприємства є особливо необхідною, і повинна бути спрямована на подальший економічний і соціальний розвиток підприємств, зміцнення їх фінансового стану, підвищення ефективності використання господарського потенціалу. Застосування підприємствами діагностичних процедур дозволить оцінювати не лише наслідки прийняття поточних і стратегічних рішень, але й визначати можливі перспективи його розвитку. Вчасно й правильно проведена діагностика фінансового стану дозволить підприємству запобігти кризового стану та зможе попередити банкрутство [8, с. 89]. Специфіка фінансової безпеки як основної складової економічної безпеки вимагає вибору ступеню деталізації окремих потоків для здійснення аналізу, відповідних загроз зменшення надходжень та платежів, визначення періоду аналізу окремих з них.

Всі методи діагностики спрямовані на досягнення однієї спільної мети – своєчасного якісного виявлення і вирішення проблем. Діагностика управління фінансовою безпекою підприємства нерозривно пов'язана з усіма функціями управління. Здійснює їх інтеграцію і координацію, забезпечує і превентивне виявлення проблем з кожної функції, сприяє прискоренню реалізації кожної з них, а в кінцевому підсумку і всього управлінського циклу, надаючи механізму управління фінансовою безпекою підприємства певну ступінь саморегулювання в межах всіх контурів управління і забезпечуючи ефективність управління підприємством в цілому. Кінцевою метою діагностики є швидкість і якість прийняття управлінського рішення, формування ефективної структури системи управ-

ління фінансовою безпекою підприємства.

Пропонують наступний порядок проведення діагностики фінансового стану підприємства: визначення мети та предмету діагностики; вибір якісних та кількісних показників для діагностування, критеріїв їх оцінки; формування інформаційної бази дослідження; проведення аналітичних, техніко-економічних та математичних розрахунків, факторного аналізу; виявлення стану досліджуваного процесу (об'єкта) та симптомів кризових явищ, загальних тенденцій фінансово-економічного розвитку об'єкта; узагальнення результатів діагностування фінансового стану підприємства, підготовка антикризової програми; розроблення прогнозу розвитку об'єкта і послідовності управлінських рішень для його реалізації [13, с. 112]. Даний процес є досить узагальненим, кожен з запропонованих етапів потребує обґрунтування методів оцінювання саме складових фінансової безпеки задля органічного включення її в діагностику фінансового стану підприємства в цілому.

Функціонування кожної підсистеми безпосередньо впливає на діяльність всієї системи, виробляючи тим самим позитивний ефект синергії. Таким чином, процес діагностування повинен здійснюватися не тільки з позицій кожної окремої її підсистеми, а й усієї системи фінансової безпеки підприємства в цілому, беручи до уваги складні взаємозв'язки, що існують усередині системи.

Проведення діагностики управління фінансовою безпекою підприємства безпосередньо через функції управління підтверджує свою правомірність, оскільки саме через них реалізується сам механізм управління. Об'єктом діагностики виступає як сукупність взаємопов'язаних підсистем, так і управління фінансовою безпекою підприємства в цілому. Таке структурування не випадково, тому що основним і найбільш важливим принципом

проведення ефективної діагностики є правильне виділення окремих, але взаємопов'язаних між собою підсистем, що становлять у сукупності систему управління фінансовою безпекою підприємства.

Головною метою системи діагностики є підвищення ефективності управління фінансовою безпекою підприємства шляхом комплексного виявлення проблем на основі їх структуризації і впорядкування, а також вибору оптимального вирішення проблем і прогнозування можливості їх появи при розробці заходів, спрямованих на недопущення відповідних проблем в перспективному функціонуванні підприємства для забезпечення стабільного, динамічного і сталого розвитку економіки підприємства (рис. 1) Внаслідок того, що підсистеми діагностики управління фінансовою безпекою підприємства є системами нижчого рівня, то для кожної з них характерні наступні основні властивості системності: підсистема виконує свої, тільки їй властиві функції, які не повторюються іншими підсистемами даної системи; має здатність взаємодіяти з іншими підсистемами і інтегрувати з ними; підсистема тісно пов'язана з іншими елементами своєї системи.

Еволюційна змінність фінансової безпеки та її місця в економічній безпеці підприємства дозволяє вибирати адекватні методи оцінювання в залежності від місця виникнення загроз. Так, можуть бути використані динамічні моделі, серед яких виділяють два підходи – конструктивний (оптимізаційний) і описовий (дескриптивний). Конструктивний підхід полягає у виборі з числа можливих траєкторій (шляхів) економічного розвитку оптимальної траєкторії. Оптимальна траєкторія визначається якнайкращою відносно певного вибраного критерію (наприклад, яка забезпечує найбільший обсяг прибутку за плановий період). Значення другого підходу полягає у дослідженні рівноваги в економічній системі. Цей

підхід заснований на понятті «рівноважної траєкторії» (тобто урівноваженого, збалансованого економічного зростання) [14, с. 245]. Обґрунтований вибір підходів дозволить забезпечити гармонізацію висновків із загальною оцінкою діяльності підприємства та розробки заходів для ефективної взаємодії усіх елементів (рівнів) управління.

Діагностика фінансової безпеки підприємства має бути частиною механізму управління фінансовою безпекою, певним етапом з притаманними методами та з врахуванням місця фінансів в загальній системі управління. На погляд М.М. Єрмошенка, до механізму управління фінансовою безпекою включаються такі складові як економічні закономірності, мета і завдання управління, функції, організаційна структура, принципи управління, методи управління, кадри управління, техніка і технологія управління, критерії оцінки ефективності системи управління [3]

Фінансова безпека має свої властивості, які відрізняють її від інших функціональних підсистем економічної безпеки, які проявляється під час взаємодії з ними коли система працює як єдине ціле, які можуть бути комплексні та часткові, якісні та кількісні. До них здебільшого відносять належать такі властивості як цілісність, ієрархічність, функціональність, продуктивність, саморегульованість і емерджентність.

Наведені властивості функціональних підсистем вказують на прагнення їх до забезпечення стійкості системи діагностики управління фінансовою безпекою підприємства в цілому, а не окремих її підсистем.

В основу розробки системи діагностики управління фінансовою безпекою підприємства покладені основні та похідні принципи, за якими здійснюється функціонування самої системи та її специфічними проявами в залежності від вироблення продукції, надання послуг.

Обґрунтовані принципи проведення діагностики фінансової безпеки під-

приємств як основа та вимога для її проведення, які включають 1. Наукова обґрунтованість діагностики, що базується на положеннях діалектичної теорії пізнання, вимоги економічних законів, використанні досягнень науково-технічного прогресу і новітніх методів економічних досліджень.

2. Спрямованість діагностики на перспективу, що полягає в прогнозуванні розвитку управління фінансовою безпекою підприємства та визначенні можливих передумов виникнення проблем для прийняття випереджальних управлінських рішень щодо їх недопущення.

3. Комплексність діагностики, яка полягає в детальному дослідженні напрямів і функцій управління фінансовою безпекою підприємства в розрізі функціональних підсистем; у всебічному вивченні причинно-наслідкових зв'язків в економіці підприємства; в забезпеченні проведення всіх видів аналізу (ретроспективного, поточного та перспективного); в комплексній оцінці впливу кількісних і якісних факторів на управління фінансовою безпекою підприємства.

4. Динамічність і ситуаційність діагностики, націлені на безперервне дослідження причинно-наслідкового механізму виникнення проблем, що формує базу для попередження негативних явищ в діяльності підприємства, які обумовлюються загрозами.

5. Дієвість діагностики, передбачає активне її вплив на процес управління фінансовою безпекою підприємства і полягає у своєчасному розпізнаванні та аналізі проблем, а також у розробці та прийнятті управлінських рішень щодо їх усунення (зниження ступеня впливу).

6. Гнучкість діагностики, спрямована на можливість швидкого ухвалення нововведень з адаптації параметрів внутрішнього стану управління фінансовою безпекою підприємства до нових умов його функціонування.

7. Регулярність діагностики управ-

ління фінансовою безпекою підприємства, що полягає в проведенні його на постійній основі, а не від випадку до випадку.

Таким чином, розробка системи діагностики управління фінансовою безпекою підприємства на основі запропонованих принципів формує її як систему економічних поглядів випереджаючого управління з позицій основних напрямків, управлінського циклу і функціональних підсистем.

Висновки. Діагностика управління фінансовою безпекою підприємства являє собою комплексний процес виявлення, аналізу, усунення та прогнозування появи проблем підприємства з позицій його основних напрямків і управлінського циклу в розрізі функціональних підсистем з метою підвищення ефективності управління підприємством в цілому.

Враховуючи дану особливість діагностики управління фінансовою безпекою підприємства, актуальною стає розробка її концепції з позицій системного підходу, яка стане передумовою до досягнення ефективного розвитку підприємства.

Результативність діагностики управління фінансовою безпекою підприємства забезпечується послідовною реалізацією механізмів її проведення, наповнюваність яких складається з вищерозглянутих методів діагностики.

До таких механізмів слід віднести: механізм виявлення проблем, механізм діагностики проблем, механізм прийняття управлінських рішень, механізм прогнозування проблем.

Діагностика управління фінансовою безпекою підприємства визначена як комплексний процес виявлення, аналізу, усунення та прогнозування появи проблем підприємства з позицій основних напрямків і управлінського циклу в розрізі функціональних підсистем з метою підвищення ефективності управління підприємством в цілому.

Список використаних джерел:

1. Амосов О.Ю. Фінансова безпека підприємства в сучасних економічних умовах: теоретичний аспект / О.Ю. Амосов // Проблеми економіки. – 2011. – № 4. – С. 76- 80.
2. Данильчук І. В. Сутність фінансового стану підприємства та пошук управлінських рішень щодо забезпечення його ефективності / І. В. Данильчук // Економічний вісник університету: Збірник наукових праць. – 2011. – № 17/2.
3. Єрмошенко М.М Фінансова складова економічної безпеки: держава і підприємство: Наук. монографія / Єрмошенко ММ., Горячева К.С. – К.: Національна академія управління, 2010. – 232 с.
4. Кость Я.О. Місце фінансової діагностики в системі фінансового менеджменту підприємства // Наука й економіка. – 2010. – №2. – С. 55–63.
5. Павленко О.І. Вдосконалення механізму оцінки фінансового стану підприємства / О.І. Павленко// Бізнес-навігатор. Науково-виробничий журнал. – 2010. – № 2(19). – С. 72-78.
6. Підхомний О.М. Індикатори оцінки рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання // Економічні науки : зб. наук, праць. – Сер.: Облік і фінанси. – 2007. – № 23. – С. 234-237.
7. Прохорова В.В. Управління змінами на авіапідприємствах: організаційно- економічний аспект / Прохорова В.В. // Науковий журнал: Економіка і управління. – Національна Академія природоохоронного та курортного будівництва. – 2014. – № 2. – С. 56-60.
8. Рета М.В. Діагностика фінансового стану як інструмент управління фінансовою безпекою підприємства [Текст] / Рета М.Н., Шимко Н.І. // Сборник научных трудов "Вестник НТУ "ХПИ" : Технічний прогрес та ефективність виробництва №67 – Вестник НТУ "ХПИ". 2013. – С. 80-90.
9. Сословский В.Г. Морфологический анализ методик оценки кредитоспособности заёмщиков / В.Г. Сословский, Ю.Н. Горбанева // Бизнес-информ. – 2008. – №3. – С. 86-93.
10. Судакова, О.І. Стратегічне управління фінансовою безпекою підприємства / О.І. Судакова // Економічний простір. – 2008. – № 9. – С. 140-148.
11. Танклевська Н.С. Фінансовий потенціал як категорія управління фінансами підприємства / Н.С. Танклевська // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2009. – № 2. – С. 257–262.
12. Чевганова В.Я. Фінансове забезпечення малого підприємництва / В.Я. Чевганова, В.В. Чеверда // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – Т. 1. – С. 164-168.
13. Черниш С.С., Діагностика фінансового стану підприємства / С.С. Черниш // Інноваційна економіка. – 2010. – № 3. – С. 111-113.
14. Шигун М.М. Економічне моделювання: проблеми класифікації та перспективи розвитку / Розвиток теорії та методології обліку і аналізу: Монографія // І.В. Жиглей, І.В. Замула, О.В. Олійник, М.М. Шигун. – Житомир: ЖДТУ, 2008. – 319 с.
15. Шкарлет С.М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект: монографія / С.М. Шкарлет. – К.: Книжкове видавництво НАУ, 2007. – 432 с.
16. Штангрет А.М. Потенціал забезпечення економічної безпеки підприємства: теоретичні аспекти / Л.М. Штангрет, Г.І. Пушак // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 3. – С. 127-130.

Arefiev V.O.

DIAGNOSIS OF ENTERPRISE FINANCIAL SECURITY

In the article the economic diagnosis of the financial security company as an effective tool for decision-making is a prerequisite for the proposed system of measures to improve the management of financial security company formation from the perspective of general management functions. The system of diagnostic management of financial security on the basis of the proposed principles through economic views ahead of management positions with major trends, management cycle and functional subsystems.

Diagnostics management of financial security enterprise is a complex process of identifying, analyzing, and predicting the emergence of eliminating business problems from the standpoint of its main directions and management cycle in terms of functional subsystems in order to improve management in general. Due to this feature diagnostic management of financial security, is the actual development of the concept of system approach, which will be a prerequisite to achieve effective enterprise development.

Effectiveness diagnostic management company provided financial security mechanisms consistent implementation of its conduct, which consists of filling mentioned above diagnostic methods. These mechanisms include: detection engine problems, the mechanism of diagnosing problems, mechanism of diagnostic decision - making mechanism of forecasting problems. Diagnostics management of financial security enterprise is defined as a complex process of identifying, analyzing, and predicting the emergence of eliminating business problems from the standpoint of the major trends and management cycle in terms of functional subsystems in order to improve management in general.

The system diagnostic management of financial security on the basis of the proposed principles through economic views ahead of management positions with major trends, management cycle and functional subsystems.

Keywords: diagnosis, financial security, financial stability, enterprise, principles of diagnosis, measures to improve the management level.

Коваленко О.В., Биткін С.В.,
Големба В.Є., Балюра Ю.О.

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ БЕЗПЕКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто роль інформаційно-аналітичних джерел у забезпеченні безпеки функціонування підприємства. Проаналізовано найбільш відомі інформаційно-аналітичні джерела металургійної галузі, їхню структуру та роль в отриманні достовірних даних щодо ситуації на ринку металопродукції.

Ключові слова: інформаційно-аналітична діяльність, джерела інформації, конкуренти, металургійна галузь, ринок металопродукції, конкурентна розвідка, економічна безпека підприємства.

Рассмотрена роль информационно-аналитических источников в обеспечении безопасности функционирования предприятия. Проанализированы наиболее известные информационно-аналитические источники металлургической отрасли, их структура и роль в получении достоверных данных относительно ситуации на рынке металлопродукции.

Ключевые слова: информационно-аналитическая деятельность, источники информации, конкуренты, металлургическая отрасль, рынок металлопродукции, конкурентная разведка, экономическая безопасность предприятия.

Постановка проблеми. З кожним роком роль інформаційно-аналітичної діяльності об'єктивно зростає. Сучасні форми ведення господарської діяльності включають у себе багатофункціональну систему оцінювання загроз та ризиків на підприємстві, що у свою чергу створює необхідність удосконалення методів та інструментів інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємств.

Головну роль в організації ефективної комплексної системи економічної безпеки відіграє інформаційна підсистема, метою якої є формування достатньої сукупності матеріалів та відомостей щодо середовища функціонування підприємства та їх якісна аналітична обробка з метою отримання достовірних даних, необхідних для прийняття ефективних управлінських рішень. Це – основне завдання корпоративної розвідки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи щодо ролі

інформаційно-аналітичних джерел у забезпеченні безпеки функціонування підприємства знайшли своє відображення у наукових працях багатьох вітчизняних та зарубіжних учених, таких як Є.В. Позднишев, І.Т. Муковський, Е.В. Чергенець, А.В. Зайцев, Л.М. Гершензон, І.М. Ножов, Д.В. Панкратов. Питанням конкурентної розвідки та її значенню у забезпеченні безпеки підприємства приділили увагу В.В. Дудихін, О.В. Бур'як, А.І. Доронін, С.В. Биткін, В.М. Литвин, А. Деревиський, Д.В. Зеркалов, В. Платт, Є.Л. Ющук.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у дослідженні ролі інформаційно-аналітичних джерел у забезпеченні безпеки функціонування підприємства.

Виклад основного матеріалу. У звичайному розумінні інформація являє собою різні дані, показники та інші відомості, що сприймаються людиною або

спеціальними пристроями як віддзеркалення фактів матеріального світу у процесі комунікації [1, с. 252].

Інформаційно-аналітична діяльність – це сукупність дій на основі концепцій, методів, засобів, нормативно-методичних матеріалів для збору, накопичення, обробки та аналізу даних з метою обґрунтування та прийняття рішень [2, с. 8].

З метою комплексного забезпечення належного рівня економічної безпеки підприємства в умовах подолання наслідків глобальної фінансово-економічної кризи необхідно гарантувати повне, вчасне та достовірне інформаційно-аналітичне забезпечення.

Головною метою інформаційно-аналітичного забезпечення безпеки підприємства є своєчасне викриття на ранній стадії заходів безпосередньої підготовки певних сил для нанесення економічних збитків підприємству та забезпечення відповідних їм дій, а також добування необхідної інформації для планування, підготовки і проведення заходів з метою недопущення можливих дій [3, с. 7].

Таким чином, інформаційна безпека підприємства може бути визначена як такий стан його інформаційно-аналітичного забезпечення, що здатний мінімізувати вплив зовнішніх та внутрішніх загроз на результати діяльності підприємства, нівелювати ризик втрати господарської стабільності та створити умови для їхнього сталого розвитку [4].

Загалом, інформаційно-аналітичне забезпечення безпеки підприємства – це вид інформаційно-аналітичного забезпечення підприємницької діяльності шляхом добування, обробки і надання керівництву необхідної інформації. Таким чином, завдання аналітика у процесі обробки розрізнених даних та перетворення їх на достовірну інформацію зводяться до:

1) оцінки інформації (визначення ступеня її вірогідності);

2) обробки інформації («очищення» інформації від «шуму» (неупорядкованих, незрозумілих або зайвих відомостей [3, ст. 9]);

3) створення на основі наявної інформації прогнозу розвитку ситуації (на яку дана інформація має або матиме вплив).

У процесі обміну інформацією виділяють такі чотири базових елементи: 1) відправник – суб'єкт, який генерує інформацію і передає її; 2) повідомлення, або інформація, закодована за допомогою символів; 3) канал як засіб передачі інформації; 4) одержувач – суб'єкт, якому призначена інформація, який її отримує і інтерпретує.

Відповідно, і загальний технологічний процес комунікації включає такі чотири операції: 1) підготовка інформації; 2) кодування інформації і вибір каналу; 3) передача повідомлення у вигляді певного сигналу; 4) отримання сигналу і його декодування [1, с. 60].

Належним чином проаналізована інформація та отриманий аналітиком прогноз спрямовуються до адресата (одразу до керівника або спочатку до начальника служби економічної безпеки, а уже потім до керівника), який:

1) дає оцінку проекту розвитку ситуації;

2) здійснює пошук альтернатив;

3) приймає остаточне рішення щодо напрямку використання інформації у процесі діяльності підприємства та вчинення або невчинення ним з її урахуванням певних дій.

Таким чином, ефективність функціонування, тобто можливість виконання поставлених цілей і досягнення мети системи економічної безпеки підприємства, найбільшою мірою залежить від організації інформаційного забезпечення, яке складає основу для прийняття будь-якого рішення, уможливорює контроль за виконанням, передбачає корегування тактики і стратегії не лише для досягнення необхідного для розвитку рівня безпеки, але й отримання і використання додаткових конкурентних можливостей.

Діяльність, пов'язану зі збором та аналізом інформації, можна назвати аналітичною розвідкою. Аналітична

розвідка (AP) – це компонент розвідувальної діяльності, що складається з виявлення, оцінки, прогнозування різних соціальних процесів, подій, заходів на основі відомостей, що отримуються переважно з відкритих джерел [5].

Доступ до інформаційних джерел про основні тенденції ринку і наміри конкурентів може відбуватися шляхом конкурентної розвідки, яка проводиться в межах закону і етичних норм. Вона забезпечує збір і оброблення даних з різних джерел для формування управлінських рішень з метою підвищення конкурентоспроможності організації. Конкурентна розвідка – це постійний процес збору, нагромадження, структурування, аналізу даних про внутрішнє і зовнішнє середовище організації та надання вищому менеджменту інформації для передбачення та своєчасної реакції на зміни у зовнішньому середовищі [6]. Важливою є та обставина, що під час конкурентної розвідки використовуються лише законні методи. Хоча, залежно від виду інформації, яку необхідно отримати, методи конкурентної розвідки можна умовно поділити на цілком законні (забезпечують збір відкритої інформації) та методи, які за своєю формою не порушують норм законів, проте інколи порушують правила чесної конкурентної боротьби (у випадку необхідності доступу до умовно відкритої інформації). До першої групи методів конкурентної розвідки, тобто до законних, належать: вивчення й аналіз публікацій конкурента; дослідження, аналіз та обробка відкритої інформації про нього. До другої групи методів належать бесіди з фахівцями конкурента, курси, запрошення консультантів, переманювання провідних фахівців тощо.

Інформаційна база підприємства має формуватися не тільки на основі показників діяльності, але й інших інформаційних ресурсів. Необхідним є пошук додаткових, нетрадиційних джерел інформації та її аналітична обробка.

Джерелами для збору і аналізу інформації, що необхідна для забезпе-

чення інформаційної безпеки підприємства, можуть бути:

- різні офіційні джерела (офіційні видання, звіти та документи державних чи інших органів і організацій), що містять відкриту інформацію;
- неофіційні джерела, що містять більш-менш достовірну усну чи іншу нетаємну інформацію, що отримується з неформальних контактів із носіями даної інформації;
- конфіденційна інформація, що отримується співробітниками шляхом несанкціонованого доступу до цієї інформації;
- внутрішня інформація щодо усіх аспектів діяльності [7].

Такими джерелами можуть бути також:

- дані результатів соціологічного обстеження;
- науково-технічна інформація (власні і цільові дослідження, конференції, ярмарки);
- інтернет-ресурси – інтернет-торгівля, інтернет-реклама, інтернет-біржі, інтернет-банкінг, інтернет-інвестування.

При роботі з інформацією досить важко одразу знайти потрібні відомості в повному обсязі, так як вони знаходяться в різних джерелах. Тому підходити до пошуку потрібно з позиції рішення розвідувальних задач. Тоді на основі узагальнення зібраних розрізнених фактів можливо зробити корисні висновки щодо проблеми, що цікавить [8, ст. 14].

Досягнення у сфері розвитку високих інформаційних технологій, інформатизація суспільних процесів значно полегшили і розширили доступ до інформаційних ресурсів. Фіксується стала тенденція розвитку високих інформаційних технологій, зокрема мережі Інтернет, розвиток різноманітних сервісів і служб, що зумовлює їх використання при здійсненні аналітичних досліджень.

Саме інтернет-ресурси відіграють важливу роль в оцінці підприємствами чорної металургії своїх конкурентних

позицій на ринках збуту. Аналіз інформації, отриманої з деяких спеціалізованих інтернет-джерел, сприяє розробці шляхів модернізації виробництва, перспективі експорту продукції до тієї чи іншої країни, дозволяє оцінити позиції своїх конкурентів. Пошук інформації про конкурентів має включати в себе:

- проекти по введенню виробничих потужностей в експлуатацію (будівництво нових заводів, цехів, ліній виробництва);

- терміни введення в експлуатацію;
- обсяги інвестування;
- собівартість продукції;
- випуск нової продукції тощо.

Усім цим вимогам відповідають такі зарубіжні та вітчизняні інформаційно-аналітичні сайти, на структурі яких зупинимося детальніше.

- <https://www.steelorbis.com/> Платний ресурс SteelOrbis є унікальним джерелом інформації щодо останніх тенденцій на ринку сталі з щоденними звітами про ціни та аналізом ринку. SteelOrbis був створений в Туреччині, яка відіграє дуже важливу роль на світовому ринку сталі в якості експортера та імпортера. Починаючи з 2005 року, SteelOrbis відкрив підрозділи у США, Китаї та Італії. Тому сайт представлений на турецькій, англійській, китайській та італійській мовах;

- <http://www.platts.com/> Компанія Platts є платним провідним світовим постачальником інформації про енергоносії, продукції нафтохімії, металургії та сільськогосподарства, одним з головних джерел еталонних оцінок по ринках згаданих товарів. Інформаційно-аналітичні продукти, які Platts випускає з 1909 року, допомагають клієнтам у прийнятті максимально зважених рішень, що стосуються торгових та інших ділових операцій, сприяють прозорій та ефективній роботі ринків. Протягом десятиліть компанія користується світовим визнанням як найбільш надійне джерело інформації по енергетичних, металургійних та цукрових ринках. Новини, коментарі, фундамен-

тальні ринкові дані та дослідження, а також тисячі щоденних цінових котирувань, які публікує компанія Platts, широко використовуються в якості еталонних індикаторів на ринках наявного товару і ф'ючерсів.

- <http://www.metalbulletin.com/> Metal Bulletin – один із кращих інформаційних сайтів для фахівців металургійної галузі. Журнал був заснований у 1913 році з метою забезпечення своєчасної інформації, включаючи показники цін на світовому ринку чорного та кольорового металу. Metal Bulletin охоплює усі світові ринки металів та сталі і надає повну інформацію про ціни, експертні коментарі щодо ситуації на ринку та статистику. Представлена інформація щодо чорних та кольорових металів, дорогоцінних металів, руди та сплавів, сировинних матеріалів, вуглецевої сталі, нержавіючої та спеціальної сталі, металобрухту та вторинних матеріалів, вантажоперевезень, ринкових торгів і біржових новин та цін.

- <http://metalexpert-group.com> Метал Експерт – незалежний постачальник новин, аналізу та прогнозів по ринках сталевого прокату і металургійної сировини, що розпочав свою діяльність у 2004 році. Сегменти ринку: сталевий прокат – напівфабрикати, сортовий прокат, листовий прокат, труби, метало-вироби; сировинні матеріали – залізорудна сировина, сталевий брухт, чавун; вугілля; феросплави; нержавіюча сталь; кольорові метали. Базується на ринкових джерелах, але при цьому приділяє велику увагу перевірці та аналізу одержаної інформації. Сайт аналізує великий обсяг статистики і залучає масу інших даних, значну частину яких збирає самостійно. Центральний офіс Метал Експерт знаходиться в Україні, є представництва в Росії, Швейцарії та США;

- <http://www.worldsteel.org/> Всесвітня асоціація сталі (Worldsteel) була заснована як Міжнародний інститут чавуну і сталі 19 жовтня 1967 року. Вона змінила свою назву на Всесвітню асоціацію виробників сталі 6 жовтня 2008 року.

Всесвітня асоціація сталі є однією із найбільших промислових асоціацій у світі та з найбільш динамічним розвитком. Worldsteel представляє близько 170 виробників сталі, національних і регіональних асоціацій у сталеливарній промисловості і науково-дослідні інститути. Учасники Worldsteel представляють близько 85% світового виробництва сталі. Worldsteel виступає в якості координаційного центру для сталеливарної промисловості;

- <http://www.ukrrudprom.com/> «УкрРудПром» – це інформаційно-аналітичний портал, який висвітлює події гірничо-металургійного комплексу та діяльність фінансово-промислових груп, бізнес яких пов'язаний із найбільшою галуззю промисловості – металургією. Сайт пропонує своїм відвідувачам щоденні новини, присвячені значущим для галузі та економіки подіям: новини підприємств, виробничо-фінансові показники, зміни у законодавстві, ситуація на вітчизняному та світовому ринках залізничної сировини та чорних металів, динаміка попиту, кон'юнктура цін, а також ексклюзивні аналітичні матеріали галузевих журналістів та спеціалістів ГМК;

- <http://www.expert.kiev.ua/> Укрпромзовнішекспертиза є провідною компанією України з вивчення українських та міжнародних ринків, підготовки рішень з розвитку бізнесу, дослідження промисловості та промислової політики. Діяльність підприємства почалася у 1993 році й успішно продовжується нині. До компетенцій ДП «Укрпромзовнішекспертиза» належать консультування з питань розвитку бізнесу, маркетингові дослідження, складання бізнес-планів, ТЕО та інвестиційних меморандумів, проведення кон'юнктурних цінових досліджень тощо. Частина робіт випускається на постійній основі у вигляді періодичних видань, які забезпечують клієнтів актуальною інформацією про оперативні зміни в ринковому середовищі. Зокрема, такі періодичні видання, як «Дайджест цін товарів на світових

ринках» і «Ринок стали: аналітика, прогнози, сценарії», були затверджені постановою Кабінету Міністрів офіційними джерелами інформації для цілей трансфертного ціноутворення.

- <http://dzi.gov.ua/> Державне підприємство «Державний інформаційно-аналітичний центр моніторингу зовнішніх товарних ринків» здійснює підготовку аналітичної інформації про рівень цін на відповідних ринках, проведення маркетингових досліджень, перевірку відповідності цін існуючій кон'юктурі ринку товарів, робіт, послуг, прав інтелектуальної власності. Свою роботу підприємство розпочало у 1991 році. Головний офіс знаходиться у Києві.

Усі ці спеціалізовані інформаційні агентства та багато інших висвітлюють новини, розглядають проблеми та перспективи позиціонування металовиробників на світових ринках у своїх аналітичних статтях. Аналізуючи інформацію, отриману з новин на цих сайтах (які представлені у вільному доступі, тобто безкоштовно), та завдяки платній підписці на розсилку новин аналітики та фахівці з чорної металургії можуть оцінити конкурентну позицію того чи іншого підприємства на ринку.

У процесі підготовки аналітичної інформації максимальна увага приділяється постійному моніторингу зовнішніх інформаційних потоків з метою отримання експертами нової та інколи дуже неочікуваної для них інформації. Прийняття ефективних рішень залежить від постійного аналізу інформації щодо змін зовнішнього середовища. Так, аналізуючи дані товарної структури зовнішньої торгівлі, представлені Державною службою статистики України (Держстат), можна зазначити, що експорт товарів за січень-липень 2015 р. склав 21 млрд 679,6 млн дол. Порівняно з січнем-липнем 2014 р. експорт скоротився на 34,8% (на 11 млрд 590,8 млн дол.). Зокрема, експорт продовольчих товарів скоротився на 16% – до \$7,6 млрд, мінеральних про-

дуктів – на 54% – до \$1,7 млрд, хімії – на 37% – до \$1,5 млрд, деревини – на 25% – до \$0,9 млрд, промислових виробів – на 32% – до \$0,3 млрд, металів – на 42% – до \$5,7 млрд і транспорту – на 51% – до \$1,7 млрд [9].

Загалом, структура експорту українських товарів у січні-липні 2014–2015 рр. наглядно представлена на рисунку 1.

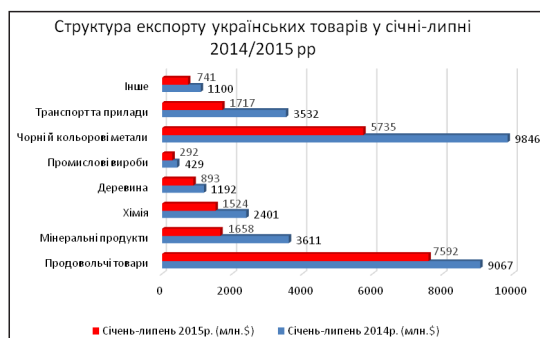


Рис. 1. Структура експорту українських товарів у січні-липні 2014–2015 рр.

Динаміка 2014 року суттєво змінила структуру експорту від Митного союзу/ Росії до ЄС та від важкої промисловості до продовольчих товарів. Через посилення російської агресії і падіння економіки зростання експорту до ЄС у 2014 р. відбувалося значно меншими темпами, ніж очікувалося. У 2015 році ця тенденція посилилася. Так, обсяг експорту товарів до країн ЄС у січні-липні 2015 р. склав 7 млрд 156,3 млн дол., або 33,0% від загального обсягу експорту, і зменшився порівняно з аналогічним періодом 2014 р. на 33,9%.

Позитивними чинниками, що впливають на експорт, можна назвати такі:

- сильна девальвація та вища міжнародна конкурентоспроможність;
- безмитний доступ на ринок ЄС завдяки автономним торговельним преференціям.

Але разом з тим визначальними є негативні чинники, а саме:

- недостатнє відшкодування ПДВ експортерам;
- економічна слабкість регіону, особливо Митного союзу;

- суттєве зростання протекціонізму з боку Росії, особливо щодо України.

Уряд має враховувати ці зміни та відповідно пристосовувати торговельну політику завдяки усуненню негативних внутрішніх чинників, особливо неефективної системи відшкодування ПДВ, що є ключовою проблемою для експортерів; стимулювати експорт до країн ЄС через запровадження міжнародних стандартів; створити цілісну систему стимулювання експорту, яка б зосереджувалася на майбутніх можливостях, а не на минулому.

Економічний розвиток сектора чорної металургії України значною мірою залежить від кон'юнктури – стану та динаміки розвитку світового ринку металопродукції, перспектив міжнародного співробітництва та процесів міжнародної інтеграції. Це пояснюється тим, що Україна входить до десятки найбільших світових країн – виробників сталі і у 2014 р. посіла серед них десяту позицію (рис. 2), хоча ще у 2011 р. займала сьому.

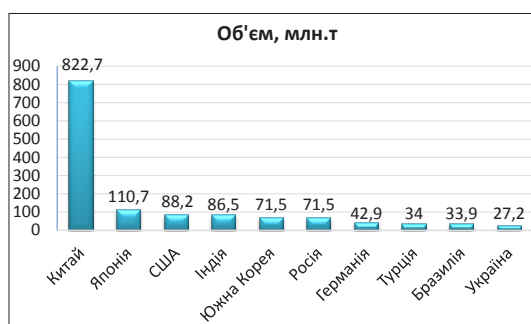


Рис. 2. Десять найбільших країн – виробників сталі у світі у 2014 р. [10]

Як видно на рисунку 2, Китай лідирує серед країн – виробників сталі. Конкуренція з боку китайських металургів стає дедалі жорсткішою. Споживання металопродукції у Китаї вперше за тривалий час скоротилося у 2014 р. на 3% (до 740 млн т). Тому надлишковий прокат китайські компанії спрямовують на експорт, збиваючи ринок, у тому числі й українським постачальникам. Ескалація воєнних конфліктів та інші глобальні проблеми призводять до уповільнення

зростання світової економіки, що також впливає на обсяги замовлень на металопрокат.

Загалом, за даними World Steel Association (WSA), світове виробництво сталі за 2014 р. збільшилося на 1,2% порівняно з 2013 р. і досягло 1,662 млрд т. Найбільший ріст виробництва сталі спостерігався на Близькому Сході. Тут темпи зростання склали 7,7%.

У 2014 р. до країн Близького Сходу було експортовано основну частку української металопродукції (близько 8 млн т). Проте попит на металопродукцію у цих країнах дещо знизився. На це головним чином впливають 2 фактори. По-перше, після зниження цін на нафту країни MENA (Middle East and Northern Africa) пригальмували розвиток інфраструктурних проектів, так як планувалося їх частково фінансувати завдяки надходженням від продажу нафти (через збільшення видобутку «чорного золота» Іраном і відмову від скорочення видобування Саудівською Аравією ціни на нафту марки Brent опустилися напередодні нижче \$44 за барель). По-друге, багато близькосхідних країн посилено розвивають власну металургійну промисловість, через що попит на імпортований метал скорочується (рис. 3).

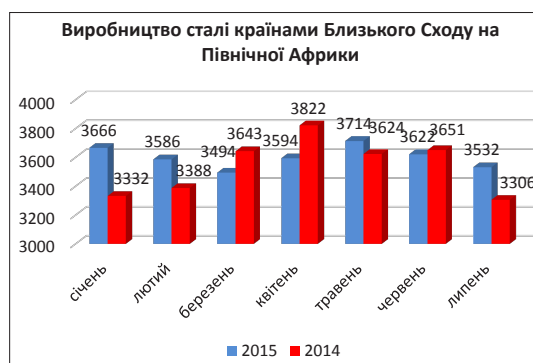


Рис. 3. Динаміка виробництва сталі країнами Близького Сходу та Північної Африки за перші 7 місяців 2014 та 2015 рр. [11]

В останні роки у близькосхідну металургійну галузь знову пішли досить великі інвестиції. В Ірані, Іраку, Саудів-

ській Аравії, ОАЕ, Катарі, Омані, Єгипті, Алжирі будуються, розширюють продуктивність або проектується кілька десятків сталеливарних і прокатних підприємств сукупною потужністю близько 40-50 млн т на рік. Згідно з оприлюдненими планами інвесторів усі вони можуть вступити в дію до 2018 року.

Втім, уже зараз введення в дію нових заводів сприяло різкому скороченню імпорту сталі в Іран і ОАЕ, які ще у 2007–2008 рр. закуповували за кордоном по 12-13 млн т на рік, а тепер зменшили ці обсяги в кілька разів (хоча, звичайно, тут чималу роль зіграли міжнародні санкції щодо Ірану і крах дубайського ринку нерухомості в ОАЕ).

Компанії Emirates Steel Industries і Qatar Steel, що володіють правом безмитних продажів своєї продукції у країні Перської затоки, успішно витісняють з цього ринку постачальників довгомірного прокату з інших країн, чий прокат обкладається 5% тарифом. Emirates Steel Industries у 2015 році планує вийти на рівень 5,5 млн т на рік, причому до її асортименту увійде не тільки довгомірний, але і плоский прокат. Qatar Steel в липні 2013 року запустила нову електродугову піч, яка збільшила його продуктивність до 3 млн т сталі на рік. Проте Катар реалізує велику і вкрай амбітну програму підготовки до чемпіонату світу з футболу 2022 року, що свідчить про підвищення попиту на металопродукцію.

Попит на сталь на внутрішньому ринку Ірану залишається незмінним. Водночас місцеві виробники сталі планують збільшити обсяги експорту матеріалу в Ірак і Афганістан. Крім того, країна готова поставляти сталь в Європу, розглядаючи її в якості основного напрямку експорту після зняття санкцій. За період з січня по квітень 2015 року Іран експортував 1,2 млн т сталі. У 2014 році країна виробила сумарно 16,9 млн т сталі, відправивши на міжнародний ринок при цьому 2,5 млн т.

Іран також почав будівництво великого металургійного комбінату Mokran

Major Steel Complex у портовому місті Chabahar, розташованому в затоці Омана недалеко від кордону з Пакистаном. Спеціалізація комбіната – катанка і г/к листовий прокат (Trade Arabia). Інвестиції у проект, учасниками якого є державна компанія Iranian Mines and Mining Industries Development and Renovation Organization (IMIDRO), БЕЗ Чахбехар і група приватних інвесторів, складуть \$4,3 млрд. Будівництво буде завершено через три роки. Перша черга передбачає запуск виробництва губчастого заліза в обсязі 1,6 млн т на рік. До кінця 2018 року передбачається ввести в дію й інші об'єкти – фабрику з виготовлення окатишів, сталеплавильний комплекс і прокатні стани. Обсяг виробництва складе 3,2 млн т сталі на рік. Метою проекту заявлені забезпечення поставок сталевих прокатів і металургійної сировини для задоволення внутрішніх потреб Ірану, а також експорт металопродукції.

У Саудівській Аравії у 2013 році стартував виробничий комплекс South Steel Company (SOLB) з річною продуктивністю 1 млн т сталі і 500 тис. т прокату на рік. Компанія Al-Tuwairqi Group приблизно у цей же час запустила другу електродугову піч на своєму комбінаті NASCO, що довело його потужність до 2,5 млн т сталі на рік і дозволило істотно скоротити закупівлі напівфабрикатів. Розширення виплавки металу на 1 млн т на рік планує і ще одна саудівська компанія – Rajhi Steel. Попит на прокат знизився також через дефіцит бюджету і воєнне протистояння з Єменом. Багато проектів, для реалізації яких потрібен прокат, були відстрочені.

В Іраку анонсовані або вже реалізуються щонайменше чотири проекти будівництва нових металургійних підприємств або модернізації наявних. Сукупна потужність цих проектів оцінюється більш ніж у 2,5 млн т сталі і 2 млн т довгомірного прокату на рік.

Безумовно, Ірак і країни Перської затоки зможуть зменшити потреби в імпортованих заготовках і готовому прокаті.

Щодо ринку залізничної сировини, гірничо-металургійні підприємства України в січні-серпні 2015 року в умовах значного падіння цін на ЗРС у світі скоротили виручку від експорту цієї продукції на 37,9% порівняно з аналогічним періодом минулого року – до 1,471 млрд дол. з 2,370 млрд дол. Основними покупцями українського ЗРС були Китай – 46,6% виручки, Чехія – 9,9%, Польща – 10,4%. Основними конкурентами України є гірничорудні компанії із Австралії і Бразилії, т.зв. компанії «Великої трійки» (BHP Billiton, Rio Tinto Group і Vale). За рахунок низької собівартості виробництва і логістичних переваг з доставки у Китай вони ведуть агресивну політику зі збільшення об'ємів своїх продажів ЗРС і витісненню українських виробників. Крім того, якісні показники сировини, що добувається в Бразилії та Австралії, значно кращі, а нашим підприємствам ще потрібно нести значні витрати на збагачувальні роботи.

У зв'язку з цим постає питання: як українським металовиробникам утримати свої позиції на регіональному та світовому ринках? Саме інформаційно-аналітичні джерела здатні допомогти аналітикам та експертам оцінити позиції своїх конкурентів та виявити нові ніші на ринках, використовуючи законні методи конкурентної розвідки.

На думку В.Л. Мазура, металургійні підприємства країни порівняно з розвиненими країнами світу характеризуються істотним технологічним відставанням і підвищеною енергоємністю. На галузь тисне як знос основного технологічного обладнання, так і нарощування сучасних металургійних потужностей у світі. Сьогодні українські металургійні підприємства «з технічної причини» не в змозі ефективно конкурувати на глобальних ринках сталі навіть за наявних обсягів виробництва, не кажучи вже про планований приріст виплавки [12].

Тому ефективна стратегія розвитку галузі в сучасних умовах повинна вжити такі основні заходи, які дозволять істотно підвищити енергоефективність:

- застосування сучасних технологій та обладнання, створення гнучких технологій наскрізного виробництва сталі з використанням агрегатів позапічної обробки чавуну та сталі;

- удосконалення технологічних процесів, заміна мартенівської технології виплавки сталі технологією конверторної виплавки і впровадження технологій доменної плавки чавуну із вдмухуванням гарячих поновлюваних газів на холодному технологічному кисні й пиловугільній суміші;

- використання домішок пилоподібного вугілля в доменному виробництві;

- структурна перебудова галузі з переходом на інноваційний шлях розвитку;

- підтримка ефективно працюючих виробничих потужностей та розвиток сировинної бази чорної металургії;

- збалансований розвиток взаємопов'язаних підгалузей гірничометалургійного комплексу [13].

У більшості країн інформаційно-аналітична діяльність – розвинена сфера бізнесу, що приносить значні прибутки. Відстеження кон'юнктури ринку, нових продуктів чи послуг, стратегії і планів реальних і потенційних конкурентів – неодмінний атрибут поважаючої себе фірми [8, ст. 15].

Будь-яка організація (комерційна або некомерційна) при заключенні угод постійно підлягає ризику бути дезінформованою щодо суб'єкту угоди, його реальних намірів та умов заключення договорів. Аби цьому запобігти,

на етапі переддоговірної роботи необхідно ретельно вивчити комерційну біографію партнера, його економічну спроможність, добросовісність, авторитет та інші фактори діяльності, які можуть вплинути на ту чи іншу сторону майбутніх ділових відносин.

Збір відомостей для ділових переговорів і виявлення ненадійних партнерів по бізнесу може забезпечити керівництво організації від перспективи мати несприятливі економічні або юридичні наслідки через недобросовісні дії контрагентів. Збір інформації також дозволяє «відсіяти» ненадійних партнерів по бізнесу ще до вступу з ними у переговори (наприклад, завдяки даним про банкрутство компанії чи невиплачені кредити). Крім того, під час проведення переговорів, завдяки зібраній та належним чином проаналізованій інформації, керівництво може оперувати фактами і даними щодо іншої сторони, що може принести підприємству більші вигоди.

Висновки. Як бачимо, інформаційно-аналітичні джерела в системі управління підприємством відіграють дуже важливу роль. Належний моніторинг та аналіз інформації, визначення причин, джерел, характеру, інтенсивності впливу загрозливих факторів на потенціал виробництва, зважене прийняття керівництвом компанії управлінських рішень на основі ефективно функціонуючої системи інформаційної безпеки дозволять забезпечити належний рівень економічного розвитку підприємства.

Бібліографічний список:

1. Економічне управління підприємством : навч. посіб. / А.М. Колосов, О.В. Коваленко, С.К. Кучеренко, В.Г. Бикова ; за заг. ред. А.М. Колосова. – Старобільськ : Вид-во ЛНУ ім. Т. Шевченка, 2015. – 352 с.
2. Быткин С.В., Литвин В.М. Конкурентная разведка во внешнеэкономической деятельности: инженерно-экономические методы / С.В. Быткин, В.М. Литвин. – Х. : Фактор, 2015. – 240 с.
3. Чергенець Е.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення безпеки підприємництва (збір та пошук інформації) / Е.В. Чергенець, А.В. Зайцев, Є.В. Позднішев // Навчальний посібник. Книга 2 / За заг. ред. Є.В. Позднішева. – К. : Видавець Позднішев, 2007. – 74 с.
4. Копелев І.Ю. Інформаційні загрози: суть і проблеми / І.Ю. Копелев, М.О. Живко // Системи обробки інформації. – 2010. – Вип. 3.
5. Бурьяк А.В. Аналитическая разведка [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.e-reading.club/bookreader.php/1017064/Buryak_-_Analiticheskaya_razvedka.html.

6. Ткачук Т. Характерні особливості конкурентної розвідки та промислового шпигунства / Т. Ткачук // Персонал. – 2007. – № 2. – С. 72-78.
7. Захаров О.І. Інформація в управлінні системою економічної безпеки підприємства / О.І. Захаров // Вчені записки Університету «Крок». – 2009. – № 19. – С. 177-186.
8. Дудихин В.В. Конкурентная разведка в Интернет / В.В. Дудихин, О.В. Дудихина. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ООО «Издательство АСТ» : Издательство «НТ Пресс», 2004. – 229, [II] е.: ил.
9. Зовнішньоекономічна діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. World Steel Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.worldsteel.org/dms/internetDocumentList/bookshop/2015/World-Steel-in-Figures-2015/document/World%20Steel%20in%20Figures%202015.pdf>.
11. World Steel Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.worldsteel.org/statistics/crude-steel-production.html>.
12. Інформаційне агентство МІНПРОМ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minprom.ua/articles/97345.html>.
13. Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Сучасний менеджмент: проблеми теорії та практики» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ktu.edu.ua/uploads/files/konferentsyi/2015/menedzhm2015.pdf>.

Kovalenko O.V., Bytkin S.V., Golemba V.E., Balyura Y.O.

THE ROLE OF INFORMATION-ANALYTICAL SOURCES IN SECURITY ENFORCEMENT OF ENTERPRISE

The role of information-analytical sources in the security enforcement of the enterprise is considered. The most known information and analysis sources of steel industry, its structure and role in receiving of reliable figures about steel products market situation is analyzed.

It established that the information subsystem whose purpose is to develop sufficient aggregate data and information about the enterprise business environment and quality analytical treatment to obtain reliable data needed for effective management decisions plays the main role of efficient integrated system of economic security. This is the main task of corporate intelligence. Competitive intelligence is ongoing process based only on legal methods of gathering, accumulation, structuring and analysis of data about internal and external environment of the organization and providing information to senior management foresight and timely reaction to the environment changes.

In the preparation of analytical information great attention is paid to continuous monitoring of external information flows aiming to give the experts new and sometimes very unexpected for them information. Making viable decisions depends on constant analysis of information about external environment changes.

It proved that online resources are very important in assessing the iron and steel enterprises their competitive position in the market. Proper monitoring and information analysis from some specialized Internet sources, determine the causes, sources, nature and intensity of threatening factors influence on production capacity, deliberate management decision making of company management based on effectively operating information security system provides development of the ways of production modernization, exports opportunities, allows to assess the competitive environment and ensure proper economic business development.

Keywords: information and analytical activity, information sources, competitors, metallurgical branch, steel market, competitive intelligence, economic security.

Неізнстна В.С.

ФОРМУВАННЯ СТІЙКОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ НА ОСНОВІ КОМПЛЕКСНОГО МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ

Статтю присвячено розробці заходів щодо ефективного використання внутрішніх ресурсів рекреаційних підприємств в контексті забезпечення їх стійкого функціонування. Здійснено аналіз різних рекомендацій щодо визначення стійкого функціонування підприємств та запропоновано методичний підхід на основі внутрішніх ресурсів та зовнішніх ресурсів. Доведено, що запропонований підхід дасть можливість оцінити фактори, що впливають на формування стійкого функціонування рекреаційного комплексу дасть змогу сформулювати механізм адаптації в умовах змін зовнішнього середовища таким чином, забезпечить перевагу надаваних рекреаційних послуг порівняно з послугами конкурентів, визначить найбільш ефективні стратегічні зони господарювання з урахуванням внутрішніх ресурсів рекреаційних підприємств.

Ключові слова: рекреаційний комплекс, стійке функціонування підприємств, методичний підхід, зовнішні та внутрішні ресурси підприємства.

Статья посвящена разработке мероприятий по эффективному использованию внутренних ресурсов рекреационных предприятий в контексте обеспечения их устойчивого функционирования. Осуществлён анализ различных рекомендаций по определению устойчивого функционирования предприятий и предложено методический подход на основе внутренних ресурсов и внешних ресурсов. Доказано, что предложенный подход позволит оценить факторы, влияющие на формирование устойчивого функционирования рекреационного комплекса позволит сформировать механизм адаптации в условиях изменений внешней среды таким образом, обеспечит преимущество предоставляемых рекреационных услуг по сравнению с услугами конкурентов, определит наиболее эффективные стратегические зоны хозяйствования с учетом внутренних ресурсов рекреационных предприятий.

Ключевые слова: рекреационный комплекс, устойчивое функционирование предприятий, методический подход, внешние и внутренние ресурсы предприятия.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.

Кримський регіон, незважаючи на свій значний рекреаційний потенціал, займає скромне місце на світовому ринку рекреаційних послуг. На долю півострова припадає менше половини відсотка від загального обсягу таких послуг, в той час як рекреаційний комплекс АР Крим представляє різні види оздоровлення та відпочинку та має усі необхідні природні ресурси для стійкого функціонування, тому може і повинен стати пріоритетним напрямом в економіці регіону.

Становлення рекреаційного комплексу АР Крим досліджувалось різними вченими пропонувались різні методичні рекомендації щодо його стійкого функціонування на основі конкурентних позицій екологічних та економічних ресурсів. Не зважаючи на це поки що рекреаційний комплекс АР Крим функціонує на досить низькому рівні та не відповідає Європейським стандартам. Виникає необхідність в розробці методичного підходу на основі дослідження внутрішніх та зовнішніх ресурсів рекреаційних підприємств, що дасть змогу

оцінити їхнє функціонування на ринку послуг.

Мета статті: здійснити аналіз різних підходів до визначення стійкою функціонування рекреаційного комплексу та запропонувати методичний підхід за результатами якого встановити актуальні напрямки щодо підвищення якості рекреаційних послуг, їх насиченість, збереження стійкості існуючої іміджевої політики та зниження витрат на собівартість послуги а також оптимального використання внутрішніх ресурсів за для стійкого функціонування підприємств рекреаційного комплексу.

Основні результати дослідження. На сьогодні, рекреаційна сфера формується як самостійна індустрія, нова складова економічної системи. Розвиток рекреаційної індустрії припускає безперервний пошук оптимального співвідношення між освоєнням природних ресурсів і відновленням їхніх властивостей, між збереженням унікальних природних зон і задоволенням потреб населення у відпочинку. Рекреаційний комплекс АР Крим розглядається як сукупність зв'язаних між собою галузей і підприємств господарського комплексу, діяльність яких спрямована на задоволення потреб у санаторно-курортному лікуванні, реабілітації, оздоровленні й відпочинку громадян України, близького та далекого зарубіжжя, а також на створення конкурентоспроможного санаторно-курортного й туристичного продукту на основі ефективного й раціонального використання природних, соціально-культурних і виробничо-економічних ресурсів регіону [3, с. 7]. Складність економічних відносин на етапі функціонування сучасного підприємства покладає на нього різноманітність виконання ним функцій, його стійке функціонування визначається багатьма складовими, поліпшення кожної з яких сприятиме найбільш повному завантаженню усіх потужностей та ресурсів, відновленню якісного, конкурентоспроможного продукту, що дозволить створити передумови

сталого функціонування підприємства [1, с. 65].

Вважаємо, що взаємодія усіх складових стійкості підтримується та забезпечується, більшою мірою, сукупністю достатнього обсягу фінансових ресурсів, раціоналізацією джерел їхнього формування та напрямів використання, що дозволить підвищити ефективність діяльності підприємства у сучасних умовах господарювання, в цілому, та сприятиме підвищенню фінансової стійкості підприємств, зокрема, як головної умови стійкого функціонування рекреаційних підприємств. Різні дослідники пропонують як різні підходи так і різні методи оцінки. Але єдиного підходу до оцінки стійкості досі немає. Тому в якості основного підходу до оцінки стійкості функціонування рекреаційного комплексу ми вважаємо правильним застосовувати комплексний, що є найбільш доцільним для динамічного аналізу взаємозв'язків усіх ресурсних складових підприємства за для формування загальної стійкості. Методика комплексної оцінки дозволяє уникнути використання зайвої кількості показників, що може призвести до порушення ієрархії взаємозв'язків між складовими стійкості функціонування підприємства. Вона оцінює досягнуту стійкість господарської діяльності, виявляє чинники її змін, невикористаних можливостей і резерви підвищення.

Деякі показники комплексної оцінки стійкості функціонування підприємств наведені в таблиці 1. Більшість методичних підходів щодо визначення стійкого функціонування курортно-рекреаційних комплексів регіонів або регіональних ринків курортно-рекреаційних послуг ґрунтується на порівняльній оцінці конкурентних позицій територій-конкурентів по групах параметрів, приділяючи значну увагу природно-ресурсному потенціалу (зокрема кліматичним умовам) курортних регіонів як основоположного чинника формування стійких переваг. Проте, як показує практика, на розвиток і відповідно

формування стійкого функціонування курортно-рекреаційного комплексу значно впливають структурні елементи так званої неявної інфраструктури, які мають допоміжну і додаткову спрямованість при наданні основних послуг.

Так, Страйкова Н.В., оцінюючи стійкість регіональних ринків рекреаційних послуг, застосувала основні положення теорії геомаркетингу, відповідно до якої „ключовий аспект діяльності в рекреаційному маркетингу країн і регіонів, – цілеспрямоване формування, позитивний розвиток і просування іміджу рекреаційної території», який оцінюється „за допомогою комплексного показника сприятливості території: частка ВВП на душу населення, рівні забезпечення населення виробничими, трудовими і людськими ресурсами [5, с. 40]».

Український вчений Бережна І.В. розділяє точку зору Міхуринської К.О. і визначає структуру рекреаційно-екологічного комплексу, яка складається з „сукупності підприємств з найрізноманітнішими функціями, які відповідно до КВБД належать до тих або інших видів економічної діяльності. При цьому кінцевою метою їх функціонування є створення рекреаційної послуги на основі використання рекреаційного потенціалу з метою отримання

прибутку або досягнення соціальної або екологічної ефективності [1, с. 13]». Правильне формування методики дасть змогу окреслити сукупність практичних проблем функціонування підприємства, об'єктивно оціни рівень їх стійкості, що слугитиме основою для обґрунтування перспективи напрямів її забезпечення.

Як вже зазначалось стійке функціонування підприємства залежить від адекватного реагування на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, таким чином підприємство повинно бути здатним [2, с. 19]: здійснювати макроекономічний аналіз ситуації у країні та за її межами; своєчасно виявляти актуальні потреби і запити потенційних клієнтів; аналізувати економічну кон'юнктуру ринків, факторів виробництва, а також діяльність груп стратегічного впливу; генерувати конкурентоспроможні ідеї та їхню реалізацію в процесі виробництва товарів і послуг, просування їх на ринку; забезпечувати максимально можливу незалежність фірми від змін кон'юнктури ринків товарів і факторів виробництва, фінансових ринків за рахунок гнучкості виробничої системи; підтримувати конкурентний статус фірми; забезпечувати внутрішню гнучкість фірми; прагнути

Таблиця 1

**Аналіз оцінки функціонування рекреаційного комплексу
як інструмента формування стійкого статусу рекреаційних підприємств**

№	Автор підходу	Зміст методичного підходу	Показники оцінки
1	Бейлик О.О.	Бальна оцінка ресурсно-рекреаційного рейтингу	Ресурсно-рейтингова оцінка територій здійснюється на основі ряду рекреаційно-туристських ресурсів: – оцінка суспільно-географічного положення – оцінка природно-антропогенних РТР (площа природоохоронних територій); – оцінка архітектурно-історичних РТР (кількість архітектурно-містобудівних споруд); – оцінка інфраструктурних РТР (кількість установ оздоровлення й відпочинку, туристичних готелів); – оцінка біосоціальних РТР (кількість найзначніших біосоціальних і недовірих ресурсів)

2	Кравченко Н.О.	Комплексна оцінка ефективності організації рекреаційного господарства	Оцінка здійснюється за такими модулями: ресурсно-екологічний (природні умови і ресурси, умови і ресурси розвитку рекреаційного господарства антропогенного походження, екологічні), соціально-демографічний (визначення обсягу потреб населення регіону в санаторно-курортному обслуговуванні, оцінювання ролі трудових ресурсів у функціонуванні рекреаційного господарства, співвіднесенні рекреаційного потенціалу території з мережею поселенім, аналіз інших соціально-демографічних особливостей регіону), економічно-інфраструктурний (характерне для розміщення господарських об'єктів регіону, визначені рівня використання економічних переваг регіону у розміщенні об'єктів рекреаційного господарства), управлінський (виявлені особливостей регіонального менеджменту та їх ролі у розвитку рекреаційного господарства)
3	Мокляк А.В.	Система методів, що визначають ступінь привабливості рекреаційних ресурсів	1. Методи, які ґрунтуються на вторинній інформації статистичні дані, картографічна інформація); 2. Методи зі збору первинної інформації (анкетні дослідження, методи нагляду та інтерв'ювання)
4	Страчкова Н.В.	Метод гео-маркетингових досліджень стійких конкурентних позицій регіональних рекреаційних ринків, оснований на використуванні шкал бальних ОЦІНОК	Оцінка рекреаційних територій здійснюється по групах параметрів, що представляють характеристику регіональних ринків рекреаційних послуг: – фізико-географічні параметри (кліматична, ландшафтна і медико-біологічна характеристика території), – соціо-економічно-географічні (суспільно-географічне положення, транспортна доступність, рівень розвитку інфраструктури, рекреації в цілому, трудовий потенціал), – економічні (рівень економічного розвитку території, рівень цін на рекреаційні послуги, попиту і пропозиції, сезонні коливання). Підхід застосовується для оцінки конкурентних позицій регіону на внутрішньому і міжнародному ринку
5	Калькова Н.М.	Кількісна і якісна оцінка та конкурентоспроможності регіональних ринків рекреаційних послуг з урахуванням лікувально-профілактичної орієнтації	Оцінка конкурентоспроможності здійснюється за такими групами параметрів: – географічний елемент (3 параметри), – рівень криміногенності (3 параметри), – екологічний елемент (3 параметри), – демографічний (5 параметрів), – економічний (16 параметрів, зокрема враховує інвестиції в основний капітал), – соціальний (7 параметрів), – культурно-історичний елемент (4 параметри)

досягти належного рівня стійких конкурентних позицій товарів і послуг; гарантувати високу ефективність функціонування фірми за рахунок раціонального використання своїх інвестиційних можливостей; постійно дбати про розробку та реалізацію ефективної стратегічної програми технічного і соціального розвитку фірми.

Визначати стійкий статус рекреаційного комплексу доцільно, виходячи з позиції оцінювання складових зовнішніх ресурсів інформаційних, якісних, кон'юнктурних, сервісних, іміджевих, збутових та цінових), а також внутрішніх ресурсів (фінансових, маркетингово-інформаційних та виробничих)

Як уже зазначалося, не існує єдиних підходів і методів визначення стійкого функціонування. Саме тому, на наш погляд, особливої актуальності набуває необхідність розробки такого методичного підходу до визначення стійкого

статусу підприємств галузі, який враховував би, з одного боку, внутрішні переваги функціонування підприємств галузі, а з іншого – можливі комбінації критеріїв привабливості сегмента господарювання, тобто зовнішні переваги. Проблема співвимірності та зіставності зовнішніх і внутрішніх ресурсів рекреаційних підприємств зумовлює необхідність формування методичного підходу, за якого можна було б уніфікувати показники складових визначених переваг та підвищити якість їхньої інтерпретації. Тому доцільним може бути поєднання коефіцієнтного методу та методу експертних оцінок для забезпечення адекватності даних при формуванні уніфікованої матричної моделі визначення цілісного характеру стійкого функціонування підприємства.

Відповідно до запропонованого методичного підходу визначення стійкого статусу рекреаційних підприємств



Рис. 1. Методичний підхід до визначення стійкого функціонування рекреаційних підприємств

складовими зовнішніх переваг визначені: інформаційні, кон'юнктурні, якісні, сервісні, іміджеві, збутові та цінові; до внутрішніх переваг віднесені виробничі складові фінансові та маркетингові (див. рис. 1).

На першому етапі оцінки ефективності використання ресурсів за для стійкого формування виробничого пронесу виділили головні показники які характеризують стан та ефективність виробничих ресурсів, якими являються показники майнового стану, ділової активності а також показники ефективного управління людським капіталом; фінансові ресурси: коефіцієнт покриття витрат СФ, темпи росту доходу СФ, коефіцієнт концентрації власних доходів в загальних доходах підприємства коефіцієнт бюджетного покриття витрат ЗФ, темпи росту доходу ЗФ; маркетингові ресурси: коефіцієнт ефективності реклами та збуту, темпи росту об'єму реалізованих послуг, коефіцієнт затоварювання, відсоток постійних клієнтів.

Запропонований методичний підхід розглядається нами в аспекті можливого визначення стану не тільки досліджуваних рекреаційних підприємств,

а й галузі в цілому, тому, крім обчислення значень коефіцієнтів внутрішніх ресурсів (переваг) досліджуваних підприємств, необхідно встановити вагу кожного з коефіцієнтів з подальшим урахуванням і їхнього значення, і ваги у структурі внутрішніх переваг. Це гарантуватиме адекватнішу оцінку при побудові матриці стійкого статусу досліджуваних рекреаційних підприємств.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Виходячи з принципів методичного підходу щодо встановлення стійкого функціонування рекреаційних підприємств, встановлено актуальні напрями щодо підвищення якості рекреаційних послуг, їх насиченість, збереження стійкості існуючої іміджевої політики та спрямування зусиль на зниження витрат виробництва послуги, встановлено залежність фінансової мотивації персоналу щодо кінцевого результату надання послуг, швидку адаптацію в умовах змін зовнішнього середовища, забезпечення переваг надаваних послуг порівняно з послугами конкурентів, визначення найбільш ефективних стратегічних зон господарювання.

Список використаних джерел:

1. Азарова А. О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства : монографія / А. О. Азарова, О. В. Рузакова. – Вінниця : ВІТУ, 2010. – 172 с.
2. Багрова Л.А., Бережна І.В., Богданов Н.Н. та ін. Концепція розвитку курортно-рекреаційного і туристського комплексу Криму – Сімферополь: Таврія. – 2004. – 416 с.
3. Кобанець Л.О. Концепція управління розвитком рекреаційної діяльності: Монографія / Кобанець Л.О. – ПАН України. Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2007. – 192 с.
4. Левковська Л.М. Стан і перспективи розвитку туризму та санаторно-курортного комплексу в Криму / Л.М. Левковська // Економіка України. – 2009. – №4. – С. 11-14.
5. Стратегия экономического и социального развития Автономной Республики Крым на 2011-2020 годы [Електронний ресурс. – Режим доступу : www.invest-crimetia.gov.ua
6. Цьохла С. Ю. Трансформація рекреаційної діяльності та розвиток регіональних ринків курортно-рекреаційних послуг (методологія, аналіз і шляхи вдосконалення) / Цьохла С. Ю. – Сімферополь: Таврія, 2008. – 354 с.
7. Яковенко И. М. Стратегическое видение развития туристско-рекреационного комплекса АР Крым / И. М. Яковенко / Экономика Крыма. – 2010. – №3. – С. 11-16.

Neizvestna V.S.

FORMATION OF SUSTAINABLE ENTERPRISES RECREATIONAL COMPLEX

As already noted, there is no uniform approaches and methods for determining sustainable operation is why, in our opinion, of particular relevance becomes necessary to develop such a methodical approach to determining sustainable status of the industry, which would consider on the one hand, the benefits of the internal functioning of the industry, and the other – the possible combinations of criteria attractiveness of segment management, external benefits.

Problem spiwymirnosti and comparability of internal and external resources, recreational enterprises necessitates formation methodical approach by which to unify performance components defined advantage and improve the quality of their interpretation. Therefore, it may be appropriate combination coefficient method and the method of peer reviews to ensure the adequacy of the data in the formation of a unified matrix model definition holistic nature of sustainable operation of the business.

Supportive assessment of sustainable functioning of enterprises based on comprehensive assessment, unlike the existing ones, based on a combination of a comprehensive system of clearly defined and scientifically proven series of indicators that meet the requirements of the knowledge economy paradigm

This article examines the scientific and theoretical aspects based methodological approaches, taking into account the special development and competitiveness of the recreational complex. Valuation principles aimed at ensuring sustainable adaptation in the analysis of internal and external enterprise resources. This article focuses on the methodology for assessing the overall sustainability and enterprises in the know/edge economy.

The article is devoted to developing measures for the effective use of internal resources, recreational enterprises in the context of their sustainable functioning.

The analysis of various recommendations on the sustainable operation of enterprises and appropriation methodical approach based on internal resources and external resources. It is proved that the proposed approach will enable to assess factors influencing the sustainable functioning of the recreation complex will help create a mechanism adaptation in a clinging environment so as to provide recreational services rendered advantage compared to competing services will determine the most effective strategic management zones based internal Resources recreational enterprises.

Keywords: recreation complex, stable functioning of enterprises, methodical approach, external and internal resources of the company.

УДК 330.341.1:658.15

Тульчинський Р.В.

ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РАХУНОК СТВОРЕННЯ НОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ ЗАЛУЧЕННЯ ВЕНЧУРНОГО ФІНАНСУВАННЯ

У статті розглянуто венчурне фінансування як специфічна форма економічних взаємовідносин між господарськими суб'єктами у контексті підвищення економічної безпеки підприємств України. Для підвищення економічної безпеки підприємств запропоновано створити на базі існуючих інженерно-технологічних, проектно-конструкторських відділів, які входять до складу великих виробничих підприємств, підприємницькі структури інноваційного характеру, які за формою організації мажуть відноситись до «зовнішніх» або «внутрішніх» венчурних підприємств.

Ключові слова: економічна безпека, підприємство, венчурне фінансування, ризик, венчурне підприємство.

В статье рассмотрено венчурное финансирование как специфическая форма экономических взаимоотношений между хозяйственными субъектами в контексте: повышения экономической безопасности предприятий Украины. Для насыщения экономической безопасности предприятий предложено создать на базе существующих инженерно-технологических, проектно-конструкторских отделов, входящих в состав крупных производственных предприятий, предпринимательские структуры инновационного характера, которые по форме организации могут относиться к «внешним» или «внутренним» венчурным предприятиям.

Ключевые слова: экономическая безопасность, предприятие, венчурное финансирование, риск, венчурное предприятие.

Вступ. Як показує світовий досвід, одним із ефективних шляхів подолання дефіциту фінансових інвестиційних ресурсів є венчурне фінансування. Венчурне фінансування створює специфічні форми економічних взаємозв'язків між суб'єктами господарювання, що займаються інноваційною діяльністю, підвищує ступень їх економічної безпеки.

Специфіка венчурного фінансування полягає у тому, що фінансування відбувається без гарантій на безвідсотковій основі. Практикою доведено, що використання венчурного фінансування призводить до значної активізації інноваційного процесу та прискорює інноваційний розвиток, що у свою чергу позитивно впливає на підвищення економічної безпеки підприємств.

Аналіз основних досліджень. Значний внесок у теоретичні й Практичні

розробки з проблем венчурного фінансування та його форм здійснили зарубіжні вчені: Р. Арон, О. Дагасв, П. Друкер, Р. Клерк, Дж. Ривкін, Є. Рузавін, Д. Фреар, Р. Хофат та інші. Різні аспекти венчурного фінансування, розглядали відомі вітчизняні економісти О. Батура, Л. Безчасний, З. Варналій, В. Геець, М. Крупка, О. Лапко, В. Новіков, Л. Осенький, С. Онишко, Н. Пікуліна, А. Поручник, А. Чухно та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Але актуальні проблеми наукового визначення сутнісних характеристик та місця венчурного фінансування в Україні в контексті підвищення економічної безпеки підприємств залишаються до цього часу ще недостатньо розробленими. Відсутній системний підхід до аналізу його змісту та економічного значення.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення заходів щодо підвищення економічної безпеки підприємств задля досягнення якої поставлені такі завдання: з'ясувати існуючі перепони, що гальмують венчурне фінансування в Україні; запропонувати шляхи залучення венчурного фінансування для підприємств, що сприятиме підвищенню їх економічної безпеки.

Результати дослідження. Аналіз особливостей венчурного фінансування дозволяє охарактеризувати його як різновид фінансового капіталу, що виконує роль особливого інвестиційного фактора-ресурсу в суспільному відтворенні та має переважну спрямованість на активізацію науково-технічної й інноваційної діяльності.

Високі ризики і невизначеність кінцевого сукупного ринкового ефекту у поєднанні з надвисокою прибутковістю вкладених у нові технологічні рішення коштів дає підставу розглядати венчурне фінансування як особливий фактор підвищення економічної безпеки підприємств, інноваційного економічного зростання, структурного відновлення економіки.

Зазначимо, хоча Україна поки що й відстає від західних країн за рівнем розвитку венчурного фінансування, венчурне підприємництво в Україні започатковане, але розвивається дуже повільно.

Так, за даними Мінекономіки, потенційний ринок обсягу венчурного фінансування в Україні досягає 800 млрд. дол. США [3, с. 13]. Процес реалізації інноваційного розвитку національної економіки потребує розроблення механізмів цілеспрямованого використання венчурного фінансування вітчизняними підприємствами, що позитивно вплине на загальний стан їх економічної безпеки.

Таким чином, виникає об'єктивна необхідність більш повного використання можливостей венчурної діяльності щодо успішної реалізації важливого для національної економіки

завдання – підвищення економічної безпеки підприємств.

Дослідженнями вітчизняних економістів [1; 2; 4; 5] доведено, що в Україні значно більше негативних факторів, які гальмують розвиток венчурного ринку і зумовлюють його непривабливість з точки зору венчурного фінансування, зокрема:

- нерозвиненість нетрадиційних умов України ринкових механізмів й інструментів інвестування інноваційної діяльності, до яких у повній мірі належать усі форми використання венчурного фінансування;

- стагнація на вітчизняному фондовому ринку, який складає важливу компоненту в обігу венчурного фінансування у сфері створення та реалізації інноваційних продуктів і процесів;

- відсутність мотиваційних механізмів, основна мета яких полягає в спонуканні потенційних венчурних інвесторів до активних дій у сфері інноваційної діяльності;

- низькі темпи розвитку інфраструктури в сфері забезпечення потреб учасників венчурного бізнесу, включаючи створення в достатній мірі відкритої інформаційної мережі у напрямках висвітлення пріоритетності інноваційною розвитку у різних галузях вітчизняної економіки. Зокрема, не вистачає інститутів професійної комплексної науково-технічної та комерційної експертизи інноваційних проектів, страхування інвестицій в інноваційну діяльність, інформаційних джерел для порівняння ринкового інноваційного політу та пропозиції інноваційних ідей;

- низька інформаційна прозорість українського ринку інтелектуальної власності, невідпрацьованість відносин власності в процесах спільного створення та реалізації інноваційних продуктів тощо.

Для розв'язання проблемних питань в напрямках підвищення темпів розвитку інновацій та підвищення економічної безпеки підприємств в Україні пропонується посилити увагу держави

до підвищення ефективності використання реального інноваційного потенціалу на основі створення нових організаційних форм у сфері наукових і науково-дослідних робіт і залучення для їх реалізації венчурного фінансування вітчизняних та іноземних інвесторів, що сприятиме економічній безпеці таких підприємств.

Найбільш потужними структурами в сфері створення нових ідей, нових технологій, нових знань в Україні слід вважати регіональні наукові центри при

Національній академії наук України, які створені у 80-х роках минулого століття і функціонують як громадські неприбуткові організації-

На базі шести регіональних наукових центрів набули розвитку нові форми організації науково-дослідної діяльності та реалізації їх результатів, включаючи бізнес-інкубатори, технічні та технологічні парки.

Але при цьому вузькими місцем їх діяльності в умовах ринкової системи господарювання залишаються питання, пов'язані з комерціалізацією результатів наукової діяльності, ув'язки їх з потребами бізнесу, ефективним Розвитком регіонів та окремих територій.

Саме слабкий зв'язок науково-дослідних установ з потребами й інтересами підприємництва, місцевих і регіональних органів управління економікою занижує їх можливості в реалізації інноваційної моделі розвитку національної економіки. Звідси окреслюються перший перспективний напрям подальшого розвитку регіональних наукових центрів на базі координації їх діяльності з регіональними програмами інноваційного розвитку та інтересами й перспективами йми напрямками розвитку підприємництва.

Створені венчурні підприємства в умовах і межах регіональних наукових центрів можуть стати серйозним джерелом прискорення темпів реалізації нововведень в реальну економіку.

На подальшому етапі у регіонах України необхідно створювати на базі

існуючих інженерно-технологічних, проектно-конструкторських відділів (бюро, лабораторій), які входять до складу великих виробничих підприємств, підприємницькі структури інноваційного характеру, які за формою організації можуть відноситись до «зовнішніх» або «внутрішніх» венчурних підприємств.

На різні великих виробничих підприємств з огляду на зарубіжний досвід, доцільно створювати внутрішні венчурні фірми, які входять до їх складу, залишаючись при цьому самостійними юридичними особами. У такій формі співпраці підприємства намагаються вирішувати питання, пов'язані із зниженням ризиків, викликаних невпевненістю в успішній реалізації новацій та зменшенні їх негативного впливу на загальні результати діяльності, що у свою чергу сприятиме підвищенню їх економічної безпеки.

Внутрішні венчурні фірми або підрозділи за умов достатньої самостійності зберігатимуть усі переваги дрібних венчурних фірм, діятимуть як тимчасові науково-дослідні колективи за певною цільовою програмою.

Протягом обумовленого терміну внутрішні венчурні фірми здійснять не тільки розроблення інноваційних продуктів, а й підготовчі роботи для масового запуску новацій у виробництво.

На відміну від названих вище внутрішніх венчурних підрозділів, які діють у складі великих виробничих підприємств, зовнішні венчури можуть заключати контракти з іншими корпораціями, поглиблюючи таким чином свою компетенцію в обмеженій сфері науково-дослідної діяльності і виступати самостійним суб'єктом на інноваційних ринках.

Висновки. Отже, для умов України прийнятними є обидві висвітлені форми поєднання діяльності дрібних венчурних підприємств з великими виробничими підприємствами.

Вибір найбільш доцільної з них залежить від специфіки та галузевих особли-

ностей основних виробничих процесів, реальних потреб великих виробничих підприємств у співпраці з дрібними венчурними підприємствами, підготовленістю кадрового складу науково-дослідних підрозділів до самостійної діяльності в умовах підвищеної відповідальності за досягнення позитивних результатів та підвищеного ризику у випадках наявності негативних результатів.

Можна зробити висновок, що на теперішній час як і на найближчу перспективу найбільш раціональними формами організації науково-дослідної

діяльності на базі залучення венчурного фінансування слід вважати створення малих, гнучких, прийнятних і швидко реагуючих на зміни у ринковому середовищі підприємницьких структур й інноваційних фірм та венчурних підприємств, які створюються Н2 бай наукових, науково-дослідних установ, вищих навчальних закладів, що входять до складу регіональних наукових центрів Національної академії наук України за великих виробничих підприємств, що сприятиме підвищенню економічної безпеки останніх.

Список використаних джерел:

1. Землянкин А.М. Определение направлений развития венчурного инвестирования инноваций / А.М. Землянкин, А.Ф. Коновалов, Л.В. Фешенко // Управление экономикой переходного периода. Сб науч. тр. / НАН Украины Ин-т экономики промышленности. – Донецк. – 2005. – С. 63-73.
2. Лапко О.О. Венчурний капітал як джерело фінансування інноваційного розвитку економіки / О.О. Лапко // Економіка і прогнозування. 2010. – С. 25-42.
3. Погореловська І.Д. Особливості венчурного бізнесу та перспективи його розвитку в Україні / І.Д. Погореловська, О.І. Черній // Науковий вісник Національної академії ДПС України. – 2009. – №4-5(35). – С. 12-18.
4. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці: монографія / за ред. С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД «Університетська книга». – 2011. – 582 с.
5. Стан розвитку організаційних форм венчурною підприємництва і його інфраструктури світу та в Україні / О.П. Зінченко, В.П. Ільчук, І.Ф. Цзієвська, В.М. Євтушенко. – К.: НДІСЕП. 2012. – 80 с.

Ttilchinsky R.V.

IMPROVING ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES THROUGH THE CREATION OF NEW ORGANIZATIONAL FORMS OF VENTURE CAPITAL FINANCING

The article discusses venture funding as a specific form of economic relations between economic entities in the context of economic security of enterprises in Ukraine.

It is found the existing obstacles hampering the development of the venture market and determine its unattractive in terms of venture financing, including – underdevelopment unconventional conditions for Ukraine market mechanisms and tools innovation investment, which includes the full using all forms of the venture financing; stagnation in the domestic stock market, which is an important component in the treatment of venture financing in the creation and implementation of innovative products and processes: the lack of incentive mechanisms, which the main purpose is prompting potential venture investors to action in the field of innovation; slow pace of infrastruc-

ture development in the area of venture business needs of participants, including the establishment of sufficiently open information network of illumination in directions of the priority innovative development in various sectors of the national economy; low information transparency of the Ukrainian market of intellectual property: imperfection property relations in the process of joint creation and implementation of innovative products and more.

In order to solve the problematic issues in directions of higher rates development innovation and economic security of enterprises in Ukraine enhances the state's attention to the efficiency of real innovation potential through the creation of new organizational forms in scientific and research work and involvement for their implementation the venture financing of domestic and foreign investors, will promote the economic security of enterprises.

It was proposed at the level of large industrial enterprises the creation of domestic venture capital firms in their composition, while remaining independent legal entities, given the international experience. In this form of cooperation companies are trying to resolve issues as to the reduction of risks caused by uncertainties in the successful implementation of innovations and reduce their negative influence on their general performance, which in turn will enhance their economic security.

It should build on existing engineering and technological design departments (bureaus, laboratories), which are part of large companies, business structures of innovative character which in the form the organization could apply to "external" or "internal" venture enterprises on the further stage in the regions of Ukraine.

Keywords: economic security, enterprise, venture capital, risk, venture capital company.

Чумак Л.Ф.

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО БІОЕКОНОМІКИ

У статті досліджено передумови переходу до біоекономіки та завдання і шляхи розвитку машинобудівних підприємств як бази для промислового використання біотехнології.

Ключові слова: біоекономіка, біопідприємства, біотехнологія, розвиток.

В статье исследуются предпосылки перехода к биоэкономике, и также задачи и пути развития машиностроительных предприятий как базы для промышленного использования биотехнологий.

Ключевые слова: биоэкономика, биопредприятия, биотехнология, развитие.

Постановка проблеми. Тенденції глобального розвитку сучасності свідчать про те, що існують вагомі, не штучні – реальні, передумови переходу до біоекономіки. Трансформаційні процеси передбачають системні комплексні зміни у всіх галузях економіки країни. Підприємства машинобудування є базою економіки, тому повинні буди готовими до виготовлення нової конкурентоспроможної продукції, споживачами якої будуть підприємства, що використовують біотехнології – підприємства сільського господарства, медицині, фармакології, хімічної промисловості, енергетиці. Успішна діяльність цих підприємств тісно пов'язана з розвитком машинобудування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням переходу до біоекономіки в своїх дослідженнях приділяли увагу провідні науковці світу та вітчизняні вчені: Байдапа В. В. [3], Джонсон С. [5], Дульська І. В. [7], Кішетник Г. М. [8], Мейерс Д. [5], Талавиця М. П. [10], Шпичак О. М. [1] та інші. В їх роботах пропонуються визначення терміну «біоекономіка», аналізуються умови переходу до біоекономіки, шляхи розвитку підприємств, що безпосередньо використовують біотехнології. Проте, недостатньо уваги приділено питанню трансфор-

мації діяльності тих підприємств, що забезпечують базу ефективної роботи біопідприємств, а саме, підприємств машинобудування.

Метою статті є аналіз передумов переходу до біоекономіки та визначення шляхів розвитку машинобудівних підприємств у напрямку потреб підприємств, що використовують у виробничій діяльності біотехнології.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблеми і умови подальшого існування людства турбували уми вчених всіх часів. Ще у 1798 року Томас Мальтус в своїй праці «Нарис про народонаселення (Essay on the Principle of Population)» стосовно до людського суспільства затверджував, що народонаселення росте в геометричній прогресії, тоді як засоби існування, на його думку, ростуть в арифметичній прогресії. Мальтус розглядав проблему народонаселення безвідносно до якого-небудь певного способу виробництва й суспільного розвитку взагалі [4]. Висновки, які були зроблені з цього припущення декілька дискусійними, але сам факт прогнозу про значне швидкий ріст населення відносно до наявності ресурсів, що використовуються для забезпечення людських потреб, мав сенс, як ми бачимо у сьогоденні.

Більш ґрунтовний підхід до глобальних прогнозів розвитку людства було пов'язано з діяльністю Римського клубу – міжнародна суспільна організація, створена у 1968 році італійським промисловцем Ауреліо Печчеї з метою вивчення перспектив розвитку біосфери та пропаганди ідеї гармонізації відносин людини та природи. До складу клубу входили представники світової політичної, фінансової, культурної та науковій еліти.

Із часом, прогнози Клубу уточнюються, доповнюються, розповсюджуються, привертають увагу все більш значної кількості науковців, політичних діячів й населення та викликають обґрунтовану стурбованість, що пов'язується з подальшим економічним розвитком, станом навколишнього середовища та, взагалі, існуванням людства.

Тому, на конференції ООН з навколишнього середовища та розвитку 3 – 4 червня у 1992 році (Ріо-де-Жанейро, 179 країн-учасників) було прийнято Порядок денний на XXI століття (Agenda 21) – це програма дій з метою стійкого розвитку у XXI столітті [1].

Саме з 1992 року, після означеної конференції, широко використовується поняття «сталого розвитку», яке було запропоновано у Ріо-де-Жанейро. Сталий розвиток – це загальна концепція стосовно необхідності встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі.

На Саміті ООН (25.09.2015 р.) було ухвалено порядок денний із Цілей стабільного розвитку до 2030 року. В плані прописаний намір повністю викоринити злидні і голод, забезпечити загальний доступ до освіти і соціальну рівність. Усього в документі прописані і 7 цілей стабільного розвитку [2].

Виконання задекларованих цілей тісно пов'язано з трансформацією існуючих національних економік у

напрямку до економіки знань та біоекономіки, з новими інноваційно-інвестиційними підходами до управління розвитком систем різного рівня.

Як що досліджувати рівень суб'єктів господарювання, то наукові розробки та їх впровадження у господарську діяльність проводилось за трьома напрямками: зниження навантаження на навколишнє середовище, національне використання природних ресурсів, та виробництво екологічно чистої продукції.

Країни з високим рівнем економічного розвитку (Японія, США, Канада, більшість країн Європи), за допомогою прийняття інноваційного ляху розвитку, переходять на декларовані засади сталого розвитку.

Але, чисельність народонаселення та пов'язані з цим проблеми прискорюють зміни, які відбуваються у зовнішньому середовищі, в суспільстві та економіці.

На сучасному етапі, коли суспільство переходить від індустріального інформаційного, економіка виробництва до економіки знань, виникає нагальна потреба говорити про наступний стан – біоекономіка.

Термін «біоекономіка» не визначено однозначно. В таблиці 1 [6] наведено декілька визначень, на які найбільш частіше посилаються автори в своїх дослідженнях.

На наш погляд, під біоекономікою слід розуміти економіку, розвиток кожної галузі якої є інноваційним та ґрунтується на сучасних досягненнях біотехнологій та обґрунтованому і раціональному використанні наявних природних ресурсів і пошуком їх оптимальної заміни.

Під біотехнологією прийнято розуміти використання живих організмів і біологічних процесів у виробництві. Біотехнологія – міждисциплінарна галузь, що виникла на стику біологічних, хімічних і технічних наук.

Вважається, що нові біотехнології, в першу чергу, мають бути використані у сільському господарстві, медицині, фармакології, хімічній промисловості,

енергетиці. Зазначені галузі можна розглядати як кінцевих виробників продуктів біоекономіки.

Машинобудівна галузь виробляє не тільки товари, але й засоби виробництва, що визначає її важливість і значимість для інших галузей. Від того, наскільки розвиненим та інноваційно орієнтованим буде машинобудівний

комплекс, залежить розвиток усієї промисловості України. Це говорить про те, що така базова галузь, як машинобудування, повинна вже розвиватись інноваційно-інвестиційним шляхом, причому обов'язково напрямку біоекономіки. Перехід до біоекономіки пов'язано зі створенням та впровадженням у машинобудування проривних, ресурсозбе-

Таблиця 1

Визначення поняття «біоекономіка»

п/п	Автор	Визначення
1.	Федулова Л.І., Федулова К.І ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», Національний авіаційний університет	Біоекономіка – це економіка, заснована на широкому використанні поновлюваних біоресурсів.
2.	Маркина Н.В. Общество биотехнологов России им. Ю.А. Овчинникова	Біоекономіка – це система, що використовує біологічні ресурси для виробництва: високотехнологічних продуктів.
3.	Попов В.О., директор Института биохимии им. А.К Баха РАН, профессор, член-корреспондент РАН	Біоекономіка – це економіка, що являє собою інноваційний шлях розвитку сучасного суспільства; базується на широкому застосуванні біотехнологій, які у свою чергу, використовують поновлювані ресурси для виробництва продуктів і енергії.
4.	Кирпичников М.П., доктор экономических наук. Академик РАН, декан Биологического факультета МГУ и Каныгин П.С, Генеральный директор ОАО «РТ-Биотехпром» (ГК «Ростехнологии»)	Біоекономіка – це економіка, заснована на біотехнологіях, коли для виробництва енергії і матеріалів використовують поновлювану біологічну сировину.
5.	Мбиге Geoghegan-Quinn, член Європейської комісії з досліджень, інновацій та науки	Біоекономіка – це економіка, які використовує біологічні ресурси землі океану, а також виходи дій виробництва продуктів харчування для людей і кормів для тварин, для промисловості та виробництва енергії. Ідей термін, крім того, включає в себе поняття біотехнології для галузей сталого виробництва.
6.	Экологический энциклопедический словарь. – Кишинев: Главная редакция Молдавской советской энциклопедии. 1989.	Біоекономіка – це галузь знання на стику екології та економіки, що вивчає взаємовідносини людини і природи з процесі використання природних ресурсів.
7.	"ВП-П8-2322. Комплексная программа развития биотехнологий Российской Федерации на период до 2020 года" (Правительством РФ 24.04.2012 N 1853П-П8).	Біоекономіка – економіка, заснована на системному використанні біотехнології на Заході вживають термін "bio-based economy"

рігаючих, екологічно безпечних промислових технологій для виробництва обладнання підприємств, які вже, або в майбутньому готові працювати з біотехнологіями. Завдання дуже складне для сучасної дійсності України, але того шляху немає.

Тому, на перший план виходять проблеми фінансування звих проек-

тів перебудови машинобудування під потреби біотехнологічних підприємств. Наприклад, у США планують побудувати до 900 підприємств по виробництву біопалива, що надасть змогу завантажити машинобудівні підприємства на багато років. Інноваційна активність підприємств незначне коливалась останні роки та складала близько

Таблиця 2

Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації

	2010		2011		2012		2013	
	усього	% до загальної кількості підприємств, що впроваджували інновації	усього	% до загальної кількості підприємств, що впроваджували інновації	усього	% до загальної кількості підприємств, що впроваджували інновації	усього	% до загальної кількості підприємств, що впроваджували інновації
усього, виробництво інноваційної продукції	1217 615	50,5	1327 731	55,1	1371 704	51,3	1312 683	52,1

Таблиця 3

Розподіл обсягу фінансування інноваційної діяльності в промисловості (у фактичних цінах)

	2010		2011		2012		2013	
	млн грн.	% до загального обсягу	млн грн.	% до загального обсягу	млн грн.	% до загального обсягу	млн грн.	% до загального обсягу
Усього	8045,5	100,0	14333,9	100,0	11480,6	100,0	9562,6	100,0
у тому числі за рахунок держбюджету	87,0	1,1	149,2	1,0	224,2	2,0	24,7	0,3
місцевих бюджетів	5,7	0,1	12,3		17,6	0,1	157,7	1,6
власних коштів	4775,2	59,4	7585,5	52,9	7335,9	53,9	6973,4	72,9
коштів інвесторів	31,0	0,4	45,4	0,3	154,5	1,3	123,7	1,3
вітчизняних іноземних держав	2411,4	30,0	56,9	0,4	994,8	8,7	1253,2	13,2
інших джерел	735,2	9,0	6484,6	45,3	2753,6	24,0	1029,9	10,7

50% (табл. 2 [9]), а в машинобудуванні 24,5% підприємств виробників машин та устаткування [9]. В сучасних ринкових умовах господарювання бюджетне фінансування реформування та розвитку підприємств не може розглядатися як основне. Актуальним стає залучення інвестицій у інноваційну перебудову підприємств (табл. 3 [9]).

В існуючих умовах іноземні інвестиції мають важливе зовнішньополітичне значення. Обсяг іноземних інвестицій є одним із «показників рівня інтеграції країни у світове товариство. Це, в свою чергу, висовує нову проблему, яку потрібно вирішити – формування та регулювання страхової діяльності щодо отримання прибутків від інвестованих грошей, (забезпечення надійності капіталовкладень та завоювання довіри іноземних інвесторів.

Будь-яка інвестиційна діяльність пов'язана з ризиками. Тому, інвестор тільки після оцінки ризику оцінює можливий майбутній прибуток та приймає рішення щодо доцільності інвестування коштів.

В тому стані, в якому знаходиться Україна, іноземні інвестори звертають особливу увагу на розвиток системи захисту їхніх вкладень.

Якщо вирішується проблема інвестування, потрібно створити та впровадити у практичну діяльність ефективну систему механізмів та інструментів, що дозволять розпочати перебудову маши-

нобудівних підприємств, довести до завершення та забезпечити майбутню завантаженість, попит продукції та, безумовно, її конкурентоспроможність для підприємств з біотехнологіями на довгостроковий період. Це досягається шляхом модернізації обладнання, застосуванням новітніх світових технологій, реконструкцією окремих виробничих ділянок для збалансування потужностей, використанням лізингу обладнання, нерухомості, розвиток інфраструктури підприємства шляхом реконструкції відповідних систем, облаштування місць розміщення відходів з метою зниження техногенного навантаження на навколишнє середовище.

Висновок. Перехід до біоекономіки передбачає суттєві зміни, в першу чергу, у підходах до організації, управління та реалізації діяльності суб'єктів господарювання з використанням новітніх досягнень науки та техніки, що спрямовані на розвиток біотехнологій та раціональне використання існуючих ресурсів.

Підприємства машинобудівної галузі при адаптації до нових потреб підприємств-споживачів повинні обирати інноваційно-інвестиційний шлях розвитку, змінювати систему управління діяльністю підприємства шляхом оптимізації у напрямку впровадження інновацій, підвищення якості продукції, збереження і ефективного використання ресурсів та підвищення конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Повестка дня на XXI век – путь к устойчивому развитию. Теоретические основы перспективной программы организации объединенных наций // сайт университета управления «Тисби», Вестник ТИСБИ JV's 4 за 2003 год.
2. Draft outcome document of the United Nations summit for the adoption of the post-2015- development agenda – Режим доступу: http://www.un.org/ya/search/view_doc.asp?symbol=A/69/L.85&Lang=
3. Байдала В.В. Біоекономіка в Україні: сучасний стан та перспективи Біоекономіки в Україні: сучасний стан та перспективи/ В. В. Байдала //Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2013. – № 1(3). – С. 22-28. – Режим доступу: http://nbuv.eon.ua/i-pdf/znptdau_2013_1_3_4.pdf
4. Василевский Е. Г. Т. Р. Мальтус // Всемирная история экономической мысли: В 6 томах / Гл. ред. В. Н. Черковец. – М: Мысль, 1988. – Т. II. От Смита и Рикардо до Маркса к Энгельсу. – 574 с. – 20 000 экз. – ISBN 5-244-00038-1.

5. Джонсон С. Энергия прогресса / С. Джонсон, Д. Мейерс; [пер. с англ. Т. Цементович]. – М.: ООО «Издательство «Лаборатория базовых знаний», ЗАО «Издательство «Бином», 2008. – 928 с.
6. Добрівська М.В. Теоретичні аспекти розвитку біоекономіки / М. В. Добршсыса // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Сер. : Економіка аграрний менеджмент, бізнес – 2013. I Вип. 181(6). – С. 301-304. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/i-ftf'nvnuau.json> 2013 181(6) 51.pdf
7. Дульська І.В. Чи поїде Україна швидкісним потягом НТП? (маніфест технологічного розвитку країни; / І.В. Дульська // Бюлетень Міжнародного [Нобелівського економічного форуму. – 2012. – Кал (5). Том 1. – С. 80-92.
8. Калетник Г.М. Розвиток ринку біопатив в Україні: Монографія / Г.М. Калетник. – К.: Аграрна наука 2008. – 464 с.
9. Статистичний щорічник України за 2013 рік. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
- 10.Талавирия М.П. Розвиток біоекономіки та управління Природокористуванням / М.П. Талавирия та ін. – Ніжин: Видавець ПП Лисенко М., 2012. – 353 с.
- 11.Шпичак О.М. Економічні проблеми виробництва біопалива та продовольча безпека України / О.М. Шпичак // Економіка АПК. – 2009. – № 8. – С. 11-19.

Chumak L.F.

THE PATH OF DEVELOPMENT OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF TRANSITION TO THE BIOECONOMY

Trends in the global development of today indicate that there are good, not artificial – real prerequisites for the transition to a bio-economy. Transformation processes involving complex systemic changes in all sectors of the economy. Engineering Enterprises are looking economy, so be ready for manufacturing new competitive products, which customers will be companies that use biotechnology - enterprises of agriculture, medicine, pharmacy, chemical industry, energy. Successful performance of these companies is closely linked to the development of engineering.

Skip to the bio-economy involves significant changes, especially in the approaches to the organization, management and implementation of business entities using the latest achievements of science and technology, aimed at the development of biotechnology and rational use of existing resources.

Engineering industry in adapting to the new needs of business and consumer should choose innovative investment development path, change the management system of the enterprise by optimizing towards innovation, improve product quality, conservation and efficient use of resources and competitiveness.

Keywords: bioeconomy, biocompany, biotechnology, development.

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 332.122:336.712(045)

Гаврилко Т.О., Білковська Д.І.

РЕГІОНАЛЬНІ РИНКИ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

У статті досліджені класифікаційні види і фактори впливу на розвиток національних ринків банківських послуг, а також аргументовані визначальні характеристики, які сприяють визначенню значення розвитку регіональних ринків банківських послуг для регіону та регіональної економіки в цілому.

Ключові слова: регіон, регіональний ринок банківських послуг, класифікаційні види регіональних ринків банківських послуг, фактори впливу на розвиток національних ринків банківських послуг, значення розвитку регіональних ринків банківських послуг.

В статье исследованы классификационные виды и факторы влияния на развитие региональных рынков банковских услуг, а также аргументированы выделяющие характеристики, способствующие определению значения развития региональных рынков банковских услуг для региона и региональной экономики в целом.

Ключевые слова: регион, региональный рынок банковских услуг, ассификационные виды региональных рынков банковских услуг, факторы влияния на развитие региональных рынков банковских услуг, значение развития региональных рынков банковских услуг.

Постановка проблеми. Банківська діяльність є складною і багатогранною сферою економічної системи. Дія її вивчення та розвитку обхідно застосовувати наукові підходи, які будуть полягати не тільки у пошуку шляхів вирішення існуючих проблем, а й у виявленні можливих активних напрямків розвитку. Слід зазначити, що діючий ринок банківських послуг формується головним чином з регіональних ринків.

В даний час важливе місце займає питання вивчення та дослідження вчення регіональних ринків банківських послуг, їх ролі для розвитку Нону. Адже розвиток банківського бізнесу на регіональному рівні в значній і впливає на перспективи розвитку економіки регіону. Без розуміння характеристик немає сенсу сподіватися на те, що банківський ринок вийде за межі традиційного механізму перерозподілу

грошових коштів та не дієвим суб'єктом, працюючим на регіональний розвиток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичними проблемами деяких регіональних аспектів функціонування банківської сфери займалися зарубіжні та вітчизняні науковці: Бернштам Е.С., Лузанов А.Н. [1], Брітченко І.Х. [2], Герасимчук З.В., Корецька Н.І. [3], Гладкова С.Б. [4], Люзняк М.Е. [5]. Чинники, котрі впливають на фінансовий аспект регіональної банківської системи, досліджувала і Стойка В. С [6]. Названими вченими не було проведене комплексне вивчення регіональних ринків банківських послуг. Враховуючи вищевикладене, слід більш детально проаналізувати смисловий зміст регіонального ринку банківських послуг для визначення напрямків його подальшого розвитку.

Мета статті. Метою статті є вивчення та дослідження значення регіональних

ринків банківських, послуг, їх ролі для розвитку регіону; визначення та аналіз пріоритетних видів регіональних ринків банківських послуг; дослідження факторів впливу, які дозволять створити передумови ефективному розвитку банківської сфери.

Виклад основного матеріалу. Під регіональним ринком банківських послуг пропонуємо розуміти сукупність соціально-економічних взаємовідносин між суб'єктами ринку, які формуються на просторово впорядкованих територіях – регіонах під впливом наявних споживачів регіону, територіальної спеціалізації і полягають в обміні, розподілі, споживанні специфічних продуктів банківської діяльності – банківських послуг. Регіональний ринок банківських послуг доцільно розглядати під кутом його залежності від територіального розміщення, як поточного або існуючого, так

і перспективного чи майбутнього. Саме територіальні фактори здійснюють значущий вплив на функціонування та розвиток регіональних ринків банківських послуг і сприяють досягненню соціального та економічного ефекту.

Необхідно розглянути питання визначення та аналізу пріоритетних видів регіональних ринків банківських послуг. Існує безліч підходів до виділення видів ринків, які пов'язуються з різнобічними поглядами вчених. Тому особливої уваги заслуговує дослідження питань впорядкованості та змістовного наповнення регіональних ринків банківських послуг. В залежності від їх видів виникає можливість подальшого аналізу і визначається спрямованість їх раціонального використання. Розгляд сукупності можливих класифікацій, проведених за різними критеріями і ознаками, дозволяє ство-

Таблиця 1

Класифікація видів регіональних ринків банківських послуг

Критерій	Ознака
За масштабом території	- регіональні (ринки адміністративно-територіальних утворень); - національні; - міжнародні
По територіальній спеціалізації	- ринки індустриальних регіонів; - ринки сільськогосподарських регіонів
За власникам банківських капіталів регіону	- іноземні; - вітчизняні; - державні
За інституційною ознакою	- банківські та небанківські установи; - держака: - юридичні особи; - фізичні особи;
За продуктивною структурою банківських послуг регіону	- депозитні; - кредитні; - розрахункові; - касові тощо
За типом конкурентних структур регіону	- чиста конкуренція; - монополістична конкуренція; - олігополія; - чиста монополія
По групах споживачів регіону	- ринок суб'єктів господарювання; - ринок фізичних осіб; - державний ринок; - ринок фінансово – кредитних установ

рити цілісне, всеосяжне уявлення про регіональні ринки банківських послуг. Пропонуємо розглянути класифікацію видів регіональних ринків, виходячи з першочергової значущості території. Дані надані в табл. 1. Класифікація видів регіональних ринків банківських послуг з урахуванням їх територіальних особливостей відкриває нові підходи та можливості. Саме відштовхуючись від першоджерела територіального походження регіональних ринків банківських послуг – регіонів, можна здійснювати подальші дослідження щодо забезпечення їх раціонального і становлення та ефективного розвитку.

Важливим завданням виступає визначення факторів, які мають найбільш вагомий вплив і сприяють становленню та функціонуванню регіональних ринків банківських послуг, націлюють на розробку шляхів їх подальшого удосконалення та розвитку. Види цих факторів представлені в

На розвиток регіональних ринків банківських послуг впливають фактори, які беруть початок з регіону, як місця їх виникнення, дії на функціонування.

Дослідження факторів впливу дозволить створити передумови, спрямовані на розвиток банківської сфери, що приносить користь регіону і його населенню, тим самим посилюючи регіональну економіку. Раціональна спрямо-

ваність дії факторів, що впливають на розвиток регіональних ринків банківських послуг, стане, у свою чергу, запорукою високих результатів і стабільного розвитку економіки регіону.

Всі перераховані вище об'єкти разом із притаманними їм факторами впливу, об'єднуючись, складають єдину систему факторів впливу на розвиток регіональних ринків банківських послуг.

Пропонуємо основні напрямки перетворення діяльності регіональних банків:

1. Відбір областей діяльності: регіональні банки повинні чітко визначити свої конкурентні переваги: участь у місцевій економіці, робота і в тісному контакті з місцевою адміністрацією, мобільність, нові технології тощо.

2. Оптимізація і клієнтоорієнтованість: оптимізація – вироблення стандартизованих і об'єктивних критеріїв для банківських продуктів розробка баз даних, уніфікація систем аналізу та контролю. Банківські продукти повинні стати ефективними і клієнтоорієнтованими. Стандартизація банківських продуктів, сучасні інформаційні технології, створення похідних продуктів дозволить мінімізувати витрати і ризики.

3. Мінімізація витрат і максимізація прибутку: підвищення розміру капіталу, субординоване кредитування, конгломерація можуть надати регіональним бан-

Таблиця 2

**Характеристика факторів, що впливають
на розвиток регіональних ринків банківських послуг**

Назва фактора	Складова характеристика
Територіальні	- географічне положення; - територіальна спеціалізація; - структура споживачів регіону
Економічні	- галузева структура регіону; - доходи населення; - економічна стабільність - фінансові можливості; - ринкова кон'юнктура; - конкурентні типи ринку
Організаційні	- загальна та спеціальна інфраструктура; - структура форм власності банківського капіталу

кам додаткові шанси завдяки концентрації сил, вдосконаленню послуг на шляху до регіональної переваги в обсягах капіталу, виникненню ефекту синергії.

4. Правильність фокусування на обраних областях діяльності як результат високої комунікативної здібності: жоден регіональний банк не в змозі бути присутнім у всіх сферах банківського бізнесу. Застосування аутсорсингу та інсорсингу, об'єднання сил регіональних банків в подібних напрямках дозволить їм завжди залишатися конкурентоспроможними. Банкам необхідна відкритість обраної сфери діяльності і, відповідно, ясні формулювання, включаючи інформацію про тенденції до об'єднання і взаємозалежності різних видів діяльності. Регіональні банки повинні чітко визначати цілі і відмовлятися від використання тільки власних сил в тих випадках, коли критична величина не може бути досягнута.

5. Вибір внутрішніх інструментів в комплексному менеджменті: регіональний банк, концентруючись, повинен виявляти відкритість, розпоряджатися надійною, контролюючою інформаційною системою управління витратами і прибутком, володіти стандартизованими продуктами і послугами, сегментованими ринками і високомотивованим персоналом.

Регіональним банкам необхідно більше уваги приділяти питанням менеджменту, особливо матеріального стимулювання співробітників. Недолік висококваліфікованих кадрів у місцевих банках викликаний відсутністю ефективної системи стимулювання, що провокує менеджерів

нарощувати короткострокову прибутковість на шкоду довгострокової стійкості банку.

Необхідно урізноманітнити свої послуги і зробити банківські продукти зрозумілими і доступними для споживача для забезпечення конкурентоспроможності по відношенню до небанківських інститутів (страхових компаній, інвестиційних фондів, які теж освоюють банківський бізнес), сервіс яких останнім часом привертає все більше клієнтів. Для реалізації цих завдань слід модернізувати діючі відносини банку і клієнта.

Висновки. Поглиблене вивчення сутності регіонального ринку банківських послуг сприятиме:

- зародженню кардинально нового підходу, орієнтованого на дослідження та вивчення, в першу чергу, територіальних особливостей, які й визначатимуть спрямованість розвитку регіональних ринків банківських послуг,
- раціональному забезпеченню наявних споживачів регіону банківськими послугами, виходячи з їх необхідності;
- подальшому удосконаленню механізму територіального маркетингу дач розвитку регіонального ринку банківських послуг.

Ефективний і послідовний процес пошуку шляхів вирішення перелічених питань створить умови для ефективного їх розвитку на рівні регіонів. При цьому слід зазначити, що тільки розуміючи всю змістовну місткість поняття регіонального ринку банківських послуг, можна забезпечити результативність діяльності регіональних банків і сформувати комплексну спрямованість на розвиток соціально-економічної системи регіону.

Список використаних джерел:

1. Бернштам Е.С., Лузанов А.Н. Региональные аспекты организации и государственного регулирования банковской сферы: зарубежный и российский подходы / Е.С. Бернштам, А.Н. Лузанов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 104 с.
2. Брітченко І.Г. Формування та функціонування регіонального банківського ринку кознапства [Текст]: автореф. лис. д-ра екон. наук: 08.02.03 / І.Г. Брітченко; Донець. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2005. – 36 с. – Б. ц.

3. Герасимчук З. В., Корецька Н. І. Територіальна організація банківської системи регіонів України: оцінка та стратегії забезпечення її раціональності : монографія / З. В. Герасимчук, Н. І. Корецька; Луц, нац. техн. ун-т. – Луцьк, 2010. – 305 с. – Бібліогр.: 230 назв. – укр.

4. Гладкова С.Б. Региональный рынок розничных банковских услуг: тенденции и факторы развития: автореферат дис. на соискание уч стеч. канд. экон наук: спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит» / С.Б. Гладкова. – Санкт-Петербург. 2007. – 20 с.

5. Люзняк М.Е. Розробка індикаторів виміру економічної ефективності програм фінансового оздоровлення банківського сектору / М.Е. Люзняк, Г.М. Чеплюк // Вісник Університету банківської справи НБУ. – 2011. – №3(12). – С. 18-21.

6. Стойка В. С. Функціонування і розвиток регіональної банківської системи: дис. на здобуття наук, ступеня канд. экон. наук : 08.00.08 (Гроші, фінанси і кредит» / Стойка В.С. — Ужгород. 2011. — 196 с.

Gavrilko T.O., Bilkovska D.I.

REGIONAL MARKETS OF BANKING SERVICES

Banking is a complex and multifaceted scope of economic system. It is necessary to study and apply scientific development approach that will include not only the search for solutions to the existing problems, but also it will identify many possible areas of effective development. It should be noted that the current banking market is mainly formed of regional markets.

The banking system of the region is formed by the lenders that meet certain quantitative and qualitative requirements. Thus their adequacy is measured in relation to conditions of specific areas. The main reference is the volume of the population's needs according to banking services.

Today it is very important to study and research of the regional markets role of banking services, their place for development of given region. No doubts that the banking business at regional level greatly affects to the prospects of economic development of the region. Without understanding of the essential characteristics it is no sense to hope that the banking market will go beyond traditional redistribution of funds, and will be effective subject to working on regional development.

There are various approaches to define market type associated with diverse views of scientists. Therefore, special attention should be paid to study the issues of order and content of regional banking market. The possibility of further analysis and determination depends on their types and peculiarities of their usage and management. Consideration of possible classifications collectively conducted by various criteria and features creates a holistic, comprehensive understanding of the regional banking market.

An important task is to search the factors that have the most significant impact and contribute the establishment and functioning of regional markets, banking, targeting to develop ways of further improvement and development.

Depth study of the regional banking market nature will contribute to different items such as: the beginning of fundamentally new approach, based on the research and study in the first place, territorial characteristics, which determine the direction and development of regional markets for banking services; ensuring rational existing consumer banking services in the region, based on their need; further improvement of the regional marketing mechanism for the regional banking key development.

Keywords: region, regional market of banking services classification types of regional banking markets, influence on the development of national markets of banking services to the development of regional markets, banking services.

UDC 331.101:338.47

Shaposnnykov K.S.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES CORPORATE TRAINING: START OF CREATIVE CYCLE

Дана стаття присвячена висвітленню однієї з інноваційних технологій корпоративного навчання у сфері телекомунікацій. У статті на основі проведеного аналізу запропоновано модель функціонування креативного циклу в корпоративному управлінні операторами (провайдерами) телекомунікацій.

Ключові слова: інновації, креативність, корпоративне управління, національна економіка, оператор телекомунікацій.

Данная статья посвящена освещению одной из инновационных технологий корпоративного обучения в сфере телекоммуникаций. В статье на основе проведенного анализа предложена модель функционирования креативного цикла в корпоративном управлении операторами (провайдерами) телекоммуникаций.

Ключевые слова: инновации, креативность, корпоративное управление, национальная экономика, оператор телекоммуникаций.

Introduction. The need to take account of the conceptual foundations of the theory of human capital in the formation of corporate governance strategies clearly and irrevocably proven in many studies of foreign and Ukrainian scientists [1-5]. Despite the variety of approaches and opinions, all authors agree that the basis for this approach is a new perception of the human factor corporate governance.

Unfortunately, the majority of domestic and foreign researchers consider modern corporate governance in the light of technological, financial, legal and other management systems, bypassing their attention creative approaches. However, despite the increase in research devoted to this subject, there is not only stagnation and sometimes reduce the impact of the introduction of new forms and methods of creative management [2, 4, 5]. In our opinion, this is due to a somewhat simplistic approach to staff development organization. The idea of training and development has inevitably impact on the thinking of business corporations institutional environment, and therefore this idea certainly has all the hallmarks of creativity.

Analysis of recent research and publications. In preparing the article used the labor of foreign and Ukrainian authors in related areas of science, such as research and technology strategies of corporate governance, institutional research features organize and study personnel and processes of corporations, research problems of formation of human capital in modern conditions. Among domestic authors, whose work devoted to this subject, known A. Oliynyk, O. Hrishnova, Ya. Kvach, O. Redkin, Y. Hans, N. Hrusch more.

In an effort to review the theoretical foundations of corporate governance in the light of the ideas of staff, domestic science continues to use the traditional norms of scientific knowledge systems. So today there is multi historical retrospective that features caused by concepts of effective formation and use of human resources, which from different perspectives exploring different authors. At the same time, we note that some of them are opposed that encourages further research, causes urgency and importance of the results of the study.

Setting objectives. Almost all modern domestic corporate form of business

organization in the telecommunications sector are able to use the theoretical justification for the transition to self-development in terms of corporate governance. However, examining in detail the technical and economic components of corporate business processes, our scientists bypass their attention creative management features that are imperative Ukrainian economy in the growing influence of the human factor in the transformation processes in the economic system. That is why the main goal of this work was to study the characteristics and start functioning creative cycle in terms of corporate governance operators (ISPs), telecommunications. It used the analytic-synthetic, comparative historical and methodical inductive device.

The main material research. Despite the apparent multidimensional manifestations of creativity, innovative technologies existing corporate training that can be effectively used in the practice of corporate governance operators (ISPs), telecommunications is not much. Consider one of them, which for us is particularly interesting since it implies launch creative cycle of three phases: a dreamer, realist and critic. It is our deep conviction when using any strategy guide operator (ISP) telecommunications should be aware that the strength of the chain is determined by the strength of its weakest link. For creative control most dangerous, in our opinion, is when such a weak link appears staff. It is then appropriate to launch creative cycle.

Creative loop group or team naturally stimulates the transition from corporate strategic vision to the development of process goals aimed at achieving the overall objective of the operator (ISP) telecommunications [2; 4; 5]. In our view, the key management group creative process is the ability divide routine role participants group or team on individual cognitive processes interactive, stimulating interaction needed to implement the plan. This goal, which stimulate the creative abilities of staff certainly are promising. In addition,

these goals are in a phase of long-term and short-term dreamer in phase realist.

An interesting from this point of view is the approach that says that any staff development strategy should recognize that different people have different capacity [2; 5]. One man more capable of being a dreamer, another realist, third critic, and therefore appropriate method to stimulate creativity in the team is focus on the development of each employee the ability to express themselves in all phases of the creative cycle. But there is another opinion [1; 3], under which it is necessary to identify, and then use the most pronounced ability of individuals.

Despite the existence of various approaches, we believe that the various business processes provider (ISP) telecommunications differently stimulate creative abilities at different stages of the creative cycle. We believe that effective organization run creative cycle for staff operator (ISP) telecommunications should include the existence of separate jobs for the dreamer, realist and critic. So, one of the most effective forms of group learning and encouraging creativity based on the fact that everyone has their roadmap. However, if the idea of a particular individual is taught by someone else, it increases the probability of formalization and enrichment. Further, we offer scientific and methodical approach to the launch and operation of the creative cycle (Fig. 1) in group learning and collaborative creativity for operators (ISC) telecommunications.

Mention that our approach provides for the existence of horizontal strategic vision in corporate governance provider (ISP) telecommunications. We justified this need that vertical strategic vision (which is inherent functional approach to corporate governance), when it decides supervisor for interpersonal relationships characterized by a hierarchy element, whereby the subordinate manager provides "the right instruction." In contrast to this approach, horizontal strategic vision (which is inherent in the

process of corporate governance organization) considers that each employee – value to the organization, and therefore no "correct instructions" can not be. It should be noted that the term "vision" also has important socio-economic nature, because our methodical approach involves the use of visual and symbolic instruments to stimulate creative abilities in a group context.

In addition, the advantage of our scientific and methodical approach over others is that it reveals the impact that different ways of understanding and defining "problem (ideological) field" plan or intention to exercise our ability to seek potential solutions field. Our approach is designed for groups of four people to achieve sufficient diversity. As we mentioned above, the creative cycle has three stages: dreamer,

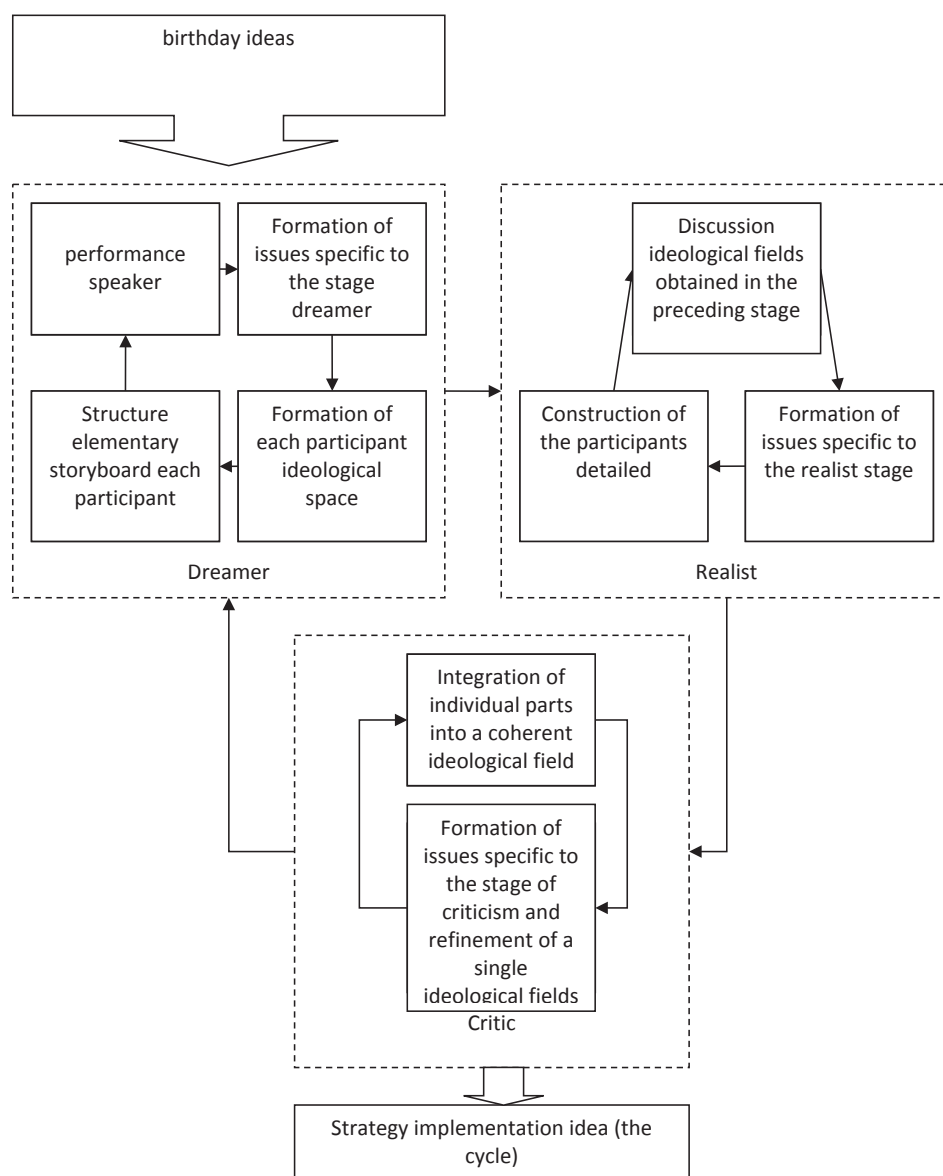


Fig. 1. The model of the credit cycle in corporate governance operators (ISPs), telecommunications

realist and critic. Will present our vision objectives functioning at each stage.

At one stage the dreamer of the group members (speaker) must describe the plan or the plan to other members of the group. The content of the problem situation or plan is unlimited. Listening to the Speaker, members of the group to make certain that the strategy of their behavior and physiology answered future dreamer. After complete description speaker "problem (ideological) field," group members should determine whether a reply was received to questions (questions that arise in the phase dreamer): 1. What do you intend to do? 2. Why do you intend to do and for what purpose? 3. What compensation will the effort? 4. How do you learn that it received? 5. Where do you want to come in the future, realizing this idea?

Phase dreamer in the horizontal strategic vision focuses on the representation on and increase in the perception of the ideological field specific plan or idea. Formation of the answers to these questions can help the speaker and other members of the group to expand, enrich and clarify their imaginary picture of the ideological field of design or plan. In the next stage, each member of the group (including the Speaker) should carry out the procedure elemental "distribution" ideas or plan. This basic "distribution" is carried out in very general terms and contains the entire plan or idea entirely. In passing, we note that the "distribution" can be made as any rough sketch or essay.

Everyone should independently make their own representative card without looking at the other pictures. Comparison of different maps and ideological assumptions fields enriches the idea of it. The group should explain their pictures, while not putting forward any proposals or decisions, without imposing Speaker way to implement the plan or the plan: they only show and explain his "storyboard". Then members of the group offered the following questions that are specific to realist phases: 1. what way will present the plan implemented? 2. How did you find out

that the goal is reached? 3. Who will do it? 4. When each phase will be implemented? 5. Where will execute each step? 6. Why should one particular step?

In terms of cognitive participants should act as if the dream is feasible and all the arguments apply only way to implement this idea or plan. Note that this action should prioritize and determine what steps need to begin the short term. Each participant group should also take an alternative position in relation to other participants and assess the plan from several different perspectives.

In the phase of criticism horizontal strategic vision assumes that all separate "divisions" should be integrated into one overall. We believe that it should make the speaker, which should establish feedback with the group and see how its own map was supplemented problem space each member of the group. This speaker re-formulates the plan or plan and provides the following approximation through a combination of new or "distribution". The team is currently considering the distribution of fresh eyes. We emphasize that the group may own or move to another location, or delay distribution at some distance from you. Then members of the group begin consideration of these matters specific to criticism phases: 1. Does the plan objectives and criteria, which formed its basis? 2. Why would anyone oppose this new plan? 3. Who will this new idea, who can it help or hinder that exist for this cause? 4. What positive includes current approach implementation plan? 5. How can I keep everything positive the implementation of this plan or idea? 6. When and where you would like to make this plan or idea?

In the "second opinion" group members should fully respect the physiology and behavior strategies criticism. At this stage, their goal is that, having considered the project from different points of view and found the weak links in the logical reasoning to reduce the probability of such problems. Emphasize that in order to be constructive critics, members of the group should first determine which parameters

have been met and to formulate their own "criticism" in the form of questions.

Once all the answers to the questions collected together, the group can appoint new speaker or may continue cyclical repetition of phases, gradually improving the plan (strategy implementation ideas).

Conclusions and prospects for further research. Thus, our scientific and methodical approach allows using hori-

zontal strategic vision iterative form optimal strategy for implementing the idea, while stimulating creative abilities of participants cycle. Logically the question of how best to form a group of participants and what features it will work, because some someone with different inclinations should combine in a creative team. The answer is likely to be offered even economics.

References:

1. Grishnova O.A. Human capital: formation in education and training: [monograph] / O.A. Grishnova – K.: Knowledge, 2001. – 254 p.
2. Shaposhnykov K.S. Corporate governance organizational development, creative principles: [monograph] / M.M. Adamkovych, Ya.P. Kvach, K.S. Shaposhnykov; Odessa Institute of Finance. – Ishmael: SMYL, 2088. – 272 pp.
3. Oleynik A.N. Institutional Economics: [textbook] / A.N. Oleynik. – M.: INFRA-M, 2002. – 416 p.
4. Modern technology strategy and corporate governance [monograph] / A.S. Redkin, V. Rehen, N.A. Hrusch; Odes. Nat. Academy of Telecommunications. A.S. Popova. – Odessa "Evens", 2004. – 216 p.
5. Hans J. Creative actions [Text] / J. Hans; trn. with it. – St. Petersburg : Aletheia, 2005. – 320 p.

Shaposnnykov K.S.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES CORPORATE TRAINING: START OF CREATIVE CYCLE

This article focuses on coverage of one of the innovative technologies cooperative learning in the field of telecommunications. On the basis of the analysis proposed model of the creative cycle in corporate management operators (ISPs), telecommunications.

Despite the apparent multidimensional manifestations of creativity, innovative technologies existing corporate training that can be effectively used in the practice of corporate governance operators (ISPs), telecommunications is not much. Consider one of them, which for us is particularly interesting since it implies launch creative cycle of three phases: a dreamer, realist and critic. It is our deep conviction when using any strategy guide operator (ISP) telecommunications should be aware that the strength of the chain is determined by the strength of its weakest link. For creative control most dangerous, in our opinion, is when such a weak link appears staff. It is then appropriate to launch creative cycle.

Creative loop group or team naturally stimulates the transition from corporate strategic vision to the development of process goals aimed at achieving the overall objective of the operator (ISP) telecommunications. In our view, the key management group creative process is the ability divide routine role participants group or team on individual cognitive processes interactive, stimulating interaction needed to implement the plan. This goal, which stimulate the creative abilities of staff certainly are promising. In addition, these goals are in a phase of long-term and short-term dreamer in phase realist.

An interesting from this point of view is the approach that says that any staff development strategy should recognize that different people have different capacity. One man more capable of being a dreamer, another realist, third critic, and therefore appropriate method to stimulate creativity in the team is focus on the development of each employee the ability to express themselves in all phases of the creative cycle. However, there is another opinion, under which it is necessary to identify, and then use the most pronounced ability of individuals.

Despite the existence of various approaches, we believe that the various business processes provider (ISP) telecommunications differently stimulate creative abilities at different stages of the creative cycle. We believe that effective organization run creative cycle for staff operator (ISP) telecommunications should include the existence of separate jobs for the dreamer, realist and critic.

Thus, our scientific and methodical approach allows using horizontal strategic vision iterative form optimal strategy for implementing the idea, while stimulating creative abilities of participant's cycle. Logically the question of how best to form a group of participants and what features it will work, because some someone with different inclinations should combine in a creative team. The answer is likely to be offered even economics.

Keywords: Innovations, creativity, corporate governance, national economies telecommunications operator.

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 330.131.7

Надрага В.І.

**УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ РИЗИКАМИ:
СУТНІСТЬ ТА МЕХАНІЗМИ**

Стаття присвячена формуванню інструментарію управління соціальними ризиками. Зазначається, що управління соціальними ризиками передбачає набір послідовних інструментів ідентифікації, аналізу ризиків та прийняття рішень, які передбачають максимізацію позитивних та мінімізацію негативних наслідків настання ринкових подій.

Ключові слова: соціальні ризики, невизначеність, управління, аналіз, моніторинг.

Статья посвящена формированию инструментария управления социальными рисками. Отмечается, что управление социальными рисками предусматривает комплекс чередующихся инструментов идентификации, анализа рисков и принятия решений, которые предусматривают максимализацию положительных и минимизацию отрицательных последствий наступления рискованных событий.

Ключевые слова: социальные риски, неопределенность, управление, анализ, мониторинг.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Поняття «управління», зазвичай, використовується в описовому та нормативному значеннях. З одного боку, через застосування управлінської термінології і можна адекватно описати процес регулювання значного масиву ризиків. Водночас, рішення щодо ризику може бути зрозумілим лише в якості результату складних взаємодій між зацікавленими сторонами. Наведена управлінська концепція надає можливості щодо більш глибокого пізнання ризиків, а також пояснення суспільної динаміки їх актуалізації.

Необхідність розробки та впровадження дієвих заходів державної політики, спрямованих на управління соціальними ризиками, зумовлена, пасам перед, тим, що [1]:

- по-перше, занадто високий ступінь ризиків підвищує почуття небезпеки, незахищеності людей, тим самим знижуючи якість життя;

по-друге, заходи зі зменшення впливу та подолання наслідків непередбачених (або передбачених, але недооцінених) подій можуть мати занадто високу ціну для суспільства і, відповідно, бути неефективними з соціального погляду.

Потреба управління ризиками зумовлена також тим, що відповідні практики регулювання не завжди враховують їх поточні характеристики. На сьогодні цілком очевидним є той факт, що характер більшості ризиків є, а тому процес їх мінімізації вимагає координації діяльності та довіри між різними зацікавленими сторонами, які мають різні інтереси й уявлення щодо соціальних ризиків.

У теперішній час на тлі недостатньо ефективного прогнозування соціальних ризиків та мінімізації їх впливу в ряді, навіть розвинених країн, спостерігається зниження довіри суспільства до здатності експертного середовища,

політиків і урядовців оперувати ризиками. Це супроводжується зростаючим попитом на участь громадськості та бізнесу у прийнятті обґрунтованих управлінських рішень щодо дієвої соціально-економічної політики. Відповідно, виникають умови для формування міжсекторальної партнерства, як організованої, взаємовигідної, збалансованої та рівноправної взаємодії трьох суспільних секторів – державного, громадського та бізнес-сектору [2, с. 32].

Метою статті є аналіз найбільш поширених методів управління ризиками та визначення можливостей їх використання в процесі регуляторного впливу на соціальні ризики.

Аналіз досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. В концептуальних основах управління ризик вивчається в якості окремої наукової категорії та необхідного елементу управлінського рішення: ризик – це ситуаційна властивість, пов'язана з управлінською діяльністю, прийняттям рішення та можливими негативними його наслідками. Сутність управління ризиками полягає в максималізації набору обставин, які підлягають контролю, а також у мінімізації параметрів, причинно-наслідковий зв'язок між якими є неясним і контролювати їх неможливо [3]. Управління ризиком включає три взаємоузгоджені структурно-функціональні аспекти у вигляді своєрідної системи [4]:

- ризик як небезпека чи загроза (ризик пов'язується з небезпекою – природною чи створеною людиною);
- ризик як невизначеність (джерелом невизначеності виступає недосконалість знання або ж випадковість, яку передбачити неможливо);
- ризик як стимул (ризик передбачає використання методик максимізації виграшу за одночасної мінімізації втрат).

Аналізуючи ситуацію прийняття рішень за умов невизначеності, необхідно розрізняти невизначеність, яка виникає внаслідок недостатності зна-

ння щодо можливого стану середовища, а також невизначеність у понятійному апараті (відсутність очевидного критерію для оцінки стану об'єкта). Ці два види невизначеності є співставними, оскільки їх формальні ймовірнісні параметри можуть розглядатися в якості компонент-векторного критерію стану об'єкта. Зазвичай, вони розглядаються окремо: перший – у межах теорії ймовірності, другий – теорії багатокритеріальної оптимізації.

Досліджуючи роль випадковості, ризику у формуванні та функціонуванні системи державного управління Е. Тоффлер [5] зазначив, що влада обумовлена розривами в ланцюгу причин, незапрограмованими обставинами, вона залежить від випадковостей, які наявні у всесвіті та поведінці людей. Однак влада не може упроваджуватися у світі, який підпорядковується лише випадку. Тому вона можлива лише за умови сполучення випадковості і необхідності, хаосу і порядку. Саме прагнення до порядку, в основному, виправдовує процес управління як такий.

Результати дослідження. Європейська Комісія використовує термін «управління ризиками» в якості комплексного поняття, що охоплює ризики ідентифікації, оцінки, управління і попередження ризику [6].

Заслугує на увагу підхід Міжнародної ради з управління ризиками, основним завданням якої є дослідження сучасних, проблем оцінки ризиків та управління ними, а також обмін інформацією між провідними дослідниками у цій сфері. Він полягає у тому, що в системі управління ризиками центральне місце повинен займати обмін інформацією (рис. 1) [7].

Виходячи з наведеного підходу, прийняття рішень і управління ризиками повинне здійснюватися на основі розуміння процесів та подій, що можуть відбутися у майбутньому. У даному випадку, підсумкова оцінка ризику є результатом поєднання наявних знань та різноманітних оцінок, детального

аналізу статистичних та причинно-наслідкових зв'язків, а також вивчення впливу управлінських рішень.

Ключовим моментом в управлінні ризиками є ідентифікація різних видів ризиків. Виходячи з напрацьованих на сьогодні теорій, управління ризиками повинне виходити з того, що чіткої межі між невизначеністю і ризиком встановити неможливо (на відміну від популярної раніше позитивістської парадигми, де вони могли повністю виражатися числовими значеннями).

Разом з цим, окремі види ризиків є відносно простими, вони добре формалізуються і піддаються аналізу. У цих випадках попередній досвід і наявність пов'язаних із ними статистичних даних роблять можливою і цілком прийнятною оцінку ймовірності та визначення відповідних впливів. Прикладами таких ризиків є, зокрема, досліджені вище ризики безробіття, втрати доходів, тимчасової непрацездатності тощо.

Управління ризиками виступає особливим і досить складним видом діяльності, оскільки пов'язане не лише з неоднозначним розумінням самого поняття ризику, але й з багатогранністю його проявів і можливостей мінімізації негативних його наслідків. У цілому, доцільно виділити три можливі напрямки управлінського впливу, направлено на зменшення ймовірності настання негативних соціальних наслідків актуалізації ризиків:

- управління шляхом впливу на причини виникнення ризиків;
- управління через вплив на причинно-наслідкові зв'язки;
- комбінування перших двох напрямків.

Під управлінням ризиком пропонується розуміти процес вироблення оптимальної стратегії, направленої на досягнення балансу між виграшам внаслідок зменшення ризику та витратами, які спричинить реалізація цього сценарію (включаючи відмову від будь-яких дій). В якості головного методологічного принципу управління ризиками приймемо необхідність забезпечення співрозмірності негативних наслідків та ступеня ймовірності настання події шляхом їх оцінки у відповідних одиницях вимірювання.

Процес управління ризиками доцільно поділити на декілька послідовних етапів:

- аналіз, який має на меті отримання необхідної інформації щодо структури, властивостей наявних ризиків. На його основі проводиться оцінка, яка може бути якісною (дозволяє визначити основні фактори ризику та причини їх актуалізації) та кількісною (дозволяє отримати цифрові значення параметрів ризику);
- вибір методів впливу на основі оцінки (обумовлюється необхідністю порівняння ефективності різних варіантів мінімізації можливих збитків і може проводитися на основі різних критеріїв, у тому числі й економічних);

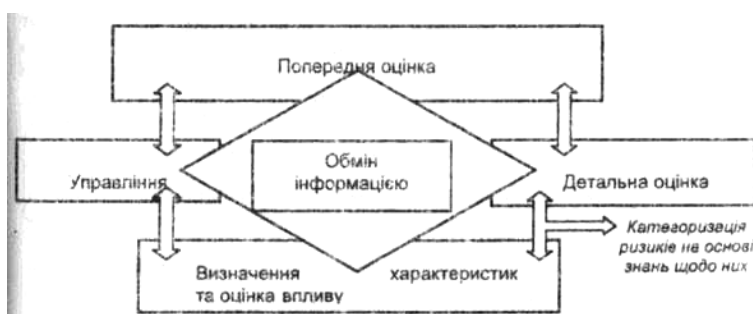


Рис. 1. Система управління ризиками на основі обміну інформацією

Джерело: побудовано автором на основі [7]

- прийняття управлінського рішення (вимагає формування загальної стратегії управління сукупністю ризиків із визначенням фінансових та інших ресурсів);

- безпосередній вплив на ризики (може бути представлений зниженням, збереженням та передачею ризиків);

- контроль і корегування результатів (реалізується на основі отриманої нової інформації щодо змін у характеристиках ризику).

Для ефективного управління соціальними ризиками, з метою їх мінімізації доцільно розвивати підходи, за якими соціальні ризики розглядаються як багатоаспектні складні об'єктивно-суб'єктивні явища, що характеризуються невизначеністю, неоднозначністю та багатофакторністю. Це зумовлює:

- необхідність чіткої ідентифікації соціальних ризиків;

- упровадження дієвого контролю за наслідками їх актуалізації;

- розробку дієвих превентивних заходів.

Разом з цим, окремі види соціальних ризиків можуть розглядатися в якості цілісних неструктурованих явищ, а відповідно, вони можуть бути достатньо точно оцінені. Ефективне відстеження соціальних ризиків може бути реалізоване лише на основі розробки та впровадження системи моніторингу й оцінки ризиків. Важливо, що аналіз соціальних ризиків має передбачати не лише власне оцінку того чи іншого виду ризику, але й середовища, в якому він реалізується, включаючи суб'єктивне сприйняття його населенням.

Щодо підходів до, мінімізації соціальних ризиків, то тут, на наш погляд, має бути упроваджений принцип «оцінка та мінімізація». Він передбачає розробку заходів з мінімізації певного соціального ризику виключно на основі результатів його моніторингу та оцінки (рис. 2).

Важливо зазначити, що при розробці механізмів мінімізації соціальних ризиків, як правило, розглядають такі основні сфери упровадження соціальної політики/як доходи, ринок праці, охорона здоров'я, підтримка сім'ї, освіта, міграційна політика. Для кожної із зазначених сфер формуються свої рекомендації, однак, при цьому, у більшості випадків, не враховується, що у кожній сфері механізми мінімізації ризиків, їх сприйняття та вплив середовища на можливості їх реалізації можуть бути різними. Окрім цього, за такої диференціації основних аспектів соціальних ризиків виникає проблема збалансованості заходів щодо їх мінімізації.

Тому, у випадку, коли, наприклад, попередня оцінка засвідчує, що рівні того чи іншого виду ризику об'єктивно не є загрозливими, однак його сприйняття у суспільстві є занадто гострим, то слід зробити акцент саме на заходах, направлених на пом'якшення сприйняття ризику, а не реалізовувати затратні програми зниження об'єктивного рівня цього ризику. З цього слідує, що в процесі розробки політики мінімізації соціальних ризиків доцільно використовувати спеціальні механізми для того чи іншого виду ризику (рис. 3).

Для прикладу, проведемо аналіз рекомендацій щодо напрямів зменшення соціальних ризиків у сфері полі-

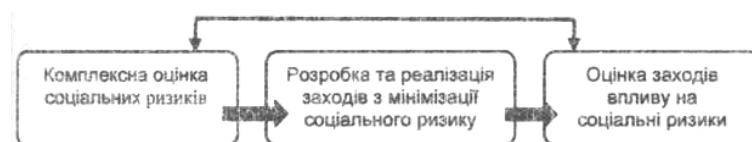


Рис. 2. Схема реалізації принципу «оцінка та мінімізація»

Джерело: авторська розробка

тики доходів, наведених у роботі [2]. В якості основних завдань у сфері оплати праці відмічаються наступні: модернізація існуючих стандартів і норм продуктивності праці; удосконалення законодавства про оплату праці; встановлення мінімальної заробітної плати на рівні не нижче прожиткового мінімуму для працездатних осіб; запровадження регулярного перегляду споживчого кошику, за яким формується прожитковий мінімум і т. д. На нашу думку, наведені положення стосуються умов, в яких реалізуються ризики зниження доходів населення, а не власне самих соціальних ризиків.

У цій же роботі відзначається, що для ринку праці пріоритетне забезпечення зайнятості економічного активного населення потребує не тільки досягнення макроекономічної стабілізації та фінансового оздоровлення економіки, забезпечення інвестиційної привабливості країни й стимулювання працездатного населення до активної поведінки на ринку праці. Наростання негативних явищ на національному ринку праці пов'язано, передусім, зі зростанням обсягів безробіття, поширенням масштабів вимушеної неповної зайнятості, скороченням можливостей працевлаштування незайнятого населення. Тобто запропоновані заходи також стосуються, насамперед, середовища, в якому відбувається реалізація відповідних соціальних ризиків.

Зазначаючи обґрунтованість та актуальність сформульованих у більшості напрацьованих на сьогодні рекомендацій щодо шляхів та умов мінімізації соціальних ризиків, вважаємо за необхідне звернути увагу на таке.

По-перше, як слідує з наведених прикладів, дослідниками та експертами, насамперед, формуються загальні рекомендації, що стосуються існуючих в Україні умов (середовища), в яких реалізуються або можуть реалізуватися відповідні ризики. Такі рекомендації ґрунтуються на адекватних результатах аналізу ситуації у відповідній сфері життєдіяльності суспільства та на досвіді експертів. Але, оскільки при цьому відсутня оцінна складова яка відповідає конкретній групі соціальних ризиків, то порушується принцип «оцінка та мінімізація». Тобто рекомендації, у багатьох випадках, набувають традиційного вигляду «покращень», «поліпшень», «підвищень» та ін., які фактично не пов'язані з конкретними оцінками ситуації (аналіз ситуації якщо і подається, то міститься в іншій частині відповідних матеріалів і не використовує оцінок конкретних ризиків). Крім того, не наводяться і цільові значення відповідних характеристик ризиків, що пояснюється відсутністю інструментарію оцінювання.

По-друге, в рекомендаціях фактично не приділяється значної уваги проблемам покращання сприйняття насе-

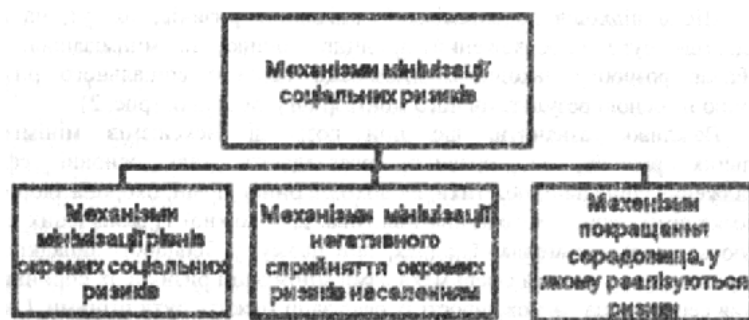


Рис. 3. Диференціація механізмів мінімізації соціальних ризиків

Джерело: авторська розробка

ленням соціальних ризиків. Як було зазначено вище, особливості такого сприйняття, за певних умов, можуть відігравати вирішальну роль у зростанні або зниженні соціальної напруженості. Окреслена ситуація пояснюється тим, що органи державної статистики не проводять соціологічних досліджень і не публікують, зокрема, показників сприйняття населенням соціальних ризиків. Обстеження, що проводяться у цій сфері недержавними соціологічними установами, не носять систематичного характеру, а показники, які в них вимірюються, не узгоджені з оцінками інших аспектів соціальних ризиків.

По-третє, в рекомендаціях щодо зниження соціальних ризиків практично не використовуються кількісні оцінки ризиків, а лише показники, які опосередковано пов'язані з відповідними ризиками, наприклад рівні безробіття за окремими групами населення, рівні доходів за окремими групами домогосподарств тощо.

Виходячи із зробленого припущення, що в системі управління соціальними ризиками і, відповідно, у підходах до розв'язання проблеми їх мінімізації центральне місце займають інформація та ефективний інформаційний обмін, слід констатувати нерозвиненість означеної системи в Україні. Дійсно, аналіз ситуації з інформаційним забезпеченням та рівнем підготовки фахівців щодо можливостей використання, навіть загальнодоступної інформації, наприклад основних показників соціальної політики, засвідчує неповноту даних, а також, подекуди, недостатню кваліфікацію службовців органів державного управління.

Зокрема, характеризуючи базу для оцінки ризиків при формуванні політики доходів населення, слід звернути увагу, що офіційні оцінки показників доходів, диференціації населення за доходами та рівнем життя викликають ряд запитань. Насамперед, це відсутність інформації щодо можливості та особливостей Бракування доходів від

зайнятості населення у тіньовому секторі економіки, від нелегальної трудової міграції, від власності тощо. Виникають сумніви щодо відповідності наведених офіційних оцінок показників диференціації населення за доходами. Так, наприклад, у звіті з людського розвитку за 2014 рік [8] індекс Джині для України, скоригований з метою урахування нерівності доходів, становить лише 25,6%, що помітно нижче, ніж у всіх інших країнах групи з високим рівнем людського розвитку (середнє значення цього показника тут становить близько 41,2%). Навіть у Республіці Білорусь, економіка і соціальна політика якої зберегли набагато більше ознак соціалістичної системи, цей індекс становить 26,5%. Аналогічним є співвідношення й інших показників диференціації, таких як показники концентрації доходів, індекси нерівності тощо.

Не менш важливим аспектом наукового супроводження управління соціальними ризиками є питання адекватного використання отриманої інформації. Відповідь на дане питання можливе на основі використання інформації з різних джерел та оперуванням достатньо складними статистико-математичними методами розрахунків. Так, наприклад, користувачами уточненої інформації щодо рівня окремих видів соціальних ризиків мають бути фахівці управлінь праці та соціального захисту, Міністерства соціальної політики України, зацікавлених органів центральної та місцевої виконавчої влади, науководослідних установ, громадських організацій, засобів масової інформації. Тому для спеціалістів є досить актуальною проблема володіння відповідними компетенціями.

Виходячи з наведеного, можливості застосування сучасних складних інструментів аналізу та оцінки соціальних ризиків значною мірою визначаються обсягами та якістю наявних і доступних релевантних даних, кваліфікацією виконавців та часом, який допускається витратити на дослідження.

Щодо часового інтервалу, необхідного для проведення оцінки соціальних ризиків, то представляється доцільним застосувати такий підхід. Поряд з інструментами багатоаспектної інтегральної оцінки соціальних ризиків, який передбачатиме проведення систематичних поглиблених досліджень ризиків, необхідно розробити спрощену методику їх швидкого оцінювання та аналізу.

Головними цілями швидкого оцінювання та аналізу соціальних ризиків є забезпечення зацікавлених сторін наближеними оцінками для прийняття обґрунтованих рішень щодо мінімізації ризиків, підвищення кваліфікації всіх учасників процесу, підготовка орієнтирів для більш зонного оцінювання.

При швидкому оцінюванні пропонується використання даних із всіх розглянутих раніше джерел інформації, з урахуванням того, що частина інформації і них може надходити зі значним запізненням (наприклад, дані СНР та вибіркового обстеження). Також в процесі швидкого оцінювання, як правило, немає можливості використати дані спеціально організованих соціологічних вибіркового обстеження, а лише результати фокус-групових досліджень, поглиблених інтерв'ю та ін.

Особливістю методології швидкого оцінювання є використання показників, розрахованих не на основі методів моделювання та інтегральних показників, а первинних даних, які дозволяють здійснити оперативний аналіз окремих ризиків, оцінити зміни їх рівня та наближено спрогнозувати відповідні бренди. Власне, оцінка та аналіз будь-яких ризиків в Україні здійснюється, наразі, на основі підходів дуже близьких до швидкого оцінювання, їх можна назвати «дуже швидким оцінюванням», оскільки воно здійснюється, у більшості випадків, окремими експертами (а іноді і не експертами) на основі дуже обмеженого обсягу інформації.

Оцінка середовища є невід'ємною частиною моніторингу та оцінювання соціальних ризиків. Політика мініміза-

ції соціальних ризиків, орієнтована на поліпшення середовища, в якому реалізуються ризики, має досить значний потенціал ефективності.

Політика управління соціальними ризиками в частині мінімізації негативного сприйняття ризиків населенням має бути зорієнтована на такі заходи:

- підвищення рівня обізнаності населення про події, які обумовлюють настання певних соціальних ризиків у суспільстві, про ризики, які вже виникли, їх масштаби (кількісну оцінку), результати моніторингу та про заходи мінімізації ризиків,

- підвищення рівня грамотності населення щодо механізмів моніторингу і оцінки ризиків та адекватної поведінки у відповідних ситуаціях,

- відслідковування та вжиття заходів щодо нівелювання впливу чуток і домислів, як самостійної інформації, що знаходиться поза межами науково-обґрунтованого знання та досвіду і породжує необґрунтоване відчуття тривоги та страху;

- підвищення ролі ЗМІ в інформуванні населення щодо актуалізації певних видів ризиків.

Важливо також відмітити, що регулювання, попередження та мінімізація соціальних ризиків є одним із напрямків реалізації бюджетної політики, адже саме обсягами видатків бюджету обумовлюється можливість реалізації ефективної соціально-економічної політики в частині підтримки соціально незахищених верств населення, реалізації соціальних програм тощо і, що дуже важливо – забезпечується можливість проведення моніторингу та оцінки соціальних ризиків.

Висновки. В умовах транзитивного характеру соціально-економічного розвитку України, враховуючи сучасні соціальні виклики, політика управління ризиками має формуватися на наступних принципах: попередження і включення; інтеграція; відображення.

Серед наведених принципів найбільш значимим виглядає принцип

попередження, оскільки, за його відсутності ефективне управління ризиками неможливе взагалі.

Принцип інтеграції передбачає необхідність отримання й обробки інформації з різних джерел щодо невизначеності та перспектив розвитку ризиків. Відповідно до цього принципу, досвід методологічного та організаційного характеру не може розглядатися в якості інструменту для забезпечення чіткого та однозначного вирішення проблем регулювання ризиків.

Використання принципу відображення дозволяє експертам, учасникам та інституціям критично оцінювати власні дії щодо управлінського впливу на динаміку соціальних ризиків. Відповідно, це дає можливість забезпечити баланс в оцінках ризиків з отриманням результатної, яка буде відображати колективну думку.

Управлінські заходи мають бути спрямовані на окремі аспекти чи види

соціальних ризиків та бути збалансованими, що передбачає визначення найбільш актуального та зосередження зусиль саме на зменшенні його впливу. Такий підхід зумовлює необхідність мінімізації витрат ресурсів на зниження впливу тих ризиків, які не несуть загрозового характеру.

Мінімізація соціальних ризиків має бути пріоритетом діяльності у цій сфері всіх учасників міжсекторального партнерства: держави, громадськості та бізнес-сектору. При цьому, враховуючи неоднорідність експертного середовища, до обговорення заходів політики доцільно залучати, поряд з експертами та фахівцями, широкого кола представників зазначених секторів. Основними принципами залучення зацікавлених сторін до розробки заходів політики мінімізації ризиків мають бути: включеність і рівність; прозорість, відкритість, ясність; відданість справі; причетність; доступність; підзвітність, зміцнення потенціалу; добровільна участь.

Список використаних джерел:

1. Cafiero C., Vakis R., Risk and Vulnerability Considerations in Poverty Analysis: Recent Advances and Future Directions. – The World Bank Social Protection. Discussion paper 06 IO, Washington, D.C., 2006. – 31 p.
2. Людський розвиток в Україні: мінімізація соціальних ризиків (колективна науково-аналітична монографія) / за ред. Е. М. Лібанової. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, Держкомстат України, 2010. – 496 с.
3. Бернштейн П. Л. Против богов. Укрощение риска / П. Л. Бернштейн. – М.: Олимп-Бизнес, 2000. – 400 с.
4. Schaefer, R. (1978). What are we talking about when we talk about "risk"? [Laxenburg, Austria]: International Institute for Applied Systems Analysis.
5. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. Знание, богатство и сила на пороге XXI в. (Пер. с англ.) /Элвин Тоффлер. – М.: АСТ, 2001. – 669 с.
6. Risk management – European Commission. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://ec.europa.eu/health/preparednessresponse/riskmanagement/index_en.htm.
7. Rocser, S. (2012). Handbook of risk theory. Dordrecht: Springer Science+Business Media B.V. S. Human Development Report. 2014. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://hdr.undp.org/sites/default/files/hd14-report-en-1.pdf>.

Nadraga V.I.

SOCIAL RISKS MANAGEMENT: THE ESSENCE AND MECHANISMS

The article is devoted to the formation of the social risk management instrumentation. It has been noted that the social risk management involves a set of consistent tools of identification, risk analysis and decision-making that involve the maximization of positive and the minimization of negative consequences of the occurrence of risk events. Additional resource in the social risk management can be creation of organizational and managerial mechanisms aimed at the social protection of social interests of a person or society. The author distinguishes the three possible directions of managerial influence, aimed at reducing the negative social consequences of risks' actualization: management by acting on the causes of risks; management through the influence on cause-effect relationships, the combination of the first two directions. The basic methodological principle of the risk management is the necessity to ensure the appropriateness of the negative effects and the degree of probability of the events' occurrence through the analysis and assessment in the relevant units of measurement.

It has been noted that in the conditions of the transitive type of social and economic development of Ukraine, risk management policy should be based on the following principles: prevention and inclusion; integration; reflection. To minimize the social risks, the base of the appropriate managerial approaches should be the mechanisms according to which the social risks are considered as sophisticated multifaceted objective-subjective phenomena that are characterized by the uncertainty, ambiguity and multi-factor. It is extremely important that the analysis of the social risks should involve both the consideration of a particular type of risk itself, and the environment in which it is implemented including the subjective perception by population. In the process of development of the mechanisms of the social risks minimizing it is proposed to consider the following key areas of the social policy: income, labour market, health care, family support, education, migration policy. For each of these areas it is necessary to elaborate the appropriate recommendations. The idea is that for each recommendation, the mechanisms to minimize risks, perception of them and the environmental influence on the possibility of their implementation may differ significantly.

In the system of the social risks management and therefore, in the approaches to solving the problem of their minimization, the availability of accurate and the most complete information plays a key role. Based on the results of the analysis, the underdevelopment of the domestic information system, which often results in distortion of the social and economic indices that serve as the basis for the social risks' analysis, has been noted. The necessity to develop a simplified technique of rapid assessment of the social risks, which must precede their systemic and multidimensional analysis, has been proved.

Keywords: social risks, uncertainty, management, analysis, monitoring.

Сталь Т.В.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ КАК ОБЪЕКТ ПОНЯТИЙНОГО АНАЛИЗА

У статті проведено аналіз такого поняття як «інтелектуальні ресурси». Запропоновано його нове розширене визначення, що синтезує існуючі трактування. Запропоновано структуру інтелектуальних ресурсів.

Ключові слова: інтелектуальні ресурси, інтелектуальний капітал, потенціал, понятійний аналіз, структура інтелектуальних ресурсів

В статье проведен анализ такого понятия, как интеллектуальная собственность. Предложено его новое расширенное значение, которое синтезирует, существующие трактования. Предложена структура интеллектуальных ресурсов.

Ключевые слова: интеллектуальные ресурсы, интеллектуальный капитал, потенциал, понятийный анализ, структура интеллектуальных ресурсов.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными заданиями. В классической экономической теории к факторам производства относятся труд, капитал, земля, а в современной стали добавлять предпринимательство.

Объединяющими все вышеперечисленные становятся интеллектуальные ресурсы, которые способны повысить эффективность использования всех остальных. На сегодняшний день нет четкого и однозначного определения понятия «интеллектуальный ресурс» (ИР). Данный термин смешивают с такими как «интеллектуальный капитал» (ИК), «потенциал», «нематериальные активы», что приводит к размытию значения терминов и их смысловой нагрузки.

Также следует отметить, что существует проблема количественной оценки ИР. Нет четкой системы критериев для оценки эффективности использования тех или иных составляющих ИР, их информационного облика, а также материальных оценок влияния ИР на уровень разработки новой проблемы, объекта, изделия как продукта человеческой деятельности.

Цель исследования. Решение Проблемы терминологической четкости и при высоком уровне обобщения поня-

тия ИР. а также формализации оценки количественного вклада используемого ИР в создание продукта человеческой деятельности (оценки информационного аспекта использования ИР в практической деятельности).

Анализ последних публикаций по проблеме. Для решения терминологической проблемы был проведен анализ существующих концепций ИР. Например, термин «нематериальные активы» тесно ассоциируется с бухгалтерским использованием, при котором за его рамками остаются важнейшие активы, создаваемые в результате инновационной деятельности, но имеет четкое, законодательно закрепленное определение как «немонетарного актива, не имеющего материальной формы и имеющей возможность быть идентифицированным» [1].

Термин ИК употребляется достаточно часто, но разными авторами вкладывается разное значение. Л. Эдвинсон видит в ИК «знания, генерирующие стоимость для организации и состоящие из человеческого капитала, структурного капитала и клиентского капитала» [10], недостатком такого определения является сведение к общему понятию «знания».

Т. Стюарт рассматривает ИК как «сумму всего того, что знают работники компании и что дает конкурентное преимущество компании на рынке» [11], преимуществом такую определения является понимание роли ИК как создания конкурентного преимущества, недостатком отсутствие определенности необходимой для оценки.

В [12] ИК рассматривается как знания, выраженные в форме активов, которые в наибольшей степени усиливают конкурентоспособность компании, генерируя добавленную стоимость ее акционерам, недостатком такого определения является опять же неточность понятия «знания», неясен критерий «наибольшей степени», при данной формулировке необходимо конкретизировать определение таких активов как знания.

В результате этого анализа видно, что в большинстве случаев наиболее распространенные варианты понятий ИК имеют достаточно общий характер и обычно подразумевает сумму тех знаний работников компании, которая обеспечивает ее конкурентоспособность. При этом, например, составляющая информационной технологии не раскрывается или вообще игнорируется.

Помимо недостаточной конкретизации большинства приведенных определений, у всех из них есть еще один, общий, недостаток: отсутствие условий взаимодействия различных составляющих ИК, при которых возможен синергетический эффект (образование добавленной стоимости, конкурентного преимущества). Стоит отметить, что некоторые из авторов рассмотренных определений в рамках разработанных ими концепций ИК рассуждают об этих взаимодействиях. Однако в резюмирующем определении данные условия не выносятся.

В ходе анализа исследований и публикаций был отобран ряд определений, отображающих термин ИР.

И. М. Чамара определяет ИР как «диалектическое единство носителей

интеллекта, высокообразованных личностей в совокупности их Профессиональных, квалификационных, личных, коммуникативных качеств и результатов их интеллектуальной деятельности, которые могут иметь вещественную и невещественную формы и находить проявление в изобретениях, ноу-хау, информационно-коммуникационных технологиях и т. д.» [8]. Данное достаточно объемно, из-за чего его сложно адаптировать для целей оценки конкретных ИР, например, определенной организации. М. К. Ахтямов, Н. А. Кузнецова, Л. В. Саакова определяют ИР компании следующим образом «совокупные мыслительные способности всех ее сотрудников, которые они используют для выработки наиболее адекватных складывающимся рыночным условиям решений, позволяющих компании сохранять устойчивое развитие» [3]. Недостатком данного определения является отсутствие описанных результатов «мыслительных способностей», таких как объекты права интеллектуальной собственности.

Л. А. Абрамова рассматривает ИР относительно предприятий сферы услуг как «совокупность научно-производственных, финансовых, маркетинговых, организационно-управленческих, кадровых, информационно-технологических, юридических и других идей, методов, инструментов, технологий, различных форм существования информации, полученных в результате интеллектуального труда сотрудников предприятий сферы услуг и имеющих коммерческую ценность» [2]. Недостатком данного понятия является отсутствие носителей идей.

Е. И. Марковская характеризует ИР предприятия как «результаты творческого и интеллектуального труда людей, а также организационные знания, присущие данному предприятию» [4]. В данном определении нет упоминания о маркетинговой и инфраструктурной составляющих понятия ИР. С. В. Никифоров и А. Н. Мамров в каче-

стве ИР предприятия выделяют «коллективную способность членов организации к творческому мышлению и разработке эффективных решений (технических, управленческих, финансовых и т.п.) не упоминая что важна не только способность, но и умение ею воспользоваться.

Н. В. Федорова определяет ИР как совокупность четырех составляющих видов ресурсов: человеческих, организационных, информационных и коммуникационных, обеспечивающих рост конкурентоспособности промышленного предприятия. [7], что, по сути, является аналогичным понятию ИК, введенного Т. Стюардом [6].

Изложение основных результатов исследования с их обоснованием. Обзор вышеуказанных характеристик выявляет три основных позиции современных исследователей по поводу видения понятия ИР. Анализ данных трактовок: «совокупность знаний, умений, навыков, способностей индивида», «единство носителей интеллекта и результатов их интеллектуальной деятельности», «система отношений по поводу производства новых или обогащенных (обновленных) знаний и интеллектуальных способностей индивидумов» обнаруживает существенный пробел, а именно недостаточное внимание исследователей к процессу создания новых интеллектуальных ресурсов.

С этой точки зрения предлагается определение, учитывающее обозначенные пробелы и дающее основание для более глубоких исследований на предмет процесса формирования, развития и воспроизводства ИР. ИР – это система человеческих, рыночных инфраструктурных, нематериальных, организационных активов, обладающих способностью воссоздаваться и овеществляться в процессе интеллектуальной деятельности, направленной на производство новейших знаний для обеспечения устойчивого экономического роста.

При всем обилии русскоязычных публикаций, в которых употребляются

вышеприведенные термины, до сих пор отсутствуют конкретные разработки, объясняющие методологические аспекты изучения и измерения потенциала ИР.

В русскоязычной научной литературе преобладают работы, относящиеся к тем или иным практическим аспектам ИР, без конкретных утонений относительно того как они могут быть определены, изучены и измерены, хотя именно от способности предприятия генерировать и перерабатывать ИР зависит успешное экономическое развитие как отдельного предприятия, так и страны в целом. Именно ИР генерируют добавленную стоимость продуктов и услуг.

Исходя из вышеизложенного, можно перейти к следующей поднятой проблеме, а именно структуре ИР.

Для анализа структуры ИР, рассмотрим структуру И. К. предложенную шведской компании «Скандия» [9], которая на практике применила концепцию ИК, состоящего из человеческого, организационного и потребительского капитала и определяемого как разница между рыночной оценкой стоимости компании и ее физическими активами.

Содержательные характеристики данных понятий следующие:

человеческий капитал включает в себя знания, практические навыки, творческие и мыслительные способности людей, их моральные ценности, культуру труда;

организационный – это процедуры, технологии, системы управления, техническое и программное обеспечение, патенты, бренды, культура организации; потребительский капитал складывается из отношений с клиентами.

Некоторые авторы отдельной и существенной составляющей ИР выделяют креативные (творческие) ресурсы. Креативные ресурсы организации – это способности сотрудников компании к творческой, Новаторской деятельности.

Креативность больше предполагает создание нового знания (продукта), а не только со способностью мыслить. В то же время, креативность – часть интеллекта, следовательно, креативные ресурсы можно рассматривать часть интеллектуальных, а именно человеческих ресурсов. Но данная информационная характеристика составляющих ИК кажется неполной и нуждается в дополнении, как категорий, так и ее составляющих. Так стоит рассматривать такие категории как рыночная, человеческая, инфраструктурная, организационная, нематериальные активы.

В состав рыночной категории относятся такие составляющие как: база организаций, с которыми сотрудничает предприятие; репутация предприятия; база предприятий, которые являются заказниками продукции предприятия; каналы распространения информации о предприятии.

К следующей категории – человеческих – относится: кадровая политика предприятия; знания персонала; квалификация персонала; материальное обеспечение. В инфраструктурную категорию входят такие компоненты: методы PR; информационные технологии; связи в деловых кругах.

В организационную категорию входят способы коммуникации с персоналом, клиентами, деловыми партнерами; технологии и методы ведения бизнеса; система экономической безопасности фирмы. В последнюю кате-

горию входят нематериальные активы: промышленная собственность, объекты авторского права; общая характеристика; нетрадиционные объекты.

Выводы. Подводя итог, можно сказать, что понятие ИР достаточно новое понятие и относится к базовым в новой экономике знаний.

Таким образом, ИР – это система человеческих, рыночных, инфраструктурных, нематериальных, организационных активов, обладающих способностью воссоздаваться и овеществляться в процессе интеллектуальной деятельности, направленной на производство новейших знаний для обеспечения устойчивого экономического роста.

Для количественных оценок эффективности ИР, как элемента созидательного процесса информационные технологии являются органически необходимым элементом, позволяющим не только оценить вклад ИР в конкретные проекты, но и оптимизировать соотношение различных компонент ИР в процессе создания нового продукта.

Инструментом для выполнения такой работы в значительной мере может стать информационный анализ, в основе которого лежит разработка информационных моделей ИР. Такой подход существенно расширяет не только понятийные основы, но и усиливает концептуальные положения, связанные с вовлечением ИР в созидательные акты и процессы.

Список использованных источников:

1. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 8 «Нематериальные; активы», утвержден Приказом Министерства финансов Украины от 18.10.1999 Л. 242 «Про утверждение Положение (стандарта) бухгалтерского учета»
2. Абрамова Л. А. Эффективность использования интеллектуальных ресурсов предприятиями сферы услуг: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Л. А. Абрамова. – Тольятти, 2012. – 20 с.
3. Ахтямов М. К., Кузнецова Н. А., Саакова Л. В. Обоснование критерия эффективности использования интеллектуальных ресурсов; М. К. Ахтямов, Н. А. Кузнецова, Л. В. Саакова // «Креативная экономика» 5 (53). – 2011. – С. 17-25.
4. Марковская Е. И. Интеллектуальные ресурсы в обеспечении конкурентоспособности предприятия: Автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Е. И. Марковская – Санкт-Петербург, 2002. – 24 с.

5. Никифорова С. В., Мамров А. Н. Конкурентные преимущества предприятия на международном рынке / С. В. Никифорова, А. Н. Мамров – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2004. – 173 с.
6. Стюард Томас А. Интеллектуальный капитал Новый источник богатства организаций : пер. с англ. В. Ноздриной / Томас А. Стюард – М. Поколение, 2007. – 368 с.
7. Федорова Н. В. Управление интеллектуальными ресурсами промышленного предприятия: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Н. В. Федорова. – Красноярск, 2002. – 20 с.
8. Чамара И. М. Интеллектуальные ресурсы в мирохозяйственном развитии. Автореферат диссертации на соискание научной степени кандидата экономических наук / И. М. Чамара. – Киев, 2007. – 24 с.
9. Edvinsson L. Developing intellectual capital at Skandia / L. Edvinsson. – Long Range Planning, № 3, 1997. – P. 366-373.
10. Edvinsson L., Malone M. S. Intellectual Capital realizing Your Company's True Value By Finding Its Hidden Brainpower / L. Edvinsson . M. S. Malone – New York: Harper Business, 1997. – 240 p.
11. Stewart T.A. Brainpower: How Intellectual Capital is Becoming America's Most Valuable Asset / T. A. Stewart. – FORTUNE, 1991. – pp. 44-60.
12. Sudarsanam S. Valuation of Intellectual Capital and Real Option* Model / S. Sudarsanam. – Cranfield University, 2003. – 164 p.

Stal T.V.

INTELLECTUAL RESOURCES AS AN OBJECT OF CONCEPTUAL ANALYSIS

In classical economic theory factors of production are labor, capital, land. Now to that factors enterprise starts to add. Combines all of the above are the intellectual resources that can improve the efficiency of all the others.

Solving the problem of terminological clarity with a high level of generalization or the concept of intellectual resources, as well as the formalization used to assess the quantitative contribution of intellectual resources to create a product of human activity (evaluation of the information aspects of the use of intelligent resources in practice).

The article analyzes such thing as "intellectual resources". Considered similar to mixing the concept of "intellectual capital", "potential", "intangible assets". These concepts have both its positive and negative sides. For example, the term "intangible assets" is the only enshrined in law and does not cause controversy.

The term "intellectual capital" is the most widely applicable and known to the public, intellectual resources combines all of these concepts. A common shortcoming of the concept of intellectual resources are consideration of the concept as intellectual capital, reduction to a narrow concept of knowledge, the ability to think or do. Thus, there is no certainty that is needed for evaluation.

It proposed to new expanded definition, synthesizing existing treatments, which takes into account certain gaps and giving rise to a more in-depth research on the subject of the process of formation, development and reproduction. Intellectual resources – a system of human, market, infrastructure, intangible organizational assets, with the ability to be recreated and materialized in the process of intellectual activity aimed at the production of new knowledge for sustainable economic growth.

The structure of the market category includes such components as: base of partners; the reputation of the company; base of customer enterprises; distribution channels of the company. The next group – men – include: personnel policy of the enterprise: knowledge of personnel; staff qualifications; material security. In the infrastructure

category includes the following components: methods of PR: information technology: communications in business circles. The organizational category includes methods of communication with staff, customers, business partners; technology and business practices; system of economic security company. The latter category includes intangible assets: industrial property; objects of copyright; general characteristics; unconventional objects.

Keywords: intellectual resources, intellectual capital, capacity, conceptual analysis, structure of intellectual resources

УДК 339.138: 004.01(045)

Ярмолюк О.Я.

РЕМАРКЕТИНГ ТА СИСТЕМА ВЗАЄМОВІДНОСИН З КЛІЄНТАМИ

Визначена сутність ремаркетингу та його взаємодії з системою взаємовідносин з клієнтами та їх вплив на ведення бізнесу. Розглянуті основні ідеї та напрямки маркетингової діяльності в Інтернет, а також визначені переваги від ремаркетингу та системи взаємовідносинами з клієнтами.

Определена сущность маркетинга и его взаимодействия с системой взаимоотношений с клиентами и их влияние на ведение бизнеса. Рассмотрены основные идеи и направления маркетинговой деятельности в Интернет, а также определенные преимущества от ремаркетинга и системы взаимоотношениями с клиентами.

Постановка проблеми. Через величезний вплив мережі Інтернет на сучасне суспільство, старі маркетингові методи інструменти стають не такими дієвими, як були ще зовсім недавно. Маркетологам потрібно шукати нові методи заохочення своїх потенційних клієнтів, а також утримання вже існуючих. Соціальні мережі та активне проникнення в них бізнесу є плацдармом для роботи сучасного маркетолога. Сьогодні, особливий інтерес представляє використання соціальних мереж, пошукових систем та контекстної реклами в маркетинговій діяльності, де актуальна автоматизація робочих процесів і боротьба за клієнта.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В ході проведеного дослідження, було встановлено, що в Україні недостатньо теоретичних матеріалів стосовно ролі динамічного ремаркетингу для CRM та його використання в компаніях України.

В ході аналізу зарубіжних джерел, то багатьма фахівцями з маркетингу (П. Сербулов, Ф. Концаренко та ін.) відзначається, що ремаркетинг – це на сьогоднішній день один із самих дієвих інструментів в мережі Інтернет. Тому розглянемо взаємодію даного виду маркетингу та CRM.

Метою роботи є висвітлення ролі ремаркетингу, динамічного ремаркетингу та систем управління взаємовідносинами з клієнтом. Виклад основного матеріалу.

У традиційному маркетингу налічується близько 4 тисяч інструментів. В інтернет-маркетингу – 250. з них ті які зазвичай використовує інтернет-маркетолог – всього 50, популярних – 10. Це реклама прямого відгуку, яка приносить саме купівельний трафік SEO, тізерна, контекстна реклама.

Ремаркетинг раніше не входив до числа часто використовуваних інструментів. А на сьогоднішній момент чому, став одним з найбільш потужних і ефективних.

Багато маркетологів цікавляться ремаркетингом як новинкою. Ремаркетинг допомагає розвивати бізнес вже не один рік. Перша згадка про нього було ще в 2006 році, а самий пік популяризації був у 2013 році.

Для того, щоб зрозуміти про що йде мова, розглянемо саме поняття ремаркетинг.

Ремаркетинг (remarketing, ре-маркетинг) – товарний маркетинг, маркетинговий прийом персоналізації комунікації та продовження комунікації з цільовою аудиторією, за допомо-

гою якого цільовій аудиторії нагадують про раніше сталася з брендом, товаром комунікації.

Метою ремаркетингу – є збільшення продажу Ремаркетинг – це пошук нових можливостей комунікації з цільовою аудиторією для забезпечення зростання продажів, повернення клієнтів, забезпечення повторних продажів. В цьому й полягає схожість систем взаємовідносин з клієнтами і ремаркетингу.

Завданням ремаркетингу є відновлення або підтримання контакту цільової аудиторії з брендом, товаром, з метою скоєння останнім покупки.

Комунікація ремаркетингу здійснюється на основі переосмислення раніше застосовувався маркетингового прийому, із застосуванням: інших методів комунікації; інших каналів комунікації; інших місць комунікації; іншого часу комунікації; несподіваною для цільової аудиторії комунікації.

Ремаркетинг застосовують у випадках: зниження попиту на товар; продажу складного, або дорогого товару, що вимагає повторної комунікації з цільовою аудиторією; необхідності забезпечення крос-продажу, допродажу для тої частини цільової аудиторії, що здійснила покупку раніше.

Таким чином, якщо поєднати CRM з ремаркетингом який буде використовуватись в мережі Інтернет – можна вдосконалити маркетингову діяльність підприємства, налагодити тісніший взаємозв'язок з цільовими клієнтами, володіти інформацією про потреби клієнтів, прогнозувати попит, та розробляти товари, або послуги які необхідні цільовому клієнту, а також збільшити прибуток підприємства та цінність для всіх сторін обмінного процесу.

Унікальність ремаркетингу в CRM полягає в тому, що у кожного користувача є певний психоемоційний стан в певний момент часу коли він готовий завершити покупку. І якщо надавати користувачеві потрібну йому інформацію на різних етапах продажів, то можна значно якісніше повертати користува-

чів на сайт і конвертувати їх у кінцевих клієнтів. Саме в цьому і суть об'єднання списків ремаркетингу з CRM. Розглянемо види ремаркетингу.

Миттєвий ремаркетинг – негайне реагування на зміну ставлення до бренду, зміна поведінкових аспектів цільової аудиторії, одночасне застосування різних каналів комунікації з цільовою аудиторією. В даному випадку кожна наступна комунікація, побудована за іншими правилами, із застосуванням відмінних комунікаційних прийомів (в іншому місці, із застосуванням іншого комунікаційного каналу) продовжує зв'язок аудиторії з раніше побаченим брендом, продуктом, при цьому, маркетингова комунікація здійснюється через певні, невеликі інтервали часу. Суть цього виду ремаркетингу полягає у постійній підтримці спілкування з цільовою аудиторією.

Ремаркетинг залучення – це реагування на активність та кількість звернень від клієнтів, та також у постійній підтримці спілкування зі своєю цільовою аудиторією.

Соціальний ремаркетинг – створення соціальних сервісів маркетингової підтримки, спілкування та соціалізації цільової аудиторії, з цілями: отримання зворотного зв'язку, поліпшення продукту, допродажу, повторного продажу, крос-продажів. Прикладом, соціального ремаркетингу – є створення соціальної групи користувачів бренду Інструментами соціального маркетингу є: реалізація продажу з обмеженням, можливість покупки товару, доступного тільки для членів спільноти, або купівлі товарів з дисконтом в обмін на соціальну активність товариства, організованого бренду, тощо.

Ретаргетінг – це інструмент ремаркетингу, застосовуваний з метою підвищення конверсій шляхом повернення аудиторії, що залишила сайт, через персоналізовану рекламу на інших інтернет-ресурсах.

Динамічний ремаркетинг – дозволяє показувати рекламу певних товарів чи

послуг користувачам, які раніше переглядали сторінки вашого сайту, присвячені цим же товарів або послуг. Особливість даної технології, що оголошення створюються автоматичним способом.

При посланні CRM та ремаркетингу – ремаркетинг трансформується в CRM-ремаркетинг – більш складний, але і більш точний маркетинговий інструмент. Що дозволяє маркетологам створювати цільові групи на підставі не тільки пошукових даних. Маркетолог тепер може самостійно відстежити дані за допомогою засобів аналітики або ж засобами CRM-системи, сприяючи підвищенню лояльності клієнтів. Синхронізація аудиторії здійснюється за рахунок присвоєння номерів ID кожному користувачеві. Це дає можливість більш розширено розкривати інтереси і поведінку покупців у мережі; Інтернет, а також дозволяє розширити умови для ремаркетингу.

Висновки і напрямки подальших досліджень. Ремаркетинг – це наба-

гато більше, ніж просто рекламне оголошення, націлене на тих, хто відвідував сайт рекламодавця. Це – ємний і ефективний інструмент медійного планування, який має широкі можливості для роботи з різними сегментами аудиторії. Ремаркетинг – інструмент стратегічний, важко передбачуваний і розтягнутий на довгий проміжок часу. Але будь-який результат надасть маркетологу чітке розуміння фронту робіт, на яких буде найбільш вигідно зосередити зусилля.

Для його правильного застосування необхідно вивчити поведінковий маркетинг, маркетинг взаємовідносин, стратегічний маркетинг, Інтернет-маркетинг. Розуміння процесу взаємодії клієнтів з сайтом та CRM дозволить проектувати рекламну кампанію, що буде повністю відповідати поставленим цілям підприємства, та залучити бажану цільову аудиторію, а в результаті прибуток для фірми та цінність і задоволення для клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Сет Годин Доверительный маркетинг. Как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя. – Альпина Паблшер, 2012. – 235 с.
2. <http://www.mfauicette.cpin/>
3. <http://www.marketch.ru/>

Yarmolyuk O.Ya.

REMARKETING AND CUSTOMER RELATIONSHIP

The essence of marketing and its interaction with the system customer relationships and their impact on business. The basic ideas and trends in Internet marketing activities and certain advantages of remarketing and customer relationship systems. Because of the tremendous impact of the internet on modern society, the old methods of marketing tools are not as effective as they were until recently. Marketers should look for new methods of promoting your potential customers and maintaining existing ones. Social networks and active penetration of business is the springboard for the modern marketer. Today, of particular interest is the use of social networks, search engines and contextual advertising in marketing activities, where relevant automation of business processes and the struggle for the client. During the study, it was found that Ukraine is not enough theoretical material on the role of dynamic remarketing CRM and its use in companies of Ukraine. To understand what is at stake, consider the concept remarketing.

Remarketing (remarketing, the re-marketing) – product marketing, marketing communications and personalization receiving continuing communication with the target audience, through which the target audience recall the previously occurred with the brand, product communication. Remarketing aim – is to increase sales. Remarketing – a search for new possibilities of communication with the target audience for sales growth, return customers, ensuring repeat sales. Herein lies the similarity of customer relationships and remarketing. Remarketing task is to restore or maintain contact with the target audience of the brand, a commodity to commit the last purchase.

When combined CRM and marketing – is transformed into a remarketing CRM – more complex, but also more accurate marketing tool. That allows marketers to create target groups based not only search data. Marketing can now track their own data with the help of intelligence agents or CRM-systems, helping increase customer loyalty. Synchronization is carried out by an audience numbering each user ID. This enables more expanded disclose the interests and behavior of consumers on the Internet, and allows you to expand the conditions for remarketing. Remarketing – it is much more than just an ad aimed at those who visited the advertiser's website. This – ample and effective media planning tool that has great opportunities to work with different audience segments. Remarketing – a strategic tool, hard predictable and stretched for a long period of time. But any result marketer will provide a clear understanding of the front, which will be most beneficial to focus. For it is necessary to examine the appropriate use of behavioral marketing, relationship marketing, strategic marketing, online marketing. Understanding customer interaction process with the site and CRM will design an advertising campaign that will fully meet the stated objectives of the enterprise, and attract the desired target audience, resulting in profits for the company and the value and satisfaction to customers.

УДК 336.2:339.16.012.32 (045)

Бондаренко О.М., Сліпенчук Г.В.

**СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ДЛЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ:
ЇХ ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ**

У статті розглядається порівняльна характеристика систем оподаткування для малого бізнесу, які діють на підставі податкового кодексу України. В зв'язку з тим, що кожний підприємець під час реєстрації своєї діяльності має право самостійно обрати систему оподаткування для свого бізнесу в статті наводяться переваги та недоліки кожної із систем оподаткування.

Ключові слова: суб'єкт підприємницької діяльності (СПД), фізична особа-підприємець (ФОП), загальна система оподаткування, спрощена система оподаткування.

В статье рассматривается сравнительная характеристика систем налогообложения для малого бизнеса, которые действуют на основании налогового кодекса Украины. В связи с тем, что каждый предприниматель во время регистрации своей деятельности имеет право самостоятельно выбрать систему налогообложения для своего бизнеса, в статье приводятся преимущества и недостатки каждой из систем налогообложения.

Ключевые слова: субъект предпринимательской деятельности (СПД), физическая особа-предприниматель (ФОП), общая система налогообложения, упрощенная система налогообложения.

Постановка проблеми. Розвиток економіки України залежить від активності малого підприємництва. У більшості країн світу йому належить значне місце в загальній сумі валового національного продукту, виробництві товарів та продуктів, наданні послуг, що дає змогу повніше задовольняти попит у товарах, збільшувати зайнятість населення, надходження грошових ресурсів до бюджету за рахунок сплати податків. Але розвитку малого підприємництва заважають цілий ряд економічних та організаційних перешкод, де особливу роль відіграє механізм його оподаткування. Введення в Україні спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва вже забезпечило необхідні зрушення в їх розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні в Україні питаннями спрощеного обліку і оподаткування досліджувались такими ученими – економістами, як Л.К. Воронова, П.І. Гайдучкий, П.М. Герасим, С.Л. Дем'яненко,

В.Г. Линник, Ю.Я. Литвин, В.І. Ляшенко, О.М. Онищенко, О. В. Покатаєва, С.В. Приймак та ін. Водночас серед названих авторів є різні точки нору щодо сутності даної проблеми.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. На даний час є велика кількість статей, публікацій і монографій щодо порядку переходу на різні системи оподаткування та їх економічної доцільності, проте недостатньо проаналізовані переваги та недоліки податкових систем, які можуть застосовуватись в малому бізнесі. Саме тому метою даної статті є розгляд та аналіз діючих систем оподаткування для малого бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оподаткування в Україні є одним з найскладніших у світі. Це пов'язано з постійними змінами та прогалинами з боку діючого законодавства, особливо в частині проведення оподаткування спрощеної системи. Тому багато «єдинників» стали замислюватись про перехід на

загальну систему. Одні стали замислюватись і добровільно переходити на загальну систему, а інші були змушені перейти з спрощеної системи оподаткування.

На жаль, підприємці які працювали на єдиному податку знають лише порядок проведення оподаткування на спрощеній системі, але опиняючись на загальній системі оподаткування не чітко уявляють, що саме їх чекає в новому статусі.

Тож, згідно Податкового кодексу України (ПКУ) для фізичних осіб-підприємців системи оподаткування представлені двома формами:

- загальна система оподаткування для фізичних осіб;
- спрощена система оподаткування для фізичних осіб.

У першому випадку база оподаткування розраховується наступним чином: сума доходів – сума витрат. У другому випадку податки сплачуються з усієї суми виручки СПД (ФОП).

Умови роботи на загальній системі оподаткування встановлені ст. 177 ПКУ. Податок доходів підприємця сплачується за ставкою 15 %, а у випадку, якщо чистий оподатковуваний дохід більше 10-кратного розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного року, то ставка податку становить 20 % від суми перевищення. Так, в 2015 році до 12180 грн. (за мінусом єдиного соціального внеску) місячного доходу застосовується ставка 15 %, а з суми перевищення цього розміру – утримується ставка 20 %

Крім податку з доходів підприємці сплачують єдиний соціальний внесок (ЄСВ) у розмірі 34,7 %. Згідно чинного законодавства, базою оподаткування ЄСВ є сума доходу (прибутку), отриманого від підприємницької діяльності, що підлягає обкладенню податком на доходи фізичних осіб. При цьому сума єдиного внеску не може бути менше розміру мінімального страхового внеску за місяць, у якому отримано дохід (прибуток). Із 01.01.2015 р. Законом України від 28.12.2014 р. № 71 -VIII внесено зміни до Закону № 2464. Цими нововведеннями передбачено, що у разі якщо платником не отримано доходу (прибутку) у будь-якому окремому місяці звітного року, загальносистемник має право самостійно визначити базу нараху-

вання, але не більше її максимальної величини. Максимальна величина бази нарахування єдиного внеску, згідно чинного законодавства, складає 17 прожиткових мінімумів для працезданих осіб (січень – серпень 2015 р. – 1218 грн., вересень – грудень 2015 р. – 1378 грн.). При цьому сума ЄСВ не може бути меншою за розмір мінімального страхового внеску. Державна фіскальна служби України також зазначила, що ФОП, які обрали загальну систему оподаткування і не отримували доходу не зобов'язані сплачувати ЄСВ за такий період.

Якщо СПД використовує працю найманих робітників, також необхідно щомісяця сплачувати податки з заробітних плат та інших подібних виплат податок на доходи найманого працівника; військовий збір; єдиний соціальний внесок з фонду оплати праці (за рахунок СПД); єдиний соціальний внесок із зарплати працівника. Незаперечно перевага загальної системи оподаткування полягає в тому, що розмір сплачуваних доходів в основному залежить від розміру одержуваних доходів і понесених витрат. Іншими словами, якщо підприємець за звітний період не отримав доходу від своєї діяльності, то відповідно податки він не платить. Приватні підприємці, які обрали спосіб оподаткування на загальній основі не мають пільг, повного або частковою звільнення від сплати певних видів податків і зборів. Слід зазначити, що представники СПД можуть зареєструватися платником ПДВ на добровільній основі. Але, крім того, необхідно врахувати, що ст. 181 ПКУ передбачає обов'язкову реєстрацію платником ПДВ, якщо виходячи з результатів останніх 12 місяців, загальна сума від реалізації товару, виконання робіт та надання послуг сукупно перевищила 1 млн. грн. (за вирахуванням суми сплаченого ПДВ).

На загальній системі, на відміну від єдиного податку, немає обмежень щодо обсягів реалізації, виду здійснюваної діяльності, кількості найманих працівників. Основним недоліком даного способу оподаткування доходів приватного підприємця є його складність. Підприємці зобов'язані вести облік і документально підтверджувати свої доходи і витрати. При

цьому до витрат включаються ті витрати, які документально підтверджені і відносяться до витрат операційної діяльності згідно з розділом III ПКУ. На жаль, вказаний розділ кодексу не враховує особливостей ведення господарської діяльності приватними підприємцями.

На початку 2015 р. спрощена система оподаткування (розділ 14, глава 1 ПКУ) зазнала серйозного реформування і деталізації. У той же час відповідальність за порушення податкового законодавства для платників єдиного податку також чітко прописана і посилена. Так:

- тепер існує не 6 груп, а лише 4, при цьому платники колишніх 3-6 груп тепер віднесені до 3 групи, а 4 група – це колишні платники сільгосподатку;

- обов'язкове використання касового апарату при готівкових та безготівкових розрахунках;

- ставка для третьої групи платників ПДВ становить 2%, для всіх інших – 4%;

- для першої та другої груп підвищили розмір максимально допустимого доходу: 300 тис. і 1,5 млн.

- стаття 296 ПКУ зобов'язує підприємців вести Книгу обліку доходів (і витрат), форма якої затверджена наказом Мінфіну від 15.12.201 № 1637;

- визначено два терміни подання платником звітності:

- до 9 лютого щорічно – 1, 2, 4 групи;

- до 9 травня, 9 серпня, 9 листопада, 9 лютого щоквартально – 3 група.

- 1 і 2 групи оплачують авансові платежі щомісяця до 20 числа (або за весь рік). 3 група здійснює оплату щоквартально, протягом 10 днів з останнього дня для подачі декларації 4 група оплачує податок щомісяця (до 30 числа місяця, наступного за звітним) в певному процентному співвідношенні.

- ставки єдиного податку на 2015 рік:

- 1 група – максимум 10% мінімальної ЗП на місяць;

- 2 група – максимум 20% мінімальної ЗП на місяць;

- 3 група – неплатники ПДВ 4% суми доходу; платники ПДВ 2% суми доходу;

- 4 група – залежить від обсягу та характеристики земельної ділянки.

Для перших двох груп конкретний розмір ставки встановлюється місцевою радою щорічно. Розміри ставок можна

перевірити на сайті Державної фінансової служби. Спрощена система оподаткування доходів приватного підприємця – єдиний податок, первинно мала мету – спрощення системи оподаткування шляхом заміни сукупності податків і зборів на один податок. Сьогодні єдиний податок втратив своє первісне призначення і вже не замінює всі податки, тому платники єдиного податку сплачують крім основного і ряд інших податків. Розрахунок бази оподаткування на єдиному податку настільки ускладнили, що податок перестав бути спрощеною системою оподаткування. Оскільки при бажанні, у будь-якого підприємця можна знайти порушення, на підставі якого підприємець зразу буде переведений на загальну систему оподаткування. Під час аналізу норм діючого законодавства було з'ясовано, що підприємець може опинитися на загальній системі оподаткування «в покарання»

- якщо порушить умови перебування на єдиному податку. До таких порушень законодавці відносять: здійснення видів діяльності, не зазначених у свідоцтві платника єдиного податку підприємцями 1 і 2 групи; використання не грошових розрахунків; перевищення встановленого ліміту доходу реалізації для відповідної групи платників єдиного податку; інші порушення умов перебування на єдиному податку. Але, все ж таки, спрощена система оподаткування має суттєві переваги порівняно із загальною системою:

- підприємці платять фіксовану суму єдиного податку (для 1-ї та 2-ї групи єдиного податок сплачується в розмірі від 1% до 20% від мінімальної заробітної плати) або суму у відсотках від обороту – 2 або 4% від доходу);

- підприємці сплачують ЄСВ у розмірі 34,7 % від мінімальної заробітної плати;

- ведеться спрощений облік доходу і витрат;

- надається підприємцями переважно лише дві форми звітності – декларація платника єдиного податку та податковий розрахунок сум доходу, нарахованого (сплаченого) на користь платника податку, і сум утриманого з них податку. Платники єдиного податку за ставкою 2 і 4 % здають декларацію з податку на додану вартість. Крім того, чинним законодав-

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика загальної системи оподаткування
та спрощеної системи оподаткування**

Загальна система оподаткування	Спрощена система оподаткування
Загальні положення про діяльність підприємця	
<i>Види діяльності, які дозволені підприємцю</i>	
Обмежень не передбачено	Обмеження встановлено ст.. 291.5 ПКУ
<i>Гранична сума доходу, яка дозволена підприємцю</i>	
Обмежень не передбачено	1 група – 3003000 грн. на рік; 2 група – 1500000 грн. на рік; 3 група – 20000000 грн. на рік.
<i>Реєстрація ІРО підприємцем</i>	
Обов'язково реєструється при готівкових розрахунках	1 група – не застосовується; 2 група – застосовується з 01.01.2016 р. якщо дохід перевищує 1 млн. грн.; 3 група – застосовується з 01.07.2015 р., якого дохід перевищує 1 млн. грн.;
<i>Реєстрація ПДВ</i>	
Обов'язково при перевищенні 300 тис. грн. за останні 12 місяців Добровільно – за бажанням	Добровільно – по бажанню Для 1 і 2 групи реєстрація платником ПДВ не передбачена
<i>Форма розрахунків і постачальником та покупцями</i>	
Грошова, не грошова	Тільки грошова (готівкова та безготівкова)
<i>Наявність статусу резидента</i>	
Обмежень за статусом резидента не передбачено	Нерезиденти не можуть бути платниками єдиного податку
<i>Обмеження при зміні системи оподаткування</i>	
Обмежень не передбачено	За наявності податкового боргу перед бюджетом перехід на єдиний податок заборонений
Загальна система оподаткування	Спрощена система оподаткування
<i>Первинні документи, які підтверджують витрати підприємця</i>	
Акт наданих послуг, акт виконаних робіт, прибуткова або видаткова накладна, податкова накладна, товарний чек	Акт наданих послуг, акт виконаних робіт, прибуткова або видаткова накладна, податкова накладна, чек, товарний чек
<i>Книги обліку, які веде підприємець</i>	
Книга обліку доходів і витрат на найманого працівника окрема книга не реєструється	1 і 2 група веде Книгу обліку доходів. 3 група (неплатники ПДВ) ведуть Книгу обліку доходів 3 група (платники ПДВ) ведуть Книгу обліку доходів і витрат. На найманого працівника окрема книга не реєструється
ПДФ	
<i>Податки, які платить підприємець</i>	
ПДФО (податок з доходів фізичних осіб) ЄСВ (єдиний соціальний внесок)	ЄП (єдиний податок) ЄСВ (єдиний соціальний внесок)
<i>Ставки основних податків підприємців</i>	

ПДФО 15% і 20% 15 % доходу за звітний місяць не вище десятикратного розміру	1 група – 10%; 2 група – 20 %; 3 група – 2 % зі сплатою ПДВ і 4 % без сплати ПДВ Відсоток для 1 і 2 групи розраховується від мінімальної зарплати на 1 число звітного року. Відсоток для 3 групи розраховується від оподатковуваного доходу
Відповідальність за несвоєчасну сплату (несплату) або несвоєчасне поданий (неподання) звітності:	
<i>Єдиний соціальний внесок</i>	
За неподання або несвоєчасне подання передбачено штраф 170 грн.	
<i>ПДФО Єдиний податок</i>	
При затримці оплати до 30 днів штраф 10 % від суми недоплати, при затримці оплати до 60 днів штраф 20 % від суми недоплати. На суму податкового боргу нараховується пеня 120% річних	Для 1 і 2 групи штраф 50 % від суми недоплати. Для 3 групи при затримці оплати до 30 днів штраф 10 % від суми недоплати, при затримці оплати до 60 днів штраф 20 % від суми недоплати. На суму податкового боргу нараховується пені 120 % річних
Загальна система оподаткування	Спрощена система оподаткуванні
<i>Несвоєчасна сплата ЄСВ</i>	
Штраф у розмірі 10 % від суми недоплати. Також нараховується пеня у розмірі 0,1 % від суми недоплати за кожний день прострочення.	
<i>Відповідальність не ведення або неправильне ведення книги підприємця</i>	
Штраф 3-8 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (51 грн. – 136 грн). Повторне порушення 5-8 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (85 грн – 136 грн).	
<i>Відповідальність підприємця за не оприбуткування (неповне та / або несвоєчасне) оприбуткування готівкової виручки</i>	
П'ятикратний розмір від суми не оприбуткованої виручки	

ством України передбачено ряд інших обмежень по можливості переходу або застосування спрощеної системи оподаткування (табл. 1) [1-5].

Аналітики відзначають, що навіть за тих умов, які наведені в табл.1, дві третини підприємців України тільки завдяки єдиному податку здійснюють легально свою підприємницьку діяльність. Тому, на нашу думку, ліквідація такого виду системи оподаткування спричинить масовий відхід суб'єктів малого та середнього бізнесу в тіньову економіку або призведе до закриття бізнесу.

Висновки. На основі вище викладеного можна зробити висновок, що незважаючи на ряд обмежень, спрощена система оподаткування є більш зручною в застосуванні і найбільш повно дозволяє підприємцю використати систему розрахунків готівкою, а це найбільш актуально в сфері роздрібної торгівлі та надання побутових послуг населенню. Однак підприємцю при виборі системи оподаткування просто необхідно зважити всі переваги і недоліки обох систем оподаткування, щоб вибрати найбільш прийнятну систему і в оподаткуванні, і в застосуванні.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України від 23.12.2010 р. № 2856-VI.
2. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» від 28.12.2014 р. № 71-VIII.
3. Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 08.07.2010 року № 2464-VI.
4. <http://www.buhuslugi.com.ua>
5. <http://nakaz.com.ua/ua/opodatкування-spd-2015>

Bondarenko O.M., Slipenchuk A.V.

TAX FOR SMALL BUSINESS: THEIR ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

In the article comparative description of the systems is examined taxations for small business, that operate on the basis of internal revenue code of Ukraine. In connection with that every businessman during registration of the activity has right independently to choose the system of taxation for the business to the article advantages and defects are driven each of the systems of taxation.

Development of economy of Ukraine depends on activity of small enterprise. In the most world countries him administrable place belongs to in the lump sum of gross national product, producing goods and foods, grant of services, that gives an opportunity completer to satisfy demand in commodities, to increase employment of population, receipt of money resources in a budget due to tax payment. But small enterprise a number of economic and organizational obstacles keeps down, where the special roles played by the mechanism of his taxation. Introduction to Ukraine of the simplified system of taxation of small business entities already provided necessary changes in their development.

Unfortunately, businessmen that worked on the united tax know only the order of realization of taxation on the simplified system, but appearing on the general system of taxation present not clearly, that exactly expects them in new status. The simplified system of taxation of profits of sole proprietors the united tax, initially small sweep is simplification of the system of taxation of replacement of totality of taxes and collections a way on one tax. Today the united tax lost his primitive setting and already does not replace all taxes, that is why the payers of the united tax pay the row of other tax excerpt basic.

The calculation of base of taxation on the united tax was so complicated, that a tax had left off to be the simplified system of taxation. As at a desire, for any businessman it is possible to find violation on the basis of that a businessman at once will be translated on the general system of taxation.

Analysts mark that even at those terms two one third of businessmen of Ukraine only due to the united tax carry out the entrepreneurial activity legally. To torn, liquidation of such type of the system of taxation will entail mass departure of subjects of small and mid size businesses in a shadow economies or will force the closure of business.

Keywords: subject of entrepreneurial activity, policymakers-businessman, general system of taxation, simplified system of taxation.

Гура С.М.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ АЕРОПОРТІВ

У статті досліджується пошук нових інструментів оптимізації фінансових ресурсів у забезпеченні діяльності аеропортів. Вони мають свої позитивні та негативні сторони. У даній статті оцінюються суть і негативні аспекти фінансового забезпечення діяльності аеропортів та теоретичному рівні, які полягають в першу чергу в ефекті корумпованості органів державної влади та в ухиленні від оподаткування}. Для аеропорту фінансові ресурси є головним показником, який показує на скільки воно успішно здійснює своє діяльність. При своєчасному аналізі фінансових ресурсів, аеропорт може проаналізувати хід своєї діяльності побачити помилки які воно припустило у використанні цих ресурсів, та виправити їх.

Ключові слова: фінансові ресурси, фінансове забезпечення, фінансова діяльність аеропортів.

В статье исследуется поиск новых инструментов оптимизации финансовых ресурсов в обеспечении деятельности аэропортов. Они имеют свои положительные и отрицательные стороны. В данной статье оцениваются суть и негативные аспекты финансового обеспечения деятельности аэропортов и теоретически, заключающиеся в первую очередь в эффекте коррумпированности органов государственной власти и в уклонении от налогообложения. Для аэропорта финансовые ресурсы являются главным показателем, который показывает, насколько оно успешно осуществляет свою деятельность. При своевременном анализе финансовых ресурсов, аэропорт может проанализировать ход своей деятельности, увидеть ошибки которые оно представило в использовании этих ресурсов, и исправить их.

Ключевые слова: финансовые ресурсы, финансовое обеспечение, финансовая деятельность аэропортов.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. З переходом на ринкові основи господарювання надзвичайно зростає не тільки роль керівників аеропортів, членів правлінь акціонерних компаній, але і фінансових служб, що мали другорядну роль в умовах застосування адміністративно-командних методів управління у них. Пошук фінансових джерел розвитку аеропортів, напрямки найбільш ефективного інвестування фінансових ресурсів, операції з цінними паперами й інші питання фінансового менеджменту стають основними для фінансових служб аеропортів в умовах ринкової економіки [15, с. 38]. Суть фінансового менеджменту полягає: в

такій організації керування фінансами з боку відповідних служб аеропорту, що дозволяє залучати додаткові фінансові ресурси на самих вигідних умовах, інвестувати їх з найбільшим ефектом, здійснювати прибуткові операції на фінансовому ринку, купуючи і перепродаючи цінні папери. Досягнення успіху в області фінансового менеджменту багато в чому залежить від такого поведення працівників фінансових служб аеропорту, при якому головними стають ініціатива, пошук нетрадиційних рішень, масштабність операцій і виправданий ризик, ділова хватка.

Постановка проблеми. Матеріальним носієм фінансових відносин в аеро-

порту виступають фінансові ресурси. Це виділяє фінанси із сукупності економічних категорій. Фінанси як сукупність економічних відносин знаходять своє конкретне вираження у фінансових ресурсах, переважною формою руху яких є фонди [2, с. 90-96].

Невирішені раніше проблеми. В економічній науковій літературі існують різні думки щодо визначення фінансових ресурсів, їх змісту та ролі у відтворювальному процесі. Багато визначень, що подаються в словниках та науковій літературі не відповідають сутності фінансових ресурсів або розкривають її не повністю.

Мета цієї статті полягає в спробі виявлення нових інструментів управління фінансовими ресурсами у забезпеченні діяльності аеропортів.

Основна частина. Кожне підприємство являється елементом економічної системи, взаємодіє з партнерами по бізнесу, бюджетами різних рівнів, власниками капіталу і іншими суб'єктами. Фінансові відносини з суб'єктами ринку виникають в процесі формування і використання власних і залучених фінансових ресурсів для забезпечення виробничо-господарської діяльності, здійснення соціальної політики. Управління фінансами фірм – це спеціальний розділ менеджменту, що охоплює систему принципів, методів і прийомів регулювання фінансових ресурсів, що забезпечують досягнення тактичних і стратегічних цілей фірми [5, с. 96-104].

Об'єктом управління є фінансові (грошові) ресурси, в тому числі їх розміри, джерела формування, відносини, що виникають в процесі формування і використання. Результати управління проявляються в грошових потоках (величині і строках), що протікають між підприємством і бюджетами, власниками капіталу, партнерами по бізнесу і іншими суб'єктами. Управляюча підсистема (структура органів управління фінансами підприємства) аналізує інформацію про стан фінансів, розробляє фінансові плани і прогнози з вра-

хуванням стратегічних цілей фірми і стану зовнішнього середовища.

Основу інформаційного забезпечення системи фінансового управління складає інформація фінансовою характеру. Вона включає;

- бухгалтерську звітність;
- оперативну звітність фінансових служб підприємства;
- повідомлення фінансових органів;
- інформацію банківської системи;
- інструментами фінансового управління служать рішення по використанню фінансових ресурсів (сплата податків, придбання матеріальних цінностей, цінних паперів, інвестування тощо).

Природною умовою функціонування підприємства виступає обмеженість фінансових ресурсів по відношенню до можливості їх використання. Власний капітал підприємства складається з внесків засновників, накопичених підприємством масних коштів, в тому числі резервного фонду і коштів цільового фінансування, що надійшли в вигляді асигнувань, дотацій, внесків, пожертв. Формування статутного капіталу може супроводжуватися отриманням додаткового доходу при первинному розміщенні акції по пінам, що перевищують номінал (емісійний дохід).

Накопичуваний ТОВ власний капітал має три джерела. Основний прибуток від виробничої та господарської діяльності. Він накопичується в вигляді резервного капіталу, нерозподіленого прибутку минулого і звітних періодів і фондів накопичення Друге джерело – амортизаційні відрахування. Амортизаційні відрахування являються одним з джерел формування фондів накопичення. Третє джерело – збільшення вартості основного капіталу підприємства три переоцінки основних фондів. Причина його виникнення – інфляція [7, с. 87-96].

Резервний фонд створюється підприємством за рахунок прибутку для покриття збитків підприємства, а також для погашення облігацій і викупу власних акцій в випадку відсутності інших коштів. Для інших цілей резервний

фонд не може бути використаним. Фонд накопичення створюється за рахунок прибутку, амортизаційних відрахувань і коштів від реалізації основних фондів. Його мета – придбання нового основного і оборотного капіталу. Додатковий капітал формується при переоцінці основних фондів. Залучений капітал формується за рахунок довгострокових кредитів банків і емісії облігацій.

Фінансовий капітал підприємства являється одним з джерел покриття потреб підприємства в фінансових ресурсах. Інші джерела покривають короткострокові потреби підприємства. Вони також можуть бути як власними так і залученими. Власні кошти підприємства для покриття короткострокових потреб складають виручка від реалізації та позареалізаційні доходи, стійкі пасиви, виручка від реалізації майна. В складі виручки найбільше значення по відношенню напрямків використання мають прибуток і амортизаційні відрахування. Свобода використання інших коштів обмежена нормативними актами по нарахуванню податків, виплаті заробітної плати, оплаті рахунків тощо.

Крім коштів від виробничої (операційної) діяльності, джерелами власних фінансових ресурсів являються також кошти від фінансової діяльності. Частина цих коштів створює фінансовий капітал, інша частина (дивіденди і проценти по цінним паперам інших підприємств, держави, страхова винагорода, надходження з валютних рахунків при падінні курсу гривні тощо). Може використовуватися як джерело коштів короткостроковою призначення. Основними видами залучених коштів короткострокового призначення для підприємств України являються короткострокові кредити банків і інших кредитних організацій і комерційні кредити, оформлені в вигляді простих векселів [6, с. 93].

Фінансові рішення охоплюють короткострокову і довгострокову перспективи функціонування підприємства. Вони призводять до певних

змін в доходності і ризику інвестицій в підприємство, тобто змінюється конкурентоспроможність підприємства. Підвищення доходності чи зниження ризику збільшують пропозицію фінансових ресурсів, покращують умови їх надання. Очікування (прогноз) погіршення фінансових показників (доходності чи ризику), навпаки, знижують конкурентоспроможність підприємства. Фінансові рішення, що приймаються менеджерами, прийнято називати інструментами фінансового регулювання чи фінансовими інструментами. В самому загальному вигляді фінансовий інструмент – це контракт (договір) по якому виходить збільшення фінансових активів чи фінансових зобов'язань. Фінансові активи – це грошові кошти, контрактне право на отримання від іншого підприємства фінансових активів, акцій іншого підприємства. Фінансові зобов'язання – це контрактні зобов'язання виплатити грошові кошти чи надати інший вид фінансових активів іншому підприємству. Всі фінансові інструменти можуть бути поділені на при основні категорії: грошові кошти (в касі, на валютному та депозитному рахунках), кредитні інструменти (облігації, форвардні контракти, інші категорії договорів) і способи участі в статутному капіталі (акції, паї і інше). Управління фінансами аеропорту повинно проводитися різними методами фінансового управління. Це кредитування, оподаткування, страхування, лізинг, система фінансових санкцій, ціноутворення, система амортизаційних відрахувань тощо. Прийняття фінансових рішень завжди передбачає досягнення певного компромісу між вимогами доходності, надійності і ліквідності капіталу підприємства [1, с. 31-37].

Аеропорт не повинен вести свою діяльність так, щоб його чисті активи (різниця між валютою балансу і зобов'язаннями і збитками; становити менше статутного капіталу, тобто проїдати статутний капітал. Якщо по проходженні фінансового року (виключаючи перший» вартість

чистих активів товариства з обмеженою відповідальністю виявиться меншою статутного капіталу, то він повинен бути зменшеним. При цьому, якщо вік виявиться менше номінального розміру, то товариство належить ліквідації.

Всяке зменшення статутного капіталу збільшує ризик кредиторів, оскільки товариство відповідає по всім своїм зобов'язанням своїм майном, в тому числі статутним капіталом. Тому зменшення статутного капіталу ТОВ допускається тільки після сповіщення всіх його кредиторів. Останні мають право в цьому випадку вимагати дострокового виконання зобов'язань товариства (погашення заборгованості) і нанесення їм збитків через припинення партнерства в бізнесі [3, с. 96-104].

Прибуток являється основним джерелом власних коштів аеропорту. З позицій власника капіталу прибуток визначає доходність капіталу, тобто головну умову доцільності інвестування. Стійкий і високий прибуток підприємства – показник рівня менеджменту, кваліфікації, головна умова суспільного визнання і вигідних контрактів. Для партнерів по бізнесу високий прибуток підприємства – показник фінансової стабільності і низького ризику спільного бізнесу тощо.

Ціна товару впливає на об'єм продаж і тим самим здійснює подвійний вплив на прибуток: ріст цін збільшує прибуток від продажу одиниці продукції, але знижує об'єм продаж; пониження цін здійснює зворотній вплив на прибуток.

Позаоборотні активи – це частина активів аеропорту, яка має довгостроковий період функціонування. Позаоборотні активи складаються з основних фондів, нематеріальних активів, вкладів в незавершене капітальне будівництво, довгострокових фінансових вкладів в цінні папери і статутний капітал піший підприємств, інших позаоборотних активів. Найбільшою значною і вагомою частиною позаоборотних активів являються основні фонди.

Основні фонди враховуються в фінансовій документації (в балансі) по першопочатковій чи відновлювальній вартості за вирахуванням зносу. Першопочаткова вартість основних фондів являє собою суму фактичних затрат на будівництво, купівлю, транспортування, монтаж і наладку основних фондів в дійсних цінах. В зв'язку з інфляцією ціни на елементи основних фондів безперервно зростають. Першопочаткова вартість відхиляється від ринкової і під впливом зносу. Відхилення, викликані інфляцією, призвані видалити переоцінки основних фондів. Основним методом переоцінки основних фондів був перерахунок балансової вартості по коефіцієнтам, затвердженим державою. Іншим способом перерахунку стала експертна оцінка ринкової вартості елемента основних фондів по ціні заміщення [1, с. 82].

Переоцінка основних фондів здійснює суттєвий вплив на підсумки виробничо-фінансової діяльності аеропорту, так як призводить до зміни амортизаційних відрахувань і податкових платежів. Вплив на результати виробничо-фінансової діяльності підприємств може здійснюватися через нарахування амортизаційних відрахувань по активній частині основних фондів (робочі машини, обладнання, транспорт), може застосовувати, прискорена амортизація. Введення прискореної амортизації тягне за собою два головних наслідки. По перше ростуть витрати виробництва, знижується

Прибуток, але збільшується грошовий потік. Якщо зниження чистого прибутку є допустимим (не призводить до появи заборгованості перед бюджетом тощо), то прискорення амортизації вигідна. Не випадково в країні з стійкою ринковою економікою прискорену амортизацію розглядають як податковий захист. По друге, підприємство отримує можливість збільшити темпи оновлення обладнання і за рахунок цього підвищити конкурентноздатність.

При розширенні виробництва і/чи при наявності інфляції аеропорту постійно потрібні додаткові фінансові ресурси. Недостатність оборотних засобів в першу чергу призводить до «вимивання» власних оборотних коштів чистого робочого капіталу. Чистий робочий капітал являється важливим показником фінансової стійкості аеропорту, її надійності як одержувача поточних кредитів. Наявність цього капіталу необхідна для підтримання стійкого фінансового стану. Власні оборотні засоби мають своїм джерелом лише власні кошти підприємства. Невідповідність необхідного наявного оборотного капіталу здійснює значний вплив на доходність фірми і рівень ризику партнерських відносин з нею. Задачі в області управління оборотним капіталом стоять так, щоб:

- забезпечити погребу в мобільних засобах, необхідних для такого сполучення доходності і ризику, яке найбільш повно відповідає стратегії підприємства;
- забезпечити раціональну структуру оборотного капіталу по його ліквідності;
- сформувати раціональну структуру джерел оборотного капіталу, в тому числі необхідний рівень власних коштів.

Система управління фінансовими відносинами, що виникають в процесі платіжного обороту повинна бути направлена на:

- прискорення контролю і відповідальності за своєчасність отримання товару і його оплати;
- прискорення оплати продукції і її надходження до споживача.

Це забезпечує прискорення обертання оборотних засобів постачальника і споживача, так як знижує дебіторську і кредиторську заборгованість.

Окремі види розрахунків аеропорту – використовуючи готівкові грошові кошти. До них відносяться виплати заробітної плати робітникам, закупка сировини у фізичних осіб, оплата співробітниками підприємства різного виду послуг тощо. Наявність грошей з каси обмежується. Повинні виключатися зустрічні перевезення грошей, тобто підприємства, що мають систематичну виручку в вигляді готівкових коштів, можуть використовувати «частину для витратних операцій. Задачі аеропорту в управлінні готівковими операціями полягають у тому, щоб по перше визначити оптимальний рівень лімітів готівки. Недостатність ліміту ускладнює виробничо-фінансову діяльність, надлишок означає недоотримання економічного прибутку. По друге проконтролювати обґрунтованість і доцільність готівкових операцій [8, с. 133].

Висновки. Як бачимо, управління фінансовими ресурси аеропорту -одна з головних ланок цілей формування стратегії розвитку аеропорту. Для забезпечення ефективного управління фінансовими ресурсами аеропорту бажано, крім відомих вже методів управління фінансовими ресурсами, використовувати і нетрадиційні, такі як факторинг і приватне фінансування. З цього приводу, держава намагається контролювати фінансові ресурси, для цього вона розробила низку законів.

Для аеропорту фінансові ресурси є головним показником, який показує на скільки воно успішно здійснює свою діяльність. При своєчасному аналізі фінансових ресурсів, аеропорт може проаналізувати хід своєї діяльності, побачити помилки які воно припустило у використанні цих ресурсів, та виправити їх.

Список використаних джерел:

1. Tiebout, CM., A pure theory of local expenditures / Journal of political Economy // 64, 1956. – Pp. 416-424.
- 2 Yilmaz. Serdar., The Impact of Fiscal Decentralization on Macroeconomic Performance// National Tax Association Proceedings of the Ninety-second annual conference, Atlanta, Georgia, 1999. – Pp. 251-260.

3. Сунцова О.О. Вплив рівня фіскальної децентралізації на ВВП та доходну частину місцевих бюджетів // Актуальні проблеми економіки: науковий економічний журнал. – К.: Національна академія управління, 2002. – №2. – С. 32-36.
4. Jan K. Brueckner, Fiscal Decentralization in Developing Countries: The Effect of Local Corruption and Tax Evasion // *Annals of Economics and Finance*, #1, 2000. – Pp. 1-18.
5. Zhang, T and H.Zou, Fiscal decentralization, public spending and economic growth in China // *Journal of Public Economics*, #67, 1998. – Pp. 221-240.
6. Oates W.E., Fiscal decentralization and economic development // *National tax journal*, #46, 1993. – Pp. 237-243.
7. Бюджетний Кодекс України.
8. Brueckner J.K. Fiscal federalism and capital accumulation // *Journal of Economic Theory*, #1. 1999 – Pp. 205-224.
9. Balestra, Pierto, Fixed Effect Models and Fixed Coefficient Models // *The econometric of Panel Data*. Nederland's Academic Publishers, 1996 – Pp. 236-242.
10. Богачова О.В. Бюджетные механизмы в мировой практике развития депрессивных и отсталых регионов // *Вопросы экономики*, 1996, №6. – С. 100-112.
11. Сунцова О.О. Моделювання оптимальної структури доходів місцевих бюджетів в умовах бюджетної децентралізації// *Актуальні проблеми економіки*, 2004, №2(32). – С. 96-104.
12. Суниова О.О. Місцевий економічний розвиток: фінансовий аспект // *Наукові записки НаУКМА. Економічні студії*, 2005, том 44 – С. 71-75.
13. Eurostat. Європейська статистична комісія [Електронний ресурс] / ЄСК. – Режим доступу : <http://err.eurostat.ec.europa>.
14. Министерство финансов Российской Федерации [Електронний ресурс] РФ. – Режим доступу: <http://www.eeg.ru>.
15. IMF. Міжнародний валютний фонд [Електронний ресурс] / МВФ. – Режим доступу : <http://www.imf.org>.
16. Angus Maddison's Historical Databases [Електронний ресурс] / А. Меддісон. – Режим доступу : <http://www.ggd.net/maddison>.
17. ОЕСР. Організація економічного співробітництва і розвитку [Електронний ресурс] / ОЕСР. – Режим доступу : <http://www.oecd.org>.
18. Completedatabases OECD StatExtracts [Електронний ресурс] / Completedatabases OECD StatExtracts. – Режим доступу : <http://stats.oecd.org>.
19. Statistical Analytic System (USA) [Електронний ресурс] / SAS. – Режим доступу : <http://www.sas.org>
20. Стиглиц Д. Ю. Глобализация: тревожные тенденции / Д. Стиглиц, Г. Широков (пер.с англ.). – М.: Национальный общественно-научный фонд, 2003. – 304 с.

Gura S.M.

THE THEORETICAL ASPECTS OF THE MANAGEMENT OF FINANCIAL RESOURCES IN SUPPORT OF THE AIRPORT

The article examines the search for new tools optimize financial resource sin support of the airport. They have the irprosandcons. This paper evaluated the nature and negative aspects of the financial support of the airport sand the theoretical level, which are primarily in the effect of corruption of public caught or sanitised tax vision. For airport financial resources is a major indicator that's ho* show it successfully perform sits activities. With time analysis of financial resources, the airport can analyse the course of their activities, seethe err or which it assumed in the use of resources, and fix them.

Tangible medium of financial relations at the airport are the financial resources. This highlights the finances of a set off economic categories. Finance as a set of economic

relations find their concrete expression of financial resources, the predominant form of motion which are funds. The financial resources of the airport – a cash income and revenues at the disposal of an entity and is designed to meet financial commitments, the costs of expanded reproduction and economic incentives for employees. Formation of financial resource sat the expense of their own and similar means of mobilizing resource sin the financial market and revenues from the financial and banking system in ordered distribution.

Tasks airport managing cash transactions are to firstly determine the optimal level of cash limits. Lack limit hampers industrial and financial activity, excess economic profit shortfall means. Secondly verify the validity and appropriateness of cash transactions.

Financial management of the airport – one of the main parts of the development strategy goals airport. To ensure effective financial management of the airport desirable addition to already known methods financial management, use and non-traditional, such as factoring and private funding. On this occasion, the government tries to control the financial resources for this purpose it has developed a number of laws.

Airport for financial resources is the main indicator that shows how much it successfully carries oat its activities. With timely analysis of financial resources, the airport can analyze the course of its activities, sec the error which it assumed in the use of resources, and fix them.

Keywords: financial resources, financial support, financing of airports.

УДК 330.101.541

Нестерпова Д.О.

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТА СУТНІСТЬ ФЕНОМЕНУ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті висвітлюються причини існування тіньової економіки в сучасному суспільстві. Розглядається сутність та функції тіньової економіки, характеризуються її типи.

Ключові слова: тіньова економіка, кримінальна економіка, фіктивна економіка, неформальна економіка.

В статье освещаются причины существования теневой экономики в современном обществе. Рассматриваются сущность и функции теневой экономики, характеризуются её типы.

Ключевые слова: теневая экономика, криминальная экономика, фиктивная экономика, неформальная экономика.

Постановка проблеми. Тіньова економіка є невід'ємним елементом суспільної системи у всіх періодах її розвитку. При цьому її якісні характеристики в більшості визначаються конкретно-історичними умовами тої чи іншої держави, тобто вони визначаються рівнем розвитку економіки, силою держави, етнокультурними традиціями та іншими факторами. Тому в цілях протидії тіньовим процесам в економіці слідує виявити не тільки загальне, але і особливе в її причинах, факторах розвитку, формах прояву. Таким чином, аналіз об'єктивної основи, змісту і сутності тіньової економіки, а також виявлення потенційних можливостей її інституційного обмеження є важливою науковою проблемою, що має практичну народногосподарську значимість.

Аналіз досліджень і публікацій. В закордонній та вітчизняній літературі існують різні точки зору, що розкривають передумови та сутність тіньової економіки. Це пояснюється якісними змінами, що відображають процес еволюції тіньової економіки на різних етапах розвитку суспільства; складністю природи феномена, що вивчається та відмінностями методологічних підходів, реалізо-

ваних дослідниками. Окремі дослідники справедливо підкреслюють, що відсутність чітких методологічних критеріїв визначення тіньової економіки, використання авторами різних критеріїв, які іноді є взаємовиключними, вносить плутанину та ускладнює чітке розмежування понять тіньової економіки. В залежності від критеріїв розмежування видів діяльності та класифікаційних ознак структура тіньової економіки суттєво відрізняється. Наприклад, Д. Песком тіньову економіку розділяє по критерію законності на «чорний» та «сірий» сектори, по ознакам статистичного обліку та контролю – на приховану, не облікову та фіктивну. На думку М.Л. Альпидовської структуру тіньової економіки можна представити трьома узагальнюючими блоками: неофіційна, фіктивна та підпільна. С.І. Берешполець виділяє три різновиди тіньової економіки: «білокомірцева», «сіру» та «чорну». Слід також відмітити позицію, за якою в структуру тіньової економіки включає неофіційну, фіктивну та чорну економіку. Розділ думок є очевидним з представленої монографії С.С. Сулахшина, С.В. Максимова, І.Р. Ахмедзянової структури тіньової економіки за пропонуваними ними

класифікаційними ознаками. За ступенем легальності, за характером економічної діяльності, за соціально-нормативними характеристиками суб'єктів економіки, за відношенням до офіційної економіки [1].

Мета. Дослідження тіньової економіки, осмислення різних поглядів на неї та абсолютизація ролі окремих передумов появи даного суспільного феномену.

Виклад основного матеріалу. Однією з причин існування тіньової економіки є стійка невідповідність певних сфер та видів економічної діяльності діючим правовим та моральним інститутам. В основі такого положення лежить бажання окремих членів суспільства присвоїти дохід, прихований ними від оподаткування. Рівень розвитку даної причини обумовлений дією факторів, як економічних (наприклад, високий рівень оподаткування, стимулюючий приховання частини доходу), так і моральних, що відображають стан правової культури, інша причина пов'язана з асинхронністю якісних змін економічних і правових інститутів суспільства. Відомо, що будь-яка економічна система розвивається у відповідності з об'єктивними економічними законами. В реальному житті об'єктивний характер економічного розвитку проявляється тільки через суб'єктивну діяльність людей. Останні повинні пізнати об'єктивну сутність та механізм економічного розвитку та відобразити це в визначених нормах, що регламентують та упорядковують економічну діяльність. Але так як об'єктивний процес економічного розвитку відбувається постійно та безперервно, а для його пізнання та суб'єктивного відображення завжди буде існувати визначений часовий лаг, що викликає в кожен конкретний момент часу невідповідність економічної та правової систем. Визначення передумов тіньової економіки, порівняльний аналіз її якісних характеристик в різних економічних системах дозволяють розкрити сутність названого суспільного феномену, яка може

бути відображена в наступних теоретичних положеннях.

Перше. Ціллю тіньової економічної діяльності є отримання таких доходів, які не представляють можливим витягти дотримання норми діючого законодавства. Саме таким чином вилучення цих вирішуються протиріччя між інтересами держави, з одного боку, та інтересами окремих економічних суб'єктів з другої. При цьому мова йде про суб'єкти, які чи не мають можливості, чи не бажають реалізувати свої інтереси в процесі легальної, офіційно оформленої економічної діяльності. Використовувані цими суб'єктами форми вирішення протиріччя реалізують їх опортуністичні відносно діючих в суспільстві правових та моральних норм поведінки.

Друге. З приводу тіньової діяльності в суспільстві складаються визначені відносини, які притаманні всім фазам процесу суспільного відтворення. Дійсно, щоб отримати тіньовий дохід суб'єкт повинен створити які-небудь блага, потім здійснити їх розподіл, а після цього провести реалізацію розподілених благ шляхом обміну та таким чином засвідчити факт задоволення потреб певних суб'єктів, які на ряду випадків носять аморальний, антисуспільний характер, виступають в формі квазіпотреб.

Третє. Тіньова економічна діяльність базується на господарському використанні різних форм власності (державної, приватної, змішаної); отримані при цьому доходи інвестуються або в нелегальний бізнес, або, після попереднього «відмивання» – в легальні види економічної діяльності.

Четверте. Тіньова економічна діяльність характеризується значним різноманіттям суб'єктів, що її здійснюють. Це: особи, що пов'язані з злочинним світом; корумповані чиновники різних органів державної влади та місцевого самоврядування; особи, що здійснюють діяльність в сфері підприємництва; а також наймані працівники розумової та фізичної праці, що відійшли в «тінь» з різних причин.

П'яте. Тіньову економіку не можна розглядати як закриту, відособлену економічну систему. Навпаки, суб'єкти зайняті в ній регулярно, так чи інакше, контактують з суб'єктами офіційної, легальної економіки (державою, підприємницькими одиницями, домашніми господарствами).

Сутність тіньової економіки розкривається в її функціях, які можна розмежувати по характеру впливу на процеси суспільного розвитку, виділивши групу дестабілізуючих та групу стабілізуючих функцій. До першої групи відносяться:

- Деформаційно-руйнівна функція, обумовлена існуванням розриву між потребами держави в фінансових ресурсах для вирішення ключових макроекономічних задач та можливостями їх задоволення та, що проявляється в посиленні соціальної напруги в суспільстві внаслідок несправедливої диференціації доходів, зниженні керованості економікою через відсутність надійної та повної інформації про фактичний стан економічної системи в цілому та т.п.

- Консервативна функція, що проявляється пера' за все в затриманні процесів якісного оновлення технічної бази виробництва в «світлому» секторі економіки через відтік капіталу в тіньову економіку;

- Перерозподільча функція, результатом дії якої стає збільшення податкового тягаря економічних суб'єктів, діючих в легальній економіці.

Стабілізуюча роль тіньової економіки пов'язується з реалізацією наступних функцій:

- Індикативною функцією, суть якої складається в тому, що тіньова економіка сигналізує про необхідність коректування політики, що проводиться державою, напрямках удосконалення правової бази, що регулюють підприємницьку діяльність;

- Компенсаційною функцією, що проявляється в згладжуванні негативних наслідків функціонування ринку (наприклад, забезпечуючи зайнятість

населення, задоволення споживчого попиту);

- Селективною функцією, що виражається в моральному захисті суспільства за допомогою заборони таких форм економічної діяльності, які суперечать прийнятим в суспільстві нормам моралі [1].

Результати дослідження сутності та загальноекономічного складу тіньової економіки дають можливість визначити її структуру. При цьому, перш за все, виділяються два типи тіньової економіки: кримінальна та не кримінальна.

Кримінальна економіка – це нелегальні види діяльності, що заборонені кримінальним, законодавством. Тут можна виділити неорганізовану (дрібне шахрайство, економічні порушення у вигляді обрахунку, хабарництва та інше) та організовану злочинність, в тому числі, пов'язану з корумпованими державними та муніципальними службовцями.

Не кримінальна тіньова економіка розділяється на ряд підтипів: фіктивну, не легалізовану та неформальну.

Фіктивна економіка – це, перш за все, не заборонена економічна діяльність, результати якої або занижуються, або взагалі приховуються в цілях скорочення податкового тягаря чи уникнення сплати податків. Механізм її функціонування частіше пов'язаний з операціями по прихованню доходів, що отримуються від оподаткування.

Не легалізована економіка – це види економічної діяльності, що здійснюються не легалізованими, підпільними підприємствами. При цьому вони, як правило, не несуть за собою руйнівних наслідків, а лише виступають індикаторами негативних процесів, що відбуваються в економіці.

Результатами здійснення такої тіньової діяльності є: невисока якість праці, відсутність гарантованої професійної специфікації та інше.

Неформальна економіка представляє собою неофіційну, але легальну економічну діяльність. Сюди відно-

Таблиця 1

Співвідношення позитивних та негативних сторін тіньової економіки

№	Позитивні сторони	Негативні сторони
1	Ефективність роботи підприємств тіньового бізнесу вище ефективності легально існуючих підприємств	Тіньова економіка деструктивно впливає на режим конкуренції деформує механізм ринку
2.	Учасники тіньових відносин мають можливість додаткових доходів	Тіньові відносини деформують податкову систему країни
3	ВВП країни в цілому, як і ВГП в регіонах, де присутні тіньові явища, зростає	Тіньова діяльність негативно впливає на стан державних фінансово скорочує бюджет, деформує його структуру
4	Тіньова діяльність дає можливість попереджати банкрутство фізичних осіб та підприємств	Тіньові процеси негативно впливають на грошово-кредитну систему країни
5	Тіньові процеси частково згладжують перепади в економічному розвитку держави, коли ресурси між офіційною та тіньовою економіками перерозподіляються	Тіньова економічна діяльність деформує макроекономічну політику держави
6	Тіньові доходи інвестуються в виробничу та фінансову сфери легальної економіки	Тіньові економічні явища негативно впливають ні' галузеву структуру економіки, економічне зростання країни
7	Тіньова економічна діяльність створює додаткові робочі місця та нові джерела доходу	Тіньові процеси негативно впливають на створення ефективно працюючих легальних підприємств

сяться дуже маленькі підприємства, що виробляють товари та послуги, а також незалежні індивідуальні виробники [2]. Визначення типів тіньової економіки дає можливість аналізувати конкретні види тіньової економічної діяльності, різноманітність яких справедливо вимагає розробки їх класифікації по сукупності критеріїв. В якості критеріїв тут можуть виступати: стадії відтворення процесу; характер впливу на результати економічної діяльності; характер ухилення від офіційного контролю; форми власності; галузі та сектори економіки; юридичний статус суб'єктів.

Актуально буде розглянути співвідношення позитивних та негативних сторін тіньової економіки, оскільки вона

просочилася в усі сфери сучасного суспільства. Тіньові інститути пустили корені в політичну, правову системи та виконують роль «клею» між ними [3]. Тіньові економічні явища суттєво впливають на стан економіки та соціальний клімат суспільства (див табл. 1).

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що тіньова економіка притаманна будь-якій державі як з ринковою, так і з перехідною і навіть з адміністративно-командною системою господарювання. Вона в тій чи іншій мірі виражена при будь-якій структурі форм власності. Однак, тіньову економіку потрібно розглядати тільки в контексті тих загальних економічних процесів, які відбуваються в країні.

Список використаних джерел:

1. Чилийский Д.И., Дадалко В.Л. Теневая экономика и экономическая безопасность государств, 2-е изд. – М: 2012.
2. Евсейчук Д. Экономика уходит в «тень» // Томская неделя. – 2010.
3. Пескова Д.Р. Теневая экономика и экономический рост – определение направлений // Государственная политика противодействия коррупции и теневой экономике. – М.: Изд-о «Научный эксперт», 2007.

Nesterpova D.O.

PREREQUISITES OF PROMOTION AND ESSENCE OF FENOMÉN OF SHADOW ECONOMY

Shadow economy can also be characterized as a combination of different types of economic relations unreported, unregulated and illegal economic activities. But, above all, the «shadow» economy is the uncontrolled and hide from him the production, distribution, exchange and consumption of inventory, money and services. Results from the existence of the conditions under which may be advantageous to hide their activities from a wide range of people, the Scale of concealment can be different – from the concealment of the existence of the company or of the existence of certain assets, to hide individual transactions. Cerises parable, the higher tire tax burden, the larger the shadow economy, boom inside the enterprise due to non-payment of taxes gain a competitive advantage over other firms and displace them from the market. The more complex bureaucratic procedures in developing countries, the more this sector of the economy. Questions the appropriateness of such beehive, in particular, deals with the Economics of crime and punishment.

There is no country in die world, which hasn't faced the shadow economy, it goes through all the economic spheres: production, exchange, distribution and consumption, and assumes regional and in some areas global range. The article is sanctified to the problem of shadow economy, reasons of her existence in modern society. Essence and functions of shadow economy are examined in the article, her types are characterized.

The shadow economy is an integral element of the social system in all periods its development. Its qualitative characteristics in the majority are determined by the specific historical conditions of a state, i.e. they are determined by the level or economic development, the power of the state, traditions and other factors. Therefore, in order to counteract the shadow economy processes should identify not only common, but special in its causes, factors of development, forms of manifestation. Thus, the analysis objective basis, the content and essence of the shadow economy, as well as identify potential institutional constraints is an important scientific problem that has practical economic signification of prerequisites of shadow economy, the comparative analysis of it's qualitative characteristics in various economic systems allow to open essence of this public phenomenon and are reflected in article

Keywords: shadow economy, criminal economy, fictitious economy, informal economy.

Омельяненко С.Л., Тофанчук А.Т.

ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ ЦІЛЬОВОГО ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У матеріалі статті визначено проблему відсутності контрольно-фінансового забезпечення досягнення енергоефективності діяльності авіатранспортних підприємств. Обґрунтовано техніко-економічний метод фінансового контролю цільового використання коштів авіатранспортних підприємств на реалізацію заходів із забезпечення енергоефективності господарської діяльності. Визначений показник вимірювання енергоефективності діяльності авіатранспортних підприємств. Представлено функціональну залежність рентабельності авіатранспортних підприємств від функціонування фінансового контролю за цільовим використання коштів, що призначені на фінансування діяльності з енергозбереження. Доведено, що за умови функціональності контролю за цільовим використанням коштів, які спрямовуються на фінансування заходів та проектів з енергозбереження утворюється енергоефективність діяльності авіатранспортних підприємств.

Ключові слова: енергоефективність, контроль, енергозбереження, цільове використання коштів, авіатранспортне підприємство, техніко-економічний метод діяльності, рентабельність.

В материале статьи обозначена проблема отсутствия контрольно-финансового обеспечения достижения энергоэффективности деятельности авиатранспортных предприятий. Обоснован технико-экономический метод финансового контроля целевого использования средств авиатранспортных предприятий на реализацию мероприятий по обеспечению энергоэффективности хозяйственной деятельности. Определен показатель измерения энергоэффективности деятельности авиатранспортных предприятий. Представлена функциональная зависимость рентабельности авиатранспортных предприятий от функционирования финансового контроля целевым использованием средств, предназначенных на финансирование деятельности по энергосбережению. Доказано, что при условии функциональности контроля за целевым использованием средств, направляемых на финансирование мероприятий и проектов по энергосбережению, возникает энергоэффективность деятельности авиатранспортных предприятий.

Ключевые слова: энергоэффективность, контроль, энергосбережение, целевое использование средств, авиатранспортное предприятие, технико-экономический метод, деятельность, рентабельность.

Постановка проблеми. Посилення енергетичної безпеки України набуває більшої безперервно зростаючої діяльності. Світові запаси природних органічних копалин енергоносіїв, особливо нафти і природного газу, поступово виснажуються, витрати на їх отримання зростають, потреба ж в них повсюдно стрімко зростає. З урахуванням того, що Україна не володіє власними значними

родовищами нафти і газу і змушена купувати паливно-енергетичні ресурси. Фінансова криза теж посилює проблему своєчасного забезпечення потреб економіки країни енергоносіями.

Авіаційний транспорт є одним з основних споживачів нафтового палива і вкрай залежить від нафтового ринку, адже, якщо підвищується ціна на нафтопродукти, то оператори ринку

авіаційних перевезень, зобов'язані підвищувати ціни на надавані ними послуги, що призводить до зниження кількості суб'єктів ринку, які користувалися послугами авіакомпаній. Існує залежність розвитку світового ринку авіаперевезень від забезпеченості паливом. Згідно статистики Міжнародної організації цивільної авіації (ICAO – The International Civil Aviation Organization) витрати авіакомпаній на паливо в останнє десятиліття складали від 12 до 25% загальних експлуатаційних витрат. Витрати на паливо і нафту в останнє десятиліття склали ЕІД 10 до 15% загальних експлуатаційних витрат регулярних авіакомпаній.

Ліквідувати залежність розвитку ринку авіаперевезень від забезпечення паливом можна тільки переходом на нові види палива (з нафтової сировини, біопалива і т.д.), а для цього необхідний комплексний економічний аналіз технічних, технологічних, соціальних, фінансових та екологічних аспектів такого переходу та контроль за цільовим використанням коштів, що призначені на цілі енергозбереження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням забезпечення енергоефективності діяльності авіатранспортних підприємств (далі за текстом АТП) на основі контролю за цільовим використанням коштів, що спрямовані на реалізацію заходів з енергозбереження присвячені наукові праці Г. Астапової [1, 2], С. Бойченка [4], Ю. Драчука [6], В. Ільчука [8], Т. Біленко [3], Е. Дмитренко [5], Ю. Яценка [7], О. Костенко [2, 9, 10], Р. Щербаня [11-13], О. Абазіної [2, 9] та інших вчених. Авторами розглядаються організаційно-економічні [1-3, 5, 8-13] та техніко-технологічні [4, 6, 7] напрями забезпечення енергоефективності діяльності АТП.

Невирішена частина загальної проблеми. Проте, залишається контрольно-фінансовий аспект забезпечення енергоефективності діяльності АТП.

Метою статті виступає обґрунтування техніко-економічного методу

фінансового контролю цільового використання коштів АТП на реалізацію заходів із забезпечення енергоефективності господарської діяльності.

Виклад основного матеріалу. Актуальним завданням фінансового контролю цільового використання коштів на реалізацію енергозберігаючих заходів виступає не розрахунок фактичного ефекту, а доказ можливого ефекту в ув'язці з ефективністю всієї фінансово-господарської діяльності. З урахуванням тієї обставини, при якій АТП постійно випробовують потребу в коштах необхідних для фінансування поточної діяльності важливим виступає обґрунтування залучення позикових засобів.

У даному випадку, необхідно: по-перше, визначити джерело фінансування; по-друге, довести здатність АТП повернути позикові засоби; по-третє, сформувати програму рентабельної діяльності АТП на період використання позикових засобів. Ці дії можна здійснити за допомогою порядку корпоративного фінансування діяльності з енергозбереження. Дія алгоритму передбачає проходження наступних етапів:

1 етап – Визначення мети фінансово-господарської діяльності підприємства.

2 етап – Розрахунок надлишку або недоліку загальної величини оборотних коштів АТП, необхідної для фінансування діяльності з енергозбереження. Виявлення недоліку засобів свідчить про наявність реальної потреби підприємства в додаткових фінансових ресурсах, а надлишку – про відсутність такої потреби.

3 етап – Обґрунтування джерел додаткового фінансування – у разі виявленої потреби в засобах, або визначення прогнозних величин показників діяльності з енергозбереження – у разі відсутності потреби в засобах. Покриття потреби у коштах може бути здійснено за рахунок зовнішньої інвестиції, якщо за результатами контролю ефективності використання коштів спостерігається інвестиційна привабливість АТП. Проте, залучення додаткових інвестицій було

пов'язано із збільшенням статутного або додаткового капіталу, що виступає винятковою компетенцією загального збору акціонерів і в порядку оперативного управління не здійснюється. Отже, найреальнішим джерелом покриття потреби у коштах виступає банківський кредит. Слід зазначити, що в процесі розрахунку суми кредиту потреба в коштах включає величину вартості заходу з енергозбереження. Кредит підприємство звичайно привертає строком не менш ніж 12 місяців. Слід зазначити, що сума кредиту включає витрати підприємства, пов'язані із енергозбереженням, що, за результатами цільового використання кредитних коштів забезпечує досягнення енергоефективності.

4 етап – Розрахунки фінансових планів і складання платіжних календарів.

5 етап – Розрахунок терміну окупності (поворотності) фінансових вкладень і визначення згідно платіжному календарю величини приросту власних оборотних коштів АТП.

Ефективність використання кредиту вимірюється показником різниці між сумою стартових власних коштів АТП на початок кредитування і сумою коштів після погашення кредиту, у тому числі, на цілі енергозбереження, і зобов'язань по ньому. Енергоефективність вимірюється показником різниці між сумою стартових власних коштів АТП і сумою коштів після погашення цільового кредиту на реалізацію енергозберігаючих заходів.

Для визначення енергоефективності доцільно застосовувати методику корпоративного планування, що заснована на використуванні техніко-економічного методу обґрунтування і розрахунку цільового прибутку АТП, який припускає таку послідовність практичної реалізації.

1 Формування короткострокового прогнозу фінансового результату АТП на майбутній місяць.

2. Розробка плану забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами на початок місяця.

3. Обґрунтування потреби підприємства в кредиті.

4. Розробка проекту платіжного календаря підприємства.

5. Визначення енергоефективності як річного приросту власних коштів

АТП за результатами реалізації заходів з енергозбереження.

Енергоефективність діяльності АТП вимірюється показником рентабельності діяльності з енергозбереження. Згідно аналітичних даних більшість АТП є низькорентабельними. З метою покращення результатів діяльності АТП, в умовах впроваджуються заходи з енергозбереження, необхідно визначити напрями їх впливу на прибутковість за допомогою рефлексивного підходу. Показники, що характеризують цей вплив:

приріст прибутку від основної діяльності з енергозбереження (R1);

приріст прибутку від іншої операційної діяльності з енергозбереження (R2);

приріст прибутку від фінансово-інвестиційної діяльності з енергозбереження (R3).

Подальша деталізація сутності наведених показників створює також три групи додаткових характеристик:

3 група: приріст фінансового доходу за результатами контролю цільового використання коштів та дострокового погашення корпоративних і кредитних зобов'язань, утворених внаслідок діяльності з енергозбереження (R31); приріст інвестиційного доходу від участі у статутному та додаткових капіталах внаслідок сумісної реалізації інвестиційних проектів (R32);

2 група: приріст операційного доходу від реалізації одиничних заходів з енергозбереження (R21); приріст операційного доходу від реалізації проектів з енергозбереження (R22);

1 група: приріст валового прибутку (RH); приріст прибутку до оподаткування (R12); приріст чистого прибутку (R13).

Функціональну залежність рентабельності від функціонування фінансового контролю за цільовим вико-

ристання коштів, що призначені на фінансування діяльності з енергозбереження АТП, відображено таким чином:

Приріст рентабельності АТП визначається наступним чином:

$$ARd = i / (<pd (R \pm ARk) \pm Rk, (1)$$

де f – функція розрахунку показника рентабельності діяльності з енергозбереження АТП;

у, $(pd$ – функції розрахунку фінансово-інвестиційного та операційного доходів від діяльності з енергозбереження АТП;

R – значення базової рентабельності господарської діяльності АТП;

ARk – приріст рентабельності за рахунок зростання окремого виду ходу від діяльності з енергозбереження;

Rk – значення рентабельності з враху-

ванням утворення доходу за результатами контролю цільового використання коштів та дострокового погашення корпоративних і кредитних зобов'язань в процесі діяльності з енергозбереження. З врахуванням визначеного значення перспективного прибутку від діяльності з енергозбереження розраховується перспективна енергоефективність діяльності АТП. За результатами виконаного дослідження виявлено, що енергоефективність реалізації заходів з енергозбереження в умовах АТП, яка забезпечується функціональністю фінансового контролю за цільовим використанням коштів пов'язана із можливістю економії енергетичних витрат, утворенням та підвищенням прибутковості діяльності та забезпеченням приросту оборотного капіталу.

Список використаних джерел:

1. Астапова Г.В. Організаційно-економічний механізм управління авіатранспортним підприємством (Монографія) / Г.В. Астапова, О.В. Ареф'єва, В.В. Матвеев та ін. – Київ: Центр учбової літератури. 2014. – 30 с.
2. Астапова Г.В. Маркетинг на основі цифрових технологій в діяльності з енерго- та ресурсозбереження підприємств авіаційної галузі / Г.В. Астапова О.А. Абазіна, О.К. Костенко. // 36. матеріалів І Міжнар. наук.-практ. конф. 23-30 травня 2014 р. / Одеськ. Нац.-ний політехнічний ун-т. – Одеса: ТЕС. 2014. – С. 17-19.
3. Біленко Т.І. Методологічні підходи до аналізу енергоефективності українських підприємств // Том 4: Матеріали X науково-технічної конференції «ABIA-2011». – Т. 4. – К.: НАУ, 2011.
4. Бойченко С.В., Спіркін В.Г. Вступ до хімотології палив та олив: навчальний посібник: у 2-х ч. – Одеса: Астропринт, 2009. – Ч. І. – 236 с.
5. Дмитренко Е.Д., Кириленко О.М. Проблеми підвищення енергоефективності та енергозбереження України // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2014. – №38. – С. 60-63.
6. Драчук Ю.З. Теоретико-методичні засади формування стратегії енерго- та ресурсозбереження в авіаційних підприємствах / Ю.З. Драчук, В.А. Панков, О.Л. Ськов, І.В. Дербіна // Стратегії розвитку України (економіка, соціологія, право): наук. журн. – Київ, НАУ, 2014. – С. 55-60.
7. Енергоефективність як ресурс інноваційного розвитку: Національна доповідь про стан та перспективи реалізації державної політики енергоефективності у 2009 році / С.Ф. Смілов, Ю.П. Ященко, В.В. Григоровський, В.М. Геець, В.Е. Лір та ін. – К, НАЕР, 2009. – 58 с.
8. Ільчук В.П. Фінансово-корпоративні умови організації діяльності з енерго- та ресурсозбереження в авіапідприємствах / В.П. Ільчук // Проблеми системного підходу в економіці. – Київ, НАУ. – 2014. № 49 – С. 70-77.
9. Костенко О.К. Аудит кредиторської заборгованості за результатами діяльності авіапідприємств з енерго- та ресурсозбереження / О.А. Абазіна, О.К. Костенко, В.О. Ареф'єв // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми бухгалтерського обліку і аудиту в сьогоденні». – К.: Національний авіаційний університет, 2014. – С. 9.

10. Костенко О.К. Планування показників ефективності діяльності з ресурсозбереження в авіаційних підприємствах / О.К. Костенко. // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право): наук. журн. -- Київ, НАУ, 2014. – № 1. – С. 97-102.

11. Щербань Р.Є. Формування методичних підходів до діагностики можливості нецільового використання авіапідприємствами екологічних коштів. / Р.С. Щербань. II Проблеми системного підходу в економіці: Збірник наукових праць: Випуск 39. – К.: НАУ, 2011. – С. 114-121.

12. Щербань Р.Є. Тактика контролю за визначенням ефективності використання екологічних коштів // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми економіки». – К.: НАУ, 2011. – С. 103-104.

13. Щербань Р.С. Інвестиційна та кредитна стратегії контролю фінансування еколого-економічної діяльності авіапідприємств / Р.Є. Щербань, М.М. Нікітін, О.О. Паляничка / Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Фінанси: теорія і практика». – К.: Національний авіаційний університет, 2014. – С. 64.

Omelyanenko S.L., Tofanchuk A.T

FINANCIAL CONTROL TARGETED USE OF FUNDS FOR ENERGY OF AIR TRANSPORT ENTERPRISES

The material the article the problem of lack of financial control to ensure that the energy efficiency of air transport enterprises. The necessity of control over the targeted use of funds intended for the implementation of energy saving measures. The concept of economic efficiency of air transport enterprises or terms of the efficiency of the energy saving due to the use of finances.

Grounded technical and economical method of financial control target use of air transport companies to implement measures to ensure the efficiency of economic activity. Determined the order of corporate finance energy efficiency. Grounded indicator measuring the energy efficiency of air transport enterprises after repayment of the loan target for implementation of energy saving measures.

The sequence of practical implementation of the proposed methodology for calculating the energy efficiency of corporate planning, based on the use of technical and economic substantiation and calculation method for certain income of air transport enterprises. Discovered as an indicator of energy efficiency of air transport enterprises of return on energy efficiency.

Reasonably reflective approach to identifying areas of influence implementation of energy efficiency measures to improve the performance of air transport enterprises. Submitted functional dependence of return air transport enterprises from the operation of financial control over the targeted use of funds for financing of energy efficiency.

It is proved that if the function of control over the targeted use of funds allocated for financing of energy efficiency projects and energy efficiency is formed of air transport enterprises. It was found that on the basis of the determination of the profits from the perspective of energy saving calculated promising energy efficiency of air transport enterprises.

Keywords: energy efficiency, control, energy conservation, use of funds, air transport undertaking feasibility method, activity, profitability.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657:347.728.1(045)

Чібісова І.В., Левчунь Б.В.

**БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ЯК ІНСТРУМЕНТ
УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВА**

В статті розглянуто основні теоретичні аспекти бухгалтерського обліку. Проаналізовано бухгалтерський облік як інструмент управління ризиками на підприємстві. Обґрунтована необхідність досліджень сутності ризиків підприємницької діяльності, що впливають на фінансовий стан підприємства, визначено переваги удосконалення облікових технологій управління ризиками.

Ключові слова: бухгалтерський облік, інструмент управління, ризик, фінансовий стан підприємства, управління діяльністю підприємства.

В статье рассмотрены основные теоретические аспекты бухгалтерского учета. Проанализированы бухгалтерский учет как инструмент управления рисками на предприятии. Обоснована необходимость исследований сущности рисков предпринимательской деятельности, влияющие на финансовое состояние предприятия, определены преимущества совершенствования учетных технологий управления рисками.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, инструмент управления, риск, финансовое состояние предприятия, управления деятельностью предприятия.

Постановка проблеми. Важливу роль в управлінні діяльністю підприємства в умовах ризику виконує бухгалтерський облік як інструмент мінімізації (нейтралізації) ймовірних наслідків господарських ризиків шляхом створення для керівництва відповідного інформаційного забезпечення на всіх стадіях процесу управління. Розробка організаційно-методичних засад бухгалтерського обліку господарської діяльності в умовах ризику дозволить враховувати ризики у ході прийняття рішень і сприятиме впровадженню заходів, спрямованих на запобігання, мінімізацію або компенсацію їх ймовірних результатів. Визначення і обґрунтування ролі бухгалтерського обліку як інструмента управління ризиками підприємницької діяльності потребує знаходження шляхів вирішення таких взаємопов'язаних завдань: визнання ризику (фактів господарської діяльності, пов'язаних з ризи-

ком) в системі бухгалтерського обліку; оцінювання імовірності втрати економічних вигод окремими об'єктами бухгалтерського обліку під впливом дії ризику; вибір методичного інструментарію управління ризиками, притаманного системі бухгалтерського обліку/

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для дослідження бухгалтерського обліку як інструмента управління ризиками присвячені праці таких відомих вітчизняних та зарубіжних науковців як І. Вигівської, Є. Лапченко, Р. Костирко, Г. Савицької, Є. Олейнікова, А. Шевельова та інших. Ці дослідження носять переважно теоретичний характер та є досить складними для практичного застосування. Важливий внесок у формування теоретичних та організаційно-методичних аспектів бухгалтерського обліку, аналізу й контролю діяльності підприємств в умовах ризику реалізували у своїх

роботах вітчизняні вчені: І.А. Бланк, В.П. Бондар, Ф.Ф. Бутинець, Г.Л. Вербицька, В.В. Вітлінський, М. Жильберт, СМ. Дячек, Л.М. Кіндрацька, Г.Г. Кірейцев, М.Д. Корінько, В.Г. Лопатовський, М.С. Клапкін, В.В. Лук'янова, Н.М. Малюга, Б.М. Мізюк, Я.С. Наконечний, Л.О. Примостка, Н.С. Скопенко, В.А. Смоляк, С.С. Стоянов, О.І. Ястремський; російські вчені: А.П. Альгін, І.Т. Балабанов, С.М. Бичкова, В.С. Золотарьов, Л.Н. Растамханова, А.С. Шевелев, В.А. Черновою, Н.Н. Селезньова, Я.В. Соколов, В.А. Точиловой, О.В. Шевелевою, І.М. Агеевим, А.Ш. Джангетовим, О.Р. Антишевою, Н.А. Гориславец, О.Д. Дмитриченко, А.С. Толстовою.

В дисертаціях українських науковців піднімалися окремі питання оцінки та облікового відображення ризиків діяльності суб'єктів господарювання: Г.П. Стадником, О.В. Амеліною, та інші.

Метою статті є спроба проаналізувати наслідки господарських ризиків та аргументувати пропозиції з порядку їх визнання в обліку, а також обґрунтування необхідності удосконалення теоретико-методологічних основ бухгалтерського обліку з метою підвищення його інформативності при управлінні ризиками підприємницької діяльності, а також розробка практичних рекомендацій з удосконалення бухгалтерського обліку діяльності підприємств в умовах ризику для відвертання виникнення та впливу його негативних наслідків на фінансовий стан підприємства та створення інформаційного забезпечення процесу управління ризиками господарської діяльності.

Виклад основного матеріалу. Під поняттям "ризик" прийнято розуміти вірогідність (загрозу) втрати підприємством частини своїх ресурсів, появи додаткових витрат або недоотримання доходів в результаті виконання певної виробничої і фінансової діяльності. В бухгалтерському обліку поняття ризику тісно пов'язане з очікуванням настання господарських операцій та можливостей невизначеності в них.

Також доцільно виділити, що високий ступінь ризику в професійній діяльності бухгалтера та його відповідальність перед користувачами звітності зумовлює до необхідності уточнення сутності поняття "бухгалтерський ризик" та удосконалення елементів організації бухгалтерського обліку в умовах ризику. В ході аналізу досліджень вітчизняних і зарубіжних науковців, можна стверджувати, що в бухгалтерському обліку ризику мають суб'єктивний характер, пов'язаний з людським фактором при виконанні професійної діяльності. В зв'язку із цим було запропоновано використовувати поняття "професійний ризик бухгалтера", під яким слід розуміти дії або бездіяльність працівників бухгалтерської служби, які провокують можливу небезпеку викривлення бухгалтерської інформації, яка виникає в процесі безгосподарності і фальсифікації звітності, що призводить до понесення підприємством збитків. Підприємницький ризик пов'язаний з формуванням прибутку підприємства і переважно характеризується можливими економічними наслідками в процесі здійснення фінансово-господарської діяльності. З метою управління ризиком здійснюється застосування засад ризикології (наука про основні закономірності, принципи та інструментарій виявлення, врахування, оцінювання та управління ризиком) в прикладних проблемах економіки та підприємництва. У першу чергу це пов'язано з тим, що під час здійснення своєї діяльності суб'єкти господарської діяльності мають відношення до групи підприємницьких ризиків. До основних груп підприємницьких ризиків слід віднести:

1. Зовнішні економічні ризики – ризики, які мають тісний зв'язок з економічною ситуацією (інфляційні явища, загальне падіння виробництва, коливання курсів національних валют, світові кризи, зниження купівельної здатності населення).

2. Внутрішні виробничі ризики – це ризики, які пов'язані із виробничим

процесом чи процесом надання послуг (коливання обсягів випуску, зміни головних факторів в технології виробництва, асортименту продукції тощо).

3. Фінансові ризики – ризики пов'язані зі зміною структури активів, капіталу та зобов'язань підприємства, що веде до зниження показників його ліквідності та фінансової стійкості.

4. Комерційні ризики, що пов'язані зі збутом продукції чи послуг (падіння попиту на продукцію, зниження конкурентоспроможності продукції чи послуг, зміни в кон'юктурі ринку).

Ознайомлення з роботами науковців показало, що підприємство може нести втрати на всіх стадіях життєвого циклу, так як заздалегідь не можна прорахувати вплив усіх чинників на кінцеві результати підприємства, а в процесі діяльності багато чинників можуть змінюватися непередбачувано.

Доцільно зазначити, що формування системи внутрішнього контролю бухгалтерських ризиків є одним з варіантів управління бухгалтерськими ризиками. Ця система складається з таких елементів: середовище контролю; процедури контролю; процес оцінки ризиків суб'єкта господарювання; інформаційні системи; моніторинг заходів контролю. Важливим є те, що при проведенні перевірки бухгалтерських ризиків варто застосовувати процедури аудиту і прийоми документальної ревізії. В сучасних економічних умовах при впровадженні інновацій, здійсненні нетрадиційних дій, посилюється підприємницький і бухгалтерський ризики, тому одним з важливих завдань керівництва і бухгалтерської служби є вміння своєчасно і об'єктивно оцінювати ступінь ризиків і управляти ними.

Одним із основних інструментів бухгалтерського обліку є створення та використання на підприємстві резервів (фондів), які створюються для внутрішнього страхування підприємницьких ризиків, регулюються обліковою політикою суб'єкта господарювання, галузевими стандартами та іншими

нормативно-правовими актами. До таких резервів (фондів) можна віднести наступні: фонд ризику – створюється на підприємствах та організаціях громадського харчування для списання втрат товарів; резерв сумнівних боргів – використовується для погашення безнадійної заборгованості; резерви гарантійного обслуговування покупців та гарантійних зобов'язань; резерв майбутніх витрат (і платежів); фінансові (податкові) резерви, які призначені для забезпечення регулярності платежів до бюджету за відповідними податками; резерви соціальної спрямованості – створюються для виплати відпусток, на випадок звільнення персоналу, платежів у Пенсійний фонд та ін.; резерви юридичного характеру – призначення для регулювання втрат від господарських спорів; резерви відшкодування комерційних ризиків (виробничих, майнових ризиків, недостатнього та несвоєчасного розвитку, ризиків процесу реалізації"); резерви під знецінення фінансових вкладень, ряд інших резервів.

Висновки. Бухгалтерський ризик являє собою ймовірність невігідного, несприятливого фінансового результату для підприємства внаслідок нечіткого відображення фактів господарської діяльності, невідповідності облікової політики, що застосовується на підприємстві. Доцільним на підприємстві є не тільки використання резервів, які створюються для внутрішнього страхування підприємницьких ризиків, але і використання таких інструментів бухгалтерського обліку як оцінка та резервування для вдосконалення управління ризиками підприємницької діяльності. Дослідження науковців показало, що для зменшення ступеню професійного ризику бухгалтера здійснюють удосконалення елементів організації бухгалтерського обліку, що дає перспективу запобіганню виникнення небажаних негативних наслідків такого ризику або зменшення їх впливу на фінансові результати.

Список використаних джерел:

1. Гнилицька Л.В. Інформаційне забезпечення ризиками підприємницької діяльності: обліковий аспект // Економічні інновації, 2014. – Вип. 57. – С. 88-100.
2. Хенсен Д.Р., Моувен М.М., Еліас Н.С., Сенков Д.У. Управлінський облік / Пер. з англ. – 5-е канал, вид. – К.: 2002.
3. Вигівська І.М. Місце бухгалтерського обліку в управлінні підприємницькими ризиками: materiály V mezinárodní vědecko-praktická konference ["Moderní vymoženosti vedy-2009"]: Díl 2. Ekonomické vedy / І.М. Вигівська. – Praha: Publishing House "Education and Science" s.r.o., 2009. – 96 s. – S. 92-94 (0,13 друк. арк.).
4. Шевельов А.Є. Ризики в бухгалтерському обліку на сучасному підприємстві // Вісник Південно-Уральського державного університету. Серія: Економіка та менеджмент. – № 4. – Том 8. – 2014. – С. 68-71.

Chibisova I.V., Levchun B.V.

ACCOUNTING AS A TOOL FOR RISK MANAGEMENT IN THE ENTERPRISE

Accounting risks have objective, linked to the human factor in the performance of professional activities. The business risk is directly related to the formation of profits and mostly characterized by the possible economic consequences in the implementation of financial and economic activity. In order to manage risk is the application of the principles ryzykoložiyi (the study of the basic laws, principles and tools of detection, accounting, valuation and risk management) issues in applied economics and business.

The main business risks groups include:

1. External risks.
2. Internal production risks.
3. Financial risks.
4. Business Risks.

It is advisable to note that the formation of the internal control of accounting risks is one of the options for management accounting risks. The system consists of the following elements:

- 1) control environment;
- 2) the process of risk assessment entity;
- 3) information systems;
- 4) control procedure;
- 5) monitoring controls.

One of the main tools of accounting is the creation and use of the company reserves (funds), which are created for domestic insurance business risks.

In the current economic conditions in the implementation of innovations, implementing unconventional actions, increased entrepreneurial and accounting risks, because one of the important tasks of management and accounting department should be able to promptly and objectively assess the risks and manage them.

Keywords: accounting, management tools, risk, financial condition, business management.

УДК 330.130.52:656.181(477)(045)

Борисенко О.С.

РОЛЬ РЕКЛАМИ В ДОСЯГНЕННІ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ

Стаття присвячена процесу управління рекламною діяльністю авіатранспортних підприємств та досягнення результативності авіатранспортної послуги під впливом реклами.

Ключові слова: авіація, реклама, рекламне агентство, транспортна послуга, центр взаємодії.

Статья посвящена процессу управления рекламной деятельностью авиатранспортных предприятий и достижению результативности авиатранспортной услуги под воздействием рекламы.

Ключевые слова: авиация, реклама, рекламное агентство, транспортная услуга, центр взаимодействия.

Постановка проблеми. На сучасному ринку маркетингова діяльність, в тому числі рекламна, характеризується безліччю зв'язків. Актуальність вивчення рекламних закономірностей обумовлена тим, що реклама є одним з найбільш достовірних і швидкореагуючих індикаторів загального і інвестиційного здоров'я економіки країни в цілому та підприємництва зокрема. Тому, в умовах посилення конкуренції на ринку і розширення запитів споживачів до якості обслуговування, помітна роль інструментів маркетингу в управлінні діяльністю підприємств авіаційного транспорту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналізу ролі реклами в економіці фірми присвячені роботи Р. Шмалензі, М. Шудсона, Д. Ріки, Ст. Андерсона, П. Блума, У. Уеллса, С. Кослоу, Дж. Поверне, С. Моріарті, Ф. Котлера, Ч. Сендіджа, В. Файбугера, Д. Ротцолла, Дегтярева Ю.А., Корнілова Л.В., Богачева Н.М., А. Балабанової, Е.Н. Голубкова, В.Н. Зазикіна, В.Л. Музиканта і інших.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Аналіз літератури пока-

зує, що багато проблем реклами залишаються недостатньо розробленими. Є потреба в пошуку ширших підстав для дослідження організаційно-економічних відносин в системі управління рекламною діяльністю. У науковій літературі приділяється недостатня увага механізмам управління і методам оцінки ефективності рекламної діяльності.

Мета статті і виклад основного матеріалу. Мета статті полягає в вивченні існуючих та в обґрунтуванні нових теоретичних та методичних аспектів щодо управління рекламною діяльністю авіатранспортних підприємств. Авіакомпанії України з метою стабільного та стійкого функціонування застосовують маркетингові інструменти вже давно, але їх зусилля не враховують системного характеру та специфіку взаємодії по досягненню якості транспортних послуг. Як правило, затрати на рекламні кампанії гарантовано і попередньо оплачуються, що не дозволяє виявити фактичний вплив рекламної кампанії на результативність авіаперевезень.

Отже, вдосконалення інструментів

маркетингової діяльності та рекламної діяльності зокрема, на авіаційних підприємствах має реалізовуватися у таких напрямках: забезпечення цінової, інвестиційної та комунікаційної політики, здійснення комплексних досліджень, відстоювання інтересів учасників транспортного процесу у владних структурах та ін.; формування єдиних стандартів і забезпечення умов ефективного функціонування партнерських організацій, задіяних у перевізному процесі; посилення різнорівневої взаємодії з іншими учасниками транспортного процесу, що дозволить більш ефективно узгоджувати параметри оперативної діяльності, як в інтересах підприємств авіаційного транспорту, так і безпосередніх споживачів транспортних послуг; розробка заходів щодо підвищення інформованості споживачів у відповідності до їх платоспроможності запитів.

Необхідно визнати, що сьогодні в більшості транспортних підприємств відповідальність за окремий елемент маркетингу – реклама, покладений на неспеціалізовані відділи підприємства. Це значно зменшує ефективність роботи підприємства та отримання

прибутку. Окремі транспортні організації не мають фінансових можливостей для здійснення комплексних досліджень ринку та досягнення системного ефекту від узгодження інтересів учасників транспортного процесу. Саме тому, виникає необхідність побудови на підприємствах авіаційного транспорту певної взаємодії учасників по наданню транспортної послуги, здатної вирішити зазначені проблеми та досягти взаємних вигод. Це обумовлює необхідність розробки відповідної методики визначення умов взаємодії авіакомпаній із рекламним агентством (рис. 1).

Практичне застосування комплексних положень дозволяє: вибрати із множини суб'єктів, які взаємодіють, варіант, який призведе до «корисності» всіх суб'єктів взаємодії; визначити можливий результат дій рекламного агентства у взаємодії і врахувати його при розробці спільної діяльності; сформулювати інформаційне повідомлення про перспективну діяльність агентства, про доцільність взаємодії з ним на умовах, які б забезпечили вигідність кожній стороні угоди. Оскільки одним із головних інструментів вдосконалення успішної роботи авіакомпанії на ринку тран-



Рис. 1. Послідовність прийняття рішень авіакомпанією щодо вибору суб'єкта взаємодії

спортних послуг є саме реклама, було запропоновано саме такий механізм взаємодії, де враховувалися б інтереси трьох учасників транспортного процесу, а саме авіакомпанії, рекламного агентства та споживача. Даний підхід стосується ролі реклами для споживачів транспортних послуг, стосовно рекламодавців або виробників, та їх метою застосування реклами для збільшення збуту і як наслідок отримання додаткового прибутку та розширення сегменту збуту на даному ринку. Саме тому, обґрунтовані варіанти форм ефективної взаємодії.

Таким чином, можна запропонувати конкретні форми і методи реалізації взаємодії зі споживачами авіатransпортних послуг: чіткий відбір споживача (процес відбору починається із розуміння потреб клієнта, сегментації ринку на ніші); залучення споживачів (після того як авіакомпанія проаналізує ринок та розподілить його на сегменти, вона ініціює комунікацію з метою інформування цільових споживачів авіатransпортних послуг щодо запропонованих цінностей; утримання постійних авіапасажирів (реалізація заходів щодо збереження клієнтів шляхом задоволення тих потреб, які є ключовими для них); формування лояльної групи споживачів

(підвищення важливості кожного з існуючих користувачів авіатransпортної послуги).

Висновок. Отже, рекламу необхідно вважати провідним інструментарієм ефективної діяльності будь-якого підприємства, формування моделі виявлення взаємозв'язку застосування реклами для досягнення результативності авіаперевезень є доцільним для отримання економічного ефекту авіакомпанією, отримання агентством певного відсотку за споживання транспортної послуги та задоволення потреб споживача. Дана модель допоможе авіакомпанії вирішувати наступні завдання: проаналізувати та оцінити взаємозв'язок між рекламною динамікою реалізації авіатransпортних послуг; визначити потенційну ємність на відповідному сегменті ринку; сформувати економіко-математичне рівняння залежності показників реклами та реалізації транспортних послуг; визначити точку беззбитковості діяльності авіакомпанії; визначити питому вагу впливу реклами на споживання транспортної послуги, визначити процент виплат рекламному агентству за споживання транспортної послуги, довести доцільність застосування моделі.

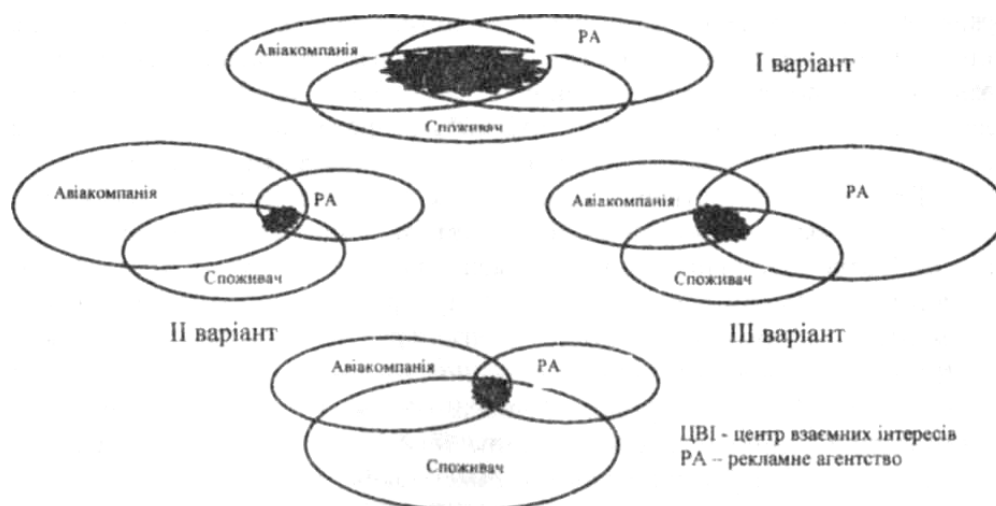


Рис. 2. Варіанти формування центру взаємних інтересів із забезпечення консолідованих вигод

Список використаних джерел:

1. Энтони Фарбей Эффективная рекламная кампания. Руководство по стратегии, планированию и выявлению потенциального потребителя [Текст] / Энтони Фарбей. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003 г.
2. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук – СПб: Питер. 2003. – 800 с.
3. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. – М.: Евразийский регион, 1998.
4. Маркетинг на объектах транспорта [Текст] : монографія / И.М. Аксёнов. – Нежин: ООО «Видавництво «Аспект-Поліграф»». 2006. – 336 с.
5. Дрьомін М.С. Інтеграція учасників транспортного процесу: форми взаємодії і фактори успіху // Формування ринкової економіки [Текст] / М.С. Дрьомін // 36. наук, праць, спец. вип. «Сучасні проблеми теорії і практики маркетингу». – К: КНЕУ, 2005. – С. 394-402.
6. Борисенко О.С. Рекламне забезпечення результативності авіаційних перевезень: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Київ – К, 2009. – 189 с.

Borysenko O.S.**ADVERTISING IN ACHIEVING THE IMPACT OF AIR TRANSPORTATION**

The article is dedicated process control advertising activity air transport enterprises and achieve efficiency of air transport services under the influence of advertising.

In the article the approaches to the management of advertising transport services as a Factor of interaction "airline – advertising agency – the consumer". Distribution services requires the development of specific methods for leveling of supply and demand, to carry out continuous monitoring of service quality and seek new benefits received by the end user.

Most theoretical and methodological developments ignores the specificity of interaction to achieve the quality of transport services, so there is a need to develop new or adapt existing methodological approaches to determine the impact of advertising on the impact of air travel.

The article is devoted to the process of interaction between industrial and economic actors to achieve the efficiency of air transport services under the influence of advertising, and it proved effective forms of economic interaction of separate structures that ensure efficiency of services and transport companies defined mutual benefit of all participants to ensure air travel, which leads to maximizing consumer value of air transport services.

Therefore, advertising must be considered a leading effective tools of any company. Building models identify relationships use advertising to reach performance air transport is appropriate for the economic effect of the airline receiving agency a percentage of consumption of transport services and customer satisfaction.

This model will help the airline following tasks: to analyze and evaluate the relationship between the dynamics of advertising the implementation of air transport services; identify potential capacity in the relevant market segment; create economic and mathematical equations depending on performance advertising and sale of transport services; determine the break-even point of the airline; to determine the proportion of the impact of advertising on consumption of transport services, to determine the percentage of payments to advertising agency for consumption of transport services, to prove the feasibility of the model.

Keywords: aviation, advertising, advertising agency, transport service, interaction center.

УДК 339.138:658(045)

Петровська С.В., Криворучко О.В.

ІНСТРУМЕНТИ І МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ МОДЕЛЮВАННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

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

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

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

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

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

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

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

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

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

тинговій діяльності сучасного підприємства.

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

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

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

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

безпосередньо планувати, організовувати і контролювати їх, використовуючи системний маркетинговий інструментарій.

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

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

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

Поява концепції ринкових інновацій, що має на увазі метод ведення біз-

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Список використаних джерел:

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

Petrovska S.V., Kryvoruchko O.V.

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

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

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

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

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

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

УДК 334.784:339.138:061.5(045)

Коваленко О.В., Мельниченко А.В.

БРЕНДИНГ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

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

Ключові слова: бренд, брендинг, торгова марка, імідж підприємства.

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

Ключевые слова: бренд, брендинг, торговая марка, имидж предприятия.

Постановка проблеми. В умовах конкуренції перед підприємствами виникає складне завдання: утримати свої позиції на ринку та зберегти ефективність своєї діяльності. Звичайно керівництвом організацій виконується ряд заходів щодо збільшення частки свого товару на ринку з метою здійснення цінової конкуренції та безліч інших. Але у багатьох випадках цього виявляється мало для того, щоб вижити. Фахівці все більше схилиються до думки, що основним фактором успіху підприємства є вірність споживачів. Вищий ступінь відданості споживачів – це майже фанатичне шанування бренда.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні засади знайшли відображення в роботах зарубіжних і вітчизняних вчених, так проблемам створення та управління брендом, розробки брендової стратегії для підприємства присвячені в основному праці зарубіжних авторів: Д. Аакер, Г. Ассель, А. Еллвуд, Е. Йохі-мштайлер, Ж.-Н. Капферер, К.Л. Келлер, Ф. Котлер, Д. Коулі, Ж.-Ж. Ламбен, М. Ліндстром, Д. Огілві, Е. Райс, Дж. Траут, Д. Шульц та ін.

Також необхідно виділити українських вчених які зробили значний внесок до розробки даної проблеми таких як Л. Балабанова, Л.М. Бук, А. Войчака, О. Зозульова, О. Кендюхова, О. Кіс-

тень, О. Малинка, Я. Приходченко, В. Пустотіна, Г. Рябцева, А. Старостіна, А. Устенко, Д.В. Яцюка та ін.

Мета статті, з'ясувати, що являють собою поняття «бренд» та «брендинг» та яку роль вони відіграють в маркетинговій діяльності, як відбувається процес створення вдалого бренду, розглянути сучасну концепцію брендингу, визначити ефективні шляхи удосконалення брендингу в Україні.

Виклад основного матеріалу. Брендинг – це високоефективна технологія завоювання і утримання споживача. За допомогою брендингу можна досягти багато чого. Зокрема, він дозволяє: підтримувати запланований об'єм продажів на конкретному ринку і реалізовувати на ньому довгострокову програму по створенню і закріпленню в свідомості споживачів образу товару; забезпечити збільшення прибутковості в результаті розширення асортименту товарів і знань про їх загальні унікальні якості, які впроваджуються за допомогою колективного образу; відбити в рекламних матеріалах і кампаніях культуру країни, регіону, міста, де виготовлений товар, врахувати запити споживачів, для яких він призначений, а також особливості території, де він продається; використовувати три дуже важливі для звернення до рекламної аудиторії чинники – історичне коріння,

реалії сьогодення і прогнози на перспективу.

Термін «бренд», який прийшов в українську мову з англійської, має цілий ряд значень. Його буквальный переклад – фабрична марка, клеймо виробника.

Основне смислове значення бренду полягає в тому, що він є характеристикою не стільки продукту або послуги, скільки чітко сформульованої і втіленої в життя ідеології, що наступально рекламує і впроваджує в масову свідомість певні життєві установки і принципи. Бренд активно сприяє залученню споживачів до деякої соціальної групи, якою властива ця ідеологія.

Ні в якому разі не можна плутати бренд з торговою маркою. На мою думку, торгову марку можна порівняти з ім'ям, по-батькові та прізвищем товару, послуги чи власне компанії. З брендом все багатіше, бо до його складу входять торгова марка, набір певних характеристик, очікувань, асоціацій, які сприймаються споживачем та надаються ним товару, а також обіцянки яких-небудь переваг, які даються автором бренду. Якщо ж продовжувати проводити аналогію з людиною, то бренд – це ім'я по батькові, прізвище широко відомої людини, на яку хотілося б орієнтуватися.

Основними характеристиками бренду є:

- 1) основний його зміст (Brand Essence);
- 2) функціональні й емоційні асоціації, що виражаються покупцями і потенційними клієнтами (Brand Attributes);
- 3) словесна частина марки або словесний товарний знак (Brand Name);
- 4) візуальний образ марки, формований рекламою в сприйнятті покупця (Brand Image);
- 5) рівень популярності марки в покупця, сила бренду (Brand Power);
- 6) узагальнена сукупність ознак бренду, що характеризує його індивідуальність (Brand Identity);
- 7) вартісні оцінки, показники (Brand Value);

8) ступінь просування бренду (Brand development Index);

9) ступінь залучення бренду до цільової аудиторії і її окремих сегментів (Brand Loyalty) [3, с. 475]. Отже, бренд є маркетинговим поняттям і означає широко відомий товарний знак. Як правило, якщо не менше 20% цільової аудиторії позитивно відносяться до даного товару, то його можна назвати брендом. Хоча, звичайно, цей показник залежить від конкурентності ринку, тому визначається експертно. Перетворення торгової марки в бренд відбувається в той момент, коли об'єктивне сприйняття цінностей продукту й торгової марки замінюється стійким особистим відношенням до них. Споживач дає свою, суб'єктивну, оцінку якості, надійності, безпеки, ергономічності, дизайну, назві продукту.

Створення бренду – це творча робота, що вимагає глибокого знання ринку, споживача і конкурентів. Це досить тривалий, складний і дорогий процес, тому великі компанії залучають до розробки бренду професійну, спеціалізовану фірму [14, с. 64].

Схема робіт з формування бренду може включати наступні етапи:

I. Позиціонування бренду на ринку, тобто пошук місця бренду на ринку, а також набору купівельних потреб і сприйняття товару. Позиція бренду – це те місце яке займає бренд в уявленні покупців по відношенню до товару-конкурента. Тут треба отримати відповіді на питання: для кого створюється бренд? Навіщо, яку вигоду отримає споживач від цього бренду? Для якої мети потрібний даний бренд? Від якого товару-конкурента повинен захистити фірму даний бренд? [9, с. 31].

II. Формування стратегії бренду, тобто програми стратегічного характеру, що використовується фірмою для створення цінності бренду. У рамках стратегії визначається: хто є цільовою аудиторією? Що слід пообіцяти цій аудиторії? Як обґрунтувати покупцеві цю обіцянку? Яке враження повинне залишитися від бренду у споживачів?

III. Аналіз торговельної марки і пошук імені бренду. Торговельна марка представляє собою умовний знак, який за допомогою асоціації його з товаром або послугою повідомляє споживачеві інформацію про товар, його споживчі характеристики. Вона переконує покупців в тому, що при покупці товару вони отримають ту ж саму якість, що і раніше. Крім того, торговельна марка дає можливість виводити на ринок нові товари і впливати на роздрібних продавців. При аналізі торговельної марки необхідно звертати увагу на наявність наступних її якостей: привабливість, економічність, комунікативність у сфері позиціонування товару, легкість розпізнавання серед товарів-конкурентів [10, с. 241].

Згідно з концепцією єдиного стратегічного підходу бренд складається з наступних елементів:

- ідентичність бренду – центральний елемент, який, у свою чергу, складається з постійних елементів, що не змінюються у часі (ім'я, цінностей і особистого погляду на світ) з яким співвідносяться всі інші елементи;
- особистість бренду, його характер і манери;
- імідж бренду – результат синтезу, здійсненого людьми з потоку різних сигналів, отриманих від складових бренду, перш за все, інтерпретації повідомлення, виявлення його змісту, розуміння знаків;
- комунікація – що, як і яким чином повідомляється споживачу;
- поведінка – стиль поведінки на ринку як самого бренду, так і всіх людей, що виступають від його імені;
- «фізика» бренду – означає всі його матеріальні елементи, включаючи людей від керівництва до кур'єра. «Фізика» бренду – це офіси, машини, це пляшка «Кока-Коли», це все те, що приходить на думку при згадуванні бренду [16, с. 60].

Ця концепція стверджує, що теоретичні засади побудови ефективного «вічного» бренду повинні передбачати необхідність поєднання всіх вище зга-

даних елементів бренду таким чином, щоб вони склали гармонійну композицію, тобто єдиний стратегічний підхід. Адже на нашому ринку є багато прикладів вдалої реалізації торгової марки, але дуже мало прикладів логічного, послідовного розвитку бренду.

Поняття «брендинг» ще не встигло міцно увійти в розум українців. Для багатьох це не більш ніж створення ярлику, логотипу, яскравого упакування для продукту. Насправді це поняття набагато ширше, при правильному використанні брендинг може стати ефективним управлінським рішенням, довгостроковою інвестицією в розвиток бізнесу, який окупиться в майбутньому [24].

Для України притаманний азіатський тип створення брендів, де компанії інвестують у бренд на рівні корпорації в першу чергу, а лише в другу чергу, в набагато меншому ступені, на рівні продукту. Так, наприклад, в Японії торгова марка товару без гарантії корпоративної марки фірми взагалі не стала б купуватися [20, с. 178].

Українські бренди почали рости в 1999 році та з того часу кожний наступний рік з'являються все нові торгові марки та все більша кількість брендів, що активно підтримуються в масовій комунікації. Можна стверджувати, що за цей час значна частина українських брендів зіткнулася з реальними проблемами та здобула безцінний досвід боротьби за місце під сонцем [8, с. 27].

Головною проблемою є однотипність українських брендів. Подивившись різні рекламні блоки по телевізору починаєш ловити себе на думці, що сидиш у кінотеатрі, де багато разів показують один і той же довгий фільм. Начебто обличчя на екрані змінюються, але всі ніби то однакові. Начебто говорять різні слова, але зміст в них однаковий. Реклами, що відрізняються від інших своєю оригінальністю та неповторністю зустрічаються дуже рідко [5, с. 11].

Схожість на інших – це не просто проблема, це хвороба багатьох українських брендів. Ця проблема може не

хвилювати до певного часу бренди, що виступають безперечними лідерами у своїх сегментах. Але ж решта теж бажає та прагне стати сильними брендами.

Для того, щоб подолати цю проблему, потрібно, щоб у бренда був свій особливий характер. Треба описати його так, щоб споживачі одразу щось відчували по відношенню до нього. Можливо, нашим виробникам слід спробувати описувати свій бренд так, як його відчують споживачі, щоб можна було одразу відчувати його особливість, несхожість на інших. Боюся, що у багатьох випадках виробник буде використовувати звичайні та загальноновживані слова: теплий, сімейний, активний, щирий, домашній.

Створення бренду в Україні дуже часто сприймається як відтворення гарного логотипу. Однак, конкуренція на ринку зростає, компаніям все більше стає важливим відрізнитися одна від одної, в тому числі і візуально.

Перемагають ті, хто виявляється більш далекоглядними та спритними, хто усвідомив, що брендинг – це інвестиція, а не витрата. На ринку також є очевидною нестача професійних кадрів. Індустрія брендингу в країні дуже молода та кадрів, які сприймають брендинг як стратегічний крок та відносяться до нього, як до управлінського рішення, дуже мало [24].

Ще однією проблемою є досягнення максимальної, на думку виробника, висоти бренду. Це означає, що він починає відчувати, що досяг певного рівня, через який він не може перестрибнути. Тобто нема відчуття прориву та нема впевненості, що завтра обов'язково буде краще, ніж сьогодні.

Питання брендингу є дуже актуальним для України на даному етапі. Сильний, вдалий бренд для вітчизняного виробника дасть дуже багато: спростить процедуру вибору товару споживачем; захистить виробника в процесі роботи з партнерами; дозволить діставати додатковий прибуток; ідентифікує компанію-виробника й інші її товари

серед товарів конкурентів; полегшить вихід виробника з новими товарами на суміжні ринки; зробить інвестиції в майбутнє; розвине цілі галузі виробництва і категорії товарів; забезпечить емоційний зв'язок з покупцем; стане історією, якій ніколи не буде кінця.

Враховуючи все вище сказане, можна виділити наступні шляхи вдосконалення брендингу в Україні:

1) Успішний бренд завжди повинна підтверджувати висока якість товару чи послуги, що випускає чи надає компанія. Якість обов'язково повинна відповідати очікуванням споживача. Це запорука успішності бренду. «Красивої обгортки» товару недостатньо. Без якості бренд просто не існує.

2) Дуже необхідним є цілісний підхід до брендингу. Тобто бренд – це не тільки реклама і просування, але й вся діяльність компанії від закупівлі й виробництва до керування персоналом і збутом. Брендинг насамперед є філософією керування компанією, товарними потоками, людськими ресурсами й ін., заснованою на соціально-психологічних законах, які дозволяють керувати свідомістю споживачів з метою збільшення прибутковості підприємства через торгову марку, її ім'я, упаковку, історію, репутацію та спосіб рекламування.

3) Реклама споживацьких товарів має бути короткою і чіткою. Також вона має привертати увагу своєю унікальністю та несхожістю на інших. Велике значення тут мають ілюстрації та яскраві заголовки, які повинні привернути увагу покупців [4, с. 139].

4) Брендинг в Україні повинен здійснюватися з розумінням того, що бренд повинен відрізнитися від інших. Він повинен бути унікальним і неповторним. В українських брендах має бути визначена та виражена сильна емоційна перевага. Характер бренду обов'язково повинен бути цікавим і сильним. Бренд – це особистість, якому властиві ті ж якості, які звичайно властиві людині. Бренд повинен викликати

в споживачів визначений набір позитивних емоцій, як викликають приємні нам люди. Він повинний викликати розташування, довіру і прихильність.

5) Виробники товарів повинні вміти правильно оцінювати можливості для зростання та правильно використовувати ті можливості, які надаються українським ринком.

Висновки. Брендінг – це мистецтво, побудоване на глибокому знанні ринку. Для того, щоб створити якісний бренд, потрібний, окрім часу, зусиль і капіталу, ще і талант. Адже бренди невіддільні часу, багато хто з них пережив свої товари, і тепер позиціонується по-іншому. Але самі бренди збереглися і продовжують існувати і приносити користь компаніям, що володіють ними.

Бренди корисні для суспільства в цілому, вони дозволяють нам економити час на виборі товару. Окрім цього, треба відзначити, що всі зусилля брендінгу зійдуть нанівець, якщо за словами не стоятимуть реальні справи.

Важливо не стільки запустити бренд, провести рекламну акцію, розробити програму збуту і позиціонування, скільки примусити людей повірити, що це те, що дійсно заслуговує довіри, це те, що дійсно їм потрібно.

Брендінг створює історії гучного успіху, які заохочують інші компанії наслідувати дані приклади, упроваджуючи свою стратегію брендінга швидко і з більшим ентузіазмом, ніж вони робили б це в іншому випадку. Бренди є зірками долі в комерції і породжують безліч шанувальників як вдома, так і за кордоном.

Список використаних джерел:

1. Аакер Девід. Создание сильных брендов. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003. – 439 с.
2. Анхолт. Симон. Брендінг: дорога к мировому рынку: – М.: Кудиц-Образ, 2004. – 270 с.
3. Дробо Кэвин. Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности. – М: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 274 с.
4. Журнал «Маркетинговые исследования в Украине», № 4 (11), июль-август 2005.
5. Мороз О.В. Теорія сучасного брендінгу: О.В. Мороз, О.В. Пашенко, Вінниц. держ. техн. ун-т. – Вінниця: Універсум-Вінниця, 2003. – 103 с.
6. Пустотін В. 10 років брендобудівництва в Україні: тенденції, основні уроки, перспективи // Маркетинг в Україні, 2006. – № 6.
7. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Г. Особенности современного брендінга (зарубежный опыт): Учеб. пособие. – М.: Высшая школа рекламы, 2003. – 90 с.
8. Сороковіт Л. Загальне управління брендами // Маркетинг в Україні, 2005. – № 1.

Kovalenko O.V., Melnychenko A.V.

BRANDING IN MARKETING ACTIVITIES

Branding is a highly efficient technology gain and retain customers. With branding can achieve a lot. In particular, it allows: to support planned sales in a particular market and implement its long-term program for the creation and consolidation in consumers' minds the image of the goods; provide increasing profitability as a result of expanding the range of products and their general knowledge of the unique qualities that are implemented through collective image; tipped marketing materials and campaigns culture of the country, region, city, where manufactured goods, to take into account the demands of consumers for whom it is intended, and especially the area where it is

sold; use three very important to appeal to the advertising audience factors – historical roots, the realities of today and forecasts for the future.

The term "brand" that came in the Ukrainian language in English, has several meanings. Its literal translation – factory mark, stamp producer.

The main meaning of the brand is that it is not so much a characteristic of the product or service as precise and implemented ideology that offensively and implementing advertising in the mass consciousness of certain attitudes and principles. The brand actively encourages consumers to a certain social group, which is inherent in this ideology. With the purchase of goods or services the brand offers people to join this social group, which is inherent in this ideology and thus effectively solve many problems real or imagined physical, emotional and even spiritual nature. Consumer brand advertised goods and services as it falls under its protection. From this perspective, the brand solves the problem of alienation of man from society. The brand is a marketing concept and means well-known trademark. Usually, if at least 20% of the target audience are positive about the product, then it can be called brand. Of course, this figure depends on the competitive market, as determined by an expert. The conversion brand in the brand is at that moment when the objective perception of product value and brand replaced personal resistant to them. The consumer gives his subjective, assessment of quality, reliability, safety, ergonomics, design, product name; He adds to his emotions.

The process of creating the brand and manage is called branding. It can include the creation, enhancement, restoration and change the stage of development of the brand, its expansion and deepening. Branding is defined as a firm set of actions aimed at the implementation of a strategy to promote its products and services is to create a brand. This strategy should be formed from the earliest days of the company and performed throughout his follow-up.

Keywords: brand, branding, trademark, company image.

Наукове видання

ПРОБЛЕМИ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ЕКОНОМІЦІ

Збірник наукових праць

Випуск 2(56)

Технічне редагування *С.В. Петровська*

Опубліковано в авторській редакції

Формат 60x84/8. Гарнітура ZurichCyrillic BT.
Папір офсет. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 10,22. Ум.-друк. арк. 15,35.
Замов. № 22/16. Наклад 100 прим.

Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.