

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

*Збірник
наукових праць*

*ISSN 2312-9298 (print)
ISSN 2415-7112 (online)*

Заснований 2000 р.

Видається 2 рази на рік

Випуск 42

Київ 2018

УДК 330.341.08 (477)

У збірнику знайшли відображення результати наукових досліджень стратегічних процесів на макро-, мезо- та мікрорівнях національної економіки. Висвітлено підходи до вивчення соціально-економічних процесів у трансформаційній економіці. Розкрито інноваційні імперативи та напрями подальшого розвитку інвестиційної сфери. Запропоновано напрями розвитку регіонів та окремих галузей. Розвинуто теоретичні основи та окреслено способи вдосконалення практики стратегічного управління, підвищення ефективності функціонування та економічного розвитку підприємств в сучасних умовах господарювання. Представлено результати досліджень розвитку сфери вищої освіти.

Засновник та видавець
Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Зареєстровано в Міністерстві юстиції України
Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 23386-13226ПР від 24.05.2018 р.
Рекомендовано до друку Вченою радою ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»
Протокол № 10 від 31.05.2018 р.

Фахове видання
Наказ Міністерства освіти і науки України від 09.03.2016 р. №241

Бібліографічні та наукометричні бази,
до яких включено збірник наукових праць
«Стратегія економічного розвитку України»:
UlrichsWeb TM Global Serials Directory, Google Scholar,
Scientific Indexing Services, Directory of Research Journals Indexing,
Institute Academic Resources ResearchBib
Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

В. А. Верба, д-р екон. наук, проф. (головний редактор); **О. М. Гребешкова**, канд. екон. наук, доц. (заступник головного редактора); **О. В. Горняк**, д-р екон. наук, проф.; **Н. М. Євдокимова**, канд. екон. наук, доц.; **Д. Слонек**, д-р екон. наук, проф.; **А. М. Ємельяненко**, д-р екон. наук, проф.; **О. О. Другов**, д-р екон. наук, доц.; **В. І. Кириленко**, д-р екон. наук, проф.; **В. П. Кукоба**, д-р екон. наук, проф.; **І. Й. Малий**, д-р екон. наук, проф.; **А.П. Наливайко**, д-р екон. наук, проф.; **А.М. Нехорошева**, д-р екон. наук, проф.; **О.І. Олексюк**, д-р екон. наук, проф.; **І. П. Отенко**, д-р екон. наук, проф., засл. економіст України; **І. М. Потравний**, д-р екон. наук, проф.; **І. М. Репіна**, д-р екон. наук, проф.; **С. М. Соболев**, канд. екон. наук, проф.; **В. Стрелковський**, д-р філософії, проф.; **В. М. Феценко**, д-р екон. наук, проф.; **З. Є. Шершньова**, канд. екон. наук, проф.

Відповідальний секретар — **О.М. Гребешков**, канд. екон. наук

Адреса редакційної колегії:

03680, м. Київ, просп. Перемоги, 54/1
Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,
факультет економіки та управління; тел. 371-61-92, 456-61-99;
sedu@kneu.ua www.sedu.com.ua

Матеріали збірника наукових праць друкуються мовою оригіналу (українською). Посилання на нього є обов'язковим. Відповідальність за точність наведених фактів несе автор. Редакція не завжди поділяє позицію авторів.

Художник обкладинки *Т. Зяблицева*
Верстка *О. Руденко*

Підп. до друку 07.06.18. Формат 70×100/16. Папір офсет. № 1.
Гарнітура Тип Таймс. Друк офсетний. Ум.-друк. арк. 19,9.
Обл.-вид. арк. 21,85. Наклад 100 прим. Зам. № 18-5452.

Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1
Тел./факс (044) 537-61-41; тел. (044) 537-61-44
E-mail: publish@kneu.kiev.ua

© КНЕУ, 2018
ISSN 2312-9298 (print)
ISSN 2415-7112 (online)

ЗМІСТ

Соціально-економічні процеси в трансформаційній економіці

<i>Дерев'янка О. Г.</i>	Механізми впливу репутаційного менеджменту на бізнес-результати	5
<i>Кудласевич О. М.</i>	Історико-економічний аналіз соціокультурних факторів та національних особливостей розвитку вітчизняного підприємництва.	18
<i>Омельяненко Т. В.</i> <i>Короткова К. О.</i>	Концепція колективної відповідальності та сприйняття її ідей майбутніми менеджерами	29
<i>Смєсова В. Л.</i>	До питання визначення категорії «економічні інтереси» . . .	38
<i>Терентьєва О. В.</i>	Організація кризових комунікацій в репутаційному менеджменті	48

Теорія і практика стратегічного управління

<i>Вишневська К. В.</i>	Особливості оцінювання адаптації за постіндустріальних умов діяльності підприємства	58
<i>Грабовенко О. В.</i>	Диверсифікація діяльності підприємств сфери надання послуг пожежної безпеки: аналіз передумов та прогнозування розвитку	70
<i>Шафалюк О. В.</i>	Маркетингові стратегії в управлінні логістичними системами промислових підприємств	89

Інноваційні імперативи та інвестиційна діяльність

<i>Диба М. І.,</i> <i>Осадчий Є. С.</i>	Фінансові інноваційні інструменти у банківській системі . . .	99
<i>Диба О. М.</i>	Інноваційний розвиток підприємств в умовах глобалізації	111
<i>Крамаренко А. О.,</i> <i>Барабась Д. О.</i>	Інноваційна політика держави як основа її конкурентоспроможності	119

Державне регулювання економіки

<i>Андрущак Є. М.,</i> <i>Щуревич О. І.</i>	Проблеми капіталізації банківської системи України.	128
<i>Жибер Т. В.</i>	Цільове публічне бюджетування в Україні.	138
<i>Стукан І. Ю.</i>	Теоретичні та практичні підходи до оцінки ліквідності банківської системи	147

Розвиток регіонів і галузей

<i>Писаренко Н. В.</i>	Формування системи інформаційного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників у процесі страхування аграрних ризиків.	162
<i>Тіпанов В.В., Ткаленко С. І.</i>	Сучасна структура світового ринку біотехнологій.	178

Ефективність та результативність розвитку підприємств

<i>Диба В. М.</i>	Гносеологічні аспекти нематеріальних активів	188
<i>Кизенко О. О., Прокопенко В. А.</i>	Ефективність бюджетування як управлінської технології для підприємств торгівлі.	198
<i>Кукоба В. П.</i>	Економетричні моделі для аналізу і прогнозування стану організації діяльності підприємства	208
<i>Магдалюк О. В.</i>	Визначення та вимірювання якості капіталу підприємства.	217

Освіта

<i>Кубарева І. В., Нотевській Є. В.</i>	Взаємодія університету із цільовими аудиторіями на засадах теорії поведінки споживача та теорії стейкхолдерів: оцінка стану та напрями удосконалення . . .	227
<i>Петренко Л. А., Семко В. В., Юшкова Д. А.</i>	Обґрунтування методики побудови рейтингу закладів вищої освіти для абітурієнтів та роботодавців	244

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ В ТРАНСФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

УДК 658:659.3:659.4

*Дерев'янка Олена Георгіївна **

МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА БІЗНЕС-РЕЗУЛЬТАТИ

Анотація. В статті систематизовано механізми впливу репутаційного менеджменту на бізнес-результати шляхом об'єднання їх в три основні групи: по-перше, це ефект впливу репутації на ресурси підприємства; по-друге, це ринкові ефекти, пов'язані з дією механізму «попит-пропозиція» і зміною мікроекономічної моделі функціонування підприємства; по-третє, це ефекти підвищення стійкості розвитку бізнесу як в нормальних, так і в кризових умовах, обумовлені зниженням турбулентності середовища функціонування і встановленням довгострокових «контрактів» зі стейкхолдерами. Автором досліджено і розвинено інструментарій оцінки стратегічної ефективності управління репутацією підприємства на основі концепції репутаційної ренти. Наведено авторське визначення поняття «репутаційна рента»: як теоретико-методологічний базис стратегічної ефективності репутаційного менеджменту підприємства і частковий вияв шумпетеріанської ренти — надприбутку (ненормативно високого прибутку) від «інноваційної монополії» на унікальний ресурс; таким ресурсом є антикрихка репутація — радикальна маркетингова/організаційна інновація.

Ключові слова: довіра, стейкхолдери, «адвокати» бренду, теорія контрактів, репутаційна рента, антикрихкість репутації.

Вступ. Відштовхуючись від розуміння репутації як довіри стейкхолдерів до підприємства, можна стверджувати, що об'єктом репутаційного менеджменту є процес формування, утримання та збільшення довіри значущих, з точки зору інтересів бенефіціарів та стратегічних орієнтирів бізнесу, цільових аудиторій. З метою системного підходу до розробки методології репутаційного менеджменту необхідні обґрунтування ключових напрямків формування довіри до підприємства в процесі управління його репутацією і визначення механізмів впливу репутаційного менеджменту на бізнес-результати. Аналіз наукових публікацій з проблематики дослідження підтверджує існування різноманітних, таких, що часто протиставляються один одному, вимірників ефективності репутаційного менеджменту. Окрему методологічну проблему являє собою застосування ROI і його маркетингових модифікацій для вимірювання результативності застосування PR-технологій.

Постановка задачі. З позиції необхідності формування системного підходу до репутаційного менеджменту, в рамках даної публікації поставлено і вирішено задачі дослідити та розвинути: по-перше, методичні засади оцінки впливу цілеспрямованого управління репутацією на бізнес-результати; по-друге, ін-

*Дерев'янка Олена Георгіївна — доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки, обліку та фінансів Національного університету харчових технологій, Київ, Україна, y.derevyanko@pr-service.com.ua

струментарій оцінки стратегічної ефективності управління репутацією підприємства на основі концепції репутаційної ренти; по-третє, застосування маркетингових модифікацій показника ROI в репутаційному менеджменті.

Узагальнюючою *метою* даного дослідження є теоретичне обґрунтування і систематизація механізмів впливу репутаційного менеджменту на бізнес-результати.

Результати. Механізми впливу репутаційного менеджменту на результати роботи підприємства різноманітні. З методологічної точки зору, такі механізми можна об'єднати в три основні групи. По-перше, це ефект впливу репутації на ресурси підприємства, який можна розкласти на три складові:

1) Забезпечення (полегшення) доступу до ресурсів, при цьому ціна ресурсів (в т. ч. вартість їх споживання / користування ними) стає порівняно більш доступною, а якість — вищою; окремо слід відзначити доступність інвестиційних і кредитних ресурсів.

2) Зниження витрат, перш за все управлінських і трансакційних, в результаті введення підприємством організаційних і управлінських інновацій, що спрощують комунікації, які зменшують необхідність контрольних процедур і усувають зайві ланки в потоках переміщення ресурсів, в тому числі шляхом оптимізації бізнес-процесів.

3) Підвищення продуктивності використовуваних ресурсів (наприклад, зростає продуктивність роботи персоналу, мотивованого приналежністю до штату відомої компанії з репутацією).

По-друге, це ринкові ефекти, пов'язані з дією механізму «попит-пропозиція» і зміною мікроекономічної моделі функціонування підприємства. Тут ми виділяємо два ефекти:

1) Дія ефекту зниження конкуренції в сегментах ринку, де позиціонуються продукти підприємства, тобто підприємство з особливою репутацією немов би створює виключно свій сегмент ринку, в якому воно є єдиним виробником з унікальною продуктовою пропозицією; все це дозволяє підприємству функціонувати згідно мікроекономічної моделі ринкової монополії, в тому числі використовувати ціноутворення за методом престижних цін, що істотно підвищує частку прибутку у виручці.

2) Дія ефекту підвищення конкуренції серед інвесторів за можливість інвестувати у вказане підприємство, придбати його цінні папери; тобто, сама компанія на фондовому (інвестиційному) ринку стає унікальною пропозицією. Це підвищує її ціну, тобто — вартість її цінних паперів і ринкову капіталізацію активів.

По-третє, це ефекти підвищення стійкості розвитку бізнесу як в нормальних, так і в кризових умовах, обумовлені зниженням турбулентності середовища функціонування і встановленням довгострокових «контрактів» зі стейкхолдерами.

1) Стійкість розвитку підприємства з цілеспрямовано сформованою репутацією, тобто зниження потенційних втрат (збереження прибутковості) як в періоди системних макроекономічних криз, так і в результаті внутрішнього організаційно-виробничого кризового стану.

2) Ефект «довголіття» або подовження життєвого циклу: репутація викликає цільові для бенефіціара(ів) поведінкові ефекти стейкхолдерів. Це є, з одного боку, свідченням того, що у компанії сформоване стійке коло стейкхолдерів і забезпечена їх підтримка на майбутнє, а з іншого, вимагає від репутаційного менеджменту постійної активності по впровадженню інновацій, постійно «омолоджуючих» і продукти, і бізнес-процеси компанії.

У той же час, якщо інші елементи системи ресурсів підприємства зазвичай збільшують його вартість, то негативна репутація може стати тією руйнівною силою, яка здатна загальмувати розвиток бізнесу.

Узагальнені автором механізми впливу репутаційного менеджменту на бізнес-результати спираються на таку ключову характеристику репутації, як її антикрихітність (детально висвітлено в публікаціях автора [1]). Нездатна до самопідтримки репутація, яка не має «адвокатів» і «послів» є середовищем стейкхолдерів, не забезпечить ні дію описаних вище механізмів, ані відповідне позитивний вплив на результати діяльності компанії.

Ілюструючи дію першого з вищенаведених механізмів, можна згадати відомий вислів Уїнстона Черчилля: «Репутацію держави точно вимірюють тією сумою, яку вона може взяти в борг».

На антикризовому механізмі і його значенні для підтримки прибутковості бізнесу автор акцентує увагу в багатьох публікаціях і, зокрема, в статті «Як зберегти репутацію в стресі» [2]. Підкреслюється, що успіх забезпечується «комплексним характером репутаційного менеджменту, що передбачає серйозну дослідницьку компоненту, роботу по оптимізації і безперервному вдосконаленню системи бізнес-процесів, ризик-менеджмент, інтеграцію з HR, маркетингом, фінансами, юридичним департаментом, службою безпеки та т. д.». У зазначеній статті автор ще раз вказує на необхідність чітко розрізняти управління репутацією і PR: «Управління репутацією — це стратегічний рівень, глибинні зміни, довгостроковий часовий горизонт, PR — тактичний рівень, косметична корекція, короткостроковий, максимум середньостроковий часовий горизонт» [2].

Повернемося до дії ефекту підвищення конкуренції серед інвесторів за можливість інвестувати в підприємство (компанію) з відомою репутацією. Одним з головних трендів бізнесу XXI ст., згідно з даними прогнозного дослідження міжнародної консалтингової компанії Reputation Institute («Reputation-2020» [3]), стане збільшення вартості бізнесу на основі управління репутацією. Топ-менеджери компаній у всьому світі покладають великі надії на управління репутацією і очікують хороших кількісних показників. Конкретні цифри і перевірена інформація дослідження «Reputation-2020» надають компаніям необхідне розуміння того, як дії впливають на репутацію. Дослідження Reputation Institute підкреслює: в перспективі найближчого десятиліття репутація стане невід'ємним елементом в «таблиці КРІ» кожного директора. І зараз, щоб підняти функцію управління репутацією на рівень топ-менеджменту компанії, менеджери (директора) з комунікацій змушені підтверджувати доцільність інвестицій в управління репутацією, тобто ілюструвати це показниками фінансових результатів.

Додаємо до сказаного вище, що розвиток технологій збору і обробки великих масивів інформації Data Mining, який вже змінює уявлення про можливості ефективного використання великих даних, дозволить фірмам в цифрах показати важливість репутації у веденні бізнесу. У 2020р. менеджмент репутації знатиме, «в якій мірі і за яких умов репутація буде сприяти успіху компанії». І відповідь буде стосуватися не стільки оцінки репутації, скільки оцінки її впливу на поліпшення результатів діяльності компанії.

На відміну від маркетингу, самий по собі PR-вплив не принесе підприємству безпосереднього і відчутного збільшення обсягів продажів. Саме тому Public Relations традиційно вважають помірно-прагматичною комунікацією, тоді як комплекс маркетингу 4P (product, price, place, promotion) відноситься до гіперпрагматичним корпоративних комунікацій. Разом з тим, PR-вплив в рамках продуктового брендингу розглядається маркетологами як складова інтегрованих маркетингових комунікацій, де застосовуються інструменти, спочатку розроблені для вимірювання результатів і оцінки ефективності маркетингових заходів, в першу чергу реклами. В даному контексті використовується показник PR-VALUE, який є розвитком ідеї AVE¹ в частині додавання «воронки продажів» з лідами (англ. Lead — потенційний клієнт, тим чи іншим чином відреагував на маркетингову комунікацію). Ця ж ідея, але стосовно сучасних цифрових каналах комунікації, використовується для показників типу «cost per action/link/impression», де ефективність комунікації оцінюється за витратами на кожного приведенного на цільову сторінку користувача інтернету, який здійснив покупку, або приєднався до числа фоловерів компанії в соцмережах або ж залишив позитивний відгук про компанію. Подібні методичні екстраполяції маркетингових інструментів на область PR дозволяють оцінити короткостроковий ефект від інформаційного «шуму» в ЗМІ (так для оцінки інформаційної кампанії застосовується показник GRP²), в т.ч. цифрових, що не є ефектом від сформованої репутації — останній проявляється в довгостроковій, стратегічній перспективі. Популяризація маркетингових інструментів в PR приховує в собі методичну «пастку», а саме: сприяє деградації цілей репутаційного менеджменту, підміні стратегічних репутаційних ефектів тактичними результатами комунікацій. Разом з тим, на думку автора даного дослідження, методики для оцінки короткострокових ефектів PR-впливу будуть продовжувати використовуватися в силу своєї привабливої простоти і прозорості розрахунку для переконання менеджменту (осіб, що приймають рішення) щодо фінансування PR.

Ідея відстеження ефектів PR-впливу на репутацію компанії в ЗМІ, в т.ч. в social-media, в сучасних умовах digital-економіки і Data Mining все ширше реалізується програмними методами (наприклад, обробка емоційних характеристик

¹AVE — англ. «Advertising Value Equivalent» - показник, що оцінює пряму економію маркетингових витрат внаслідок заміщення реклами PR-комунікаціями; застосування AVE, як уже говорилося в п. 3.1, суперечить «барселонським принципам PR»

²GRP (Gross Rating Points) - показник медіапланування, що дозволяє оцінити схему розміщення звернення на декількох медіаносіях; відображає масштаб рекламно-інформаційного впливу; вважається методом підсумовування рейтингів всієї рекламної кампанії по всім носіям. Рейтинг - це процентне співвідношення аудиторії, яка бачила фірме подія, по відношенню до всієї аудиторії, яка могла його бачити (але при цьому, ніколи не складають GRP's різних цільових аудиторій).

образу за допомогою Microsoft Emotion API). На тактичному рівні оцінюються результати PR-кампанії для подальшого зіставлення з витратами на її проведення, на стратегічному — здійснюються періодичні заміри (моніторинг) якісних характеристик сформованої репутації. Цільові параметри зазначених тактичних і стратегічних індикаторів можуть встановлюватися як KPI для PR-відділів компаній, тобто виконувати контрольну функцію на рівні бізнес-процесів репутаційного менеджменту. В даному контексті слід згадати IMQ¹ як методіку, що дозволяє на основі контент-аналізу публікацій в ЗМІ виділити кількісні та якісні характеристики медіа-активності досліджуваної компанії. Повторимо, що відстеження зазначених параметрів має бути вбудоване в бізнес-процес управління репутацією і формалізоване через систему KPI з метою виконання функції контролю ефективності поточних витрат на комунікації, що здійснюються засобами PR.

Як уже зазначалося, часто підсумковим фінансовим результатом PR-роботи вважають публіцитний капітал, що представляє собою різницю між ринковою вартістю відомої компанії і вартістю компанії, яка не формує цілеспрямовано свою репутацію за допомогою PR-технологій. Незалежно від того, готується компанія до продажу чи ні, метою PR-роботи в цілому в стратегічному аспекті при формуванні системи репутаційного менеджменту підприємств слід вважати створення і максимізацію публіцитного капіталу.

У той же час зростання капіталізації не повинне бути самоціллю, його слід розглядати в контексті забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємства (якщо вона є генеральною метою загальної бізнес-стратегії і підприємство не створювалось з обмеженим періодом функціонування або в спекулятивних цілях).

Загальним фактором в PR і маркетингових технологіях вітчизняних підприємств є проблема їх фінансування за залишковим принципом. Однак усвідомлення необхідності маркетингу приходить раніше, ніж PR, що обумовлено розумінням власником тісного зв'язку між витратами на рекламу продукту і збільшенням продажів останнього. При використанні PR-технологій такий зв'язок простежити набагато складніше: віддача від підвищення репутації стає відчутною згодом (PR «працює на перспективу») і швидке збільшення продажів можна отримати тільки в разі сумнівного збігу багатьох сприятливих обставин.

У той же час цілеспрямоване формування антикрихітової репутації топ-менеджменту приносить безумовні економічні вигоди. Так, підприємства (компанії), очолювані впізнаваними і популярними лідерами, користуються більшою довірою громадськості (в т. ч. професійної спільноти журналістів), ніж їх «безликі» конкуренти. Споживачі збирають інформацію (прагнуть читати, слухати і дивитися) про людей, і успішні керівники компаній цікаві як приклади для наслідування (тут доречно використовувати психологічний термін «подразники», що викликають заздрість і спонукають до дій). Оцінка суспільно-

¹IMQ (Impact of Media Quality) - комплексний кількісно-якісний показник, що дозволяє оцінити потенційний вплив медіа-матеріалів на репутацію компанії. Розраховується на основі оцінки ролі ключового слова в публікації, його відносини до інформаційного приводу, наявності коментаря спікерів, тональності згадки (позитивна / негативна) і параметрів видання (розраховуються з урахуванням типу ЗМІ, тиражу (відвідуваності) і індексу цитованості (кількості публікацій, в яких є посилання на даний джерело)).

політичної позиції представника (власника або топ-менеджера) компанії громадськістю позначається на її репутації і впливає на розвиток. Як приклад можна привести заклик, поширений в Інтернеті в лютому 2013 року, бойкотувати (не купувати, не продавати і не рекламувати) продукцію торгової марки (ТМ) «Гаврилівські курчата», пов'язаний із законотворчою діяльністю власника компанії «Агромарс», а саме з його законодавчими ініціативами щодо оподаткування процентних доходів за банківськими вкладками та заборону здійснення таких внесків в іноземній валюті [4].

Популярність перших осіб трансформується в доходи компанії (підприємства) таким чином. Власники бізнесу, які мають репутацію (особистий контакт з якими як з «людьми-брендами» виправдовує очікування і не викликає розчарування):

- легше укладають вигідні для компанії контракти з продажу продуктів свого бізнесу, оскільки їх контрагенти відчують до них більше довіри і поваги;
- успішно залучають зовнішнє фінансування з тих же причин;
- можуть найняти кращих співробітників, оскільки ті вважають за честь працювати з ними в одній команді.

Репутація компанії як відповідального роботодавця (згідно з даними рейтингу CSR Reptrak™ [5]), дозволяє їй залучати кращих працівників на ринку праці. За підсумками опитування, проведеного компанією Universum серед 85 тис. претендентів, з'ясувалося, що найбільш привабливими для європейців роботодавцями стали Google, косметичний гігант L'Oreal, аудиторська компанія Ernst & Young, Procter & Gamble, KPMG, автовиробник BMW, консалтингова компанія McKinsey & Company, виробник споживчих товарів повсякденного попиту Unilever, консалтингова та аудиторська компанія PWC і виробник програмного забезпечення Microsoft [6]. Звичайно, поширення таких оцінок компаній як роботодавців забезпечує і зростання попиту на їх продукти, оскільки між умовами праці та її результатами — якістю товарів і послуг — споживач передбачає наявність прямого зв'язку.

Очікування топ-менеджерів з управління репутацією, за оцінками «Reputation-2020» [3], є високими. Однак менеджери, однозначно, вимагають результатів:

- «необхідно в подальшому поліпшувати фінансові результати управління репутацією»;
- «маючи конкретні дані, економіка зможе використовувати репутацію як індикатор для визначення вартості компаній»;
- «конкретні дані дозволять компаніям побачити, як дії, що впливають на репутацію, відповідно, впливають на фінансові результати компаній»;
- «репутація знайде місце в списку контрольованих результатів діяльності компанії як один з ключових показників ефективності».

Результати дослідження «Reputation-2020» [3] показують, що ефективно управління репутацією дозволяє компанії (підприємству) легше залучати капітал і отримувати підтримку уряду, в результаті чого збільшується дохід компанії. Це дані дослідження Reputation Institute, цільовою аудиторією якого є топ-менеджмент компаній і які із застосуванням числових показників доводять, що ефективно управління репутацією сприяє кращим бізнес-результатам.

В іншому дослідженні, що стосується необхідності розвивати корпоративну соціальну відповідальність, Reputation Institute [7] стверджує: управління репутацією є не тільки фактором зростання вартості. Його також можна розглядати як страхування від ризиків (тобто антиризиковий і антикризовий механізм).

З позиції впливу на показники розвитку бізнесу, повернемося до положення про інноваційну природу і суть репутації підприємства. Прагнучи забезпечити антикрихіть своєї репутації, підприємство впроваджує зміни організаційного, виробничо-технологічного, маркетингового характеру. Різні зміни, з позиції керівництва Осло [8] (сучасної, діючої пенсійну систему ЄС методики статистики інновацій [9], що спирається на класифікацію інновацій за Й. Шумпетером [10]) можуть бути класифіковані як інновації. Звернемося до визначення різних типів інновацій згідно Керівництва Осло. Так, організаційні інновації відносяться до сфери впровадження нових організаційних методів: це можуть бути зміни в діловій практиці, в організації робочих місць, а також у зовнішніх і внутрішніх комунікаціях підприємства. Маркетингові інновації передбачають реалізацію нових методів маркетингу: це можуть бути зміни в дизайні та упаковці продукту, в його просуванні і розміщенні, в методах встановлення цін на товари і послуги і т. п. Інакше кажучи, прийоми формування репутації підприємства можуть бути описані категоріями організаційних і маркетингових інновацій. І, власне, сама антикрихітка репутація своєю здатністю до створення і підвищення доданої вартості підприємства відповідає критеріям інновації.

Відповідно до практики діяльності інноваційних компаній фінансовим критерієм їх успішного розвитку є швидкий (стрибокподібний) зростання їх вартості, ринкової капіталізації. При цьому таке зростання часто відбувається на тлі поточної фінансової збитковості їх діяльності. Швидке зростання означає довіру інвесторів до цих компаній і одночасно є фактором ще більшого зростання такої довіри. Адже в цілому мотивом до розвитку інноваційного бізнесу є створення інноваційної монополії як джерела отримання шумпетеріанської ренти: це форма надприбутків від такої монополії, як володіння ресурсом, інноваційним за своєю природою, якого немає ні у одного з конкурентів.

У зазначеному контексті репутацію можна інтерпретувати як стратегічний актив / ресурс, який відповідає критеріям VRIN (відповідно до теорії ресурсної бази (Resource-Based View, RBV), до якої ми зверталися в п. 2.1: V (valuable) — цінність, R (rare) — рідкість, I (imperfectly imitable) — неідеальна відтворюваність, N (non-substitutable) — незамінність). Фінансовим ефектом від використання VRIN-ресурсу є рента — надприбуток, здатність компанії до значно більш високої, ніж у конкурентів, фінансової ефективності в стратегічній перспективі, як основа сталого розвитку компанії. З позиції авторської теорії репутаційного менеджменту, основою такої стійкості є антикрихіть репутації підприємства. Відповідно, антикрихітка репутація є джерелом ренти, а оскільки у антикрихіткій репутації інноваційна природа — то джерелом саме шумпетеріанської ренти.

В даному контексті джерело ренти — безпосередньо в стосунках компанії з її стейкхолдерами: репутаційна рента — частковий вияв шумпетеріанської ренти і відноситься до «відносинних рент» (цим терміном оперують Дж. Дайер і

Г. Сингх [11], що досліджують «відносинні ренти» — надприбутки в результаті застосування високоефективних механізмів управління, компліментарних ресурсів і здібностей фірми до взаємодії, а також процедур, що забезпечують обмін знаннями на міжфірмовому рівні, і специфічних нематеріальних активів — саме таким активом, з позиції автора цього дослідження, є репутація компанії). Таким чином, отримання репутаційної ренти свідчить про стратегічну ефективність репутаційного менеджменту.

У той же час визнаним у світовій практиці вимірником фінансової ефективності є ROI (від англ. Return on Investment), прибутковість інвестованого капіталу як ефективність репутаційного менеджменту з позиції власника — інвестора бізнесу. Відповідно, за часовою перспективою отримання фінансового ефекту необхідно розрізняти фінансову і стратегічну ефективність репутаційного менеджменту. При цьому стейкхолдерська концепція і її авторська інтерпретація в репутаційному менеджменті припускають необхідність дотримання балансу стратегічних цілей (стійкості розвитку системи бізнесу в цілому) і оперативних цілей (фінансових, цілей ефективності діяльності підприємства і його стейкхолдерів).

На позиціях застосування показника ROI для оцінки ефективності PR і управління репутацією стоять такі відомі в світі дослідники і організації, як П. Уотсон, П. Нобл [12], Міжнародна асоціація бізнес-комунікацій (IABC) [13], Джим Макнамара [14], Інститут PR [15], Р. Хавіер, А. Мехта, Е. Грегори [16], Девід М. Дозіер [17] та ін. Звертаємо увагу, що на практиці при розрахунку ROI використовують коефіцієнти, що враховують ступінь впливовості ЗМІ або онлайн-ресурсу, де з'являється згадка про компанії, ступінь помітності такого згадки, його тональність і т.д. — тобто всі ті показники, які характеризують комунікацію і безпосередньо канали взаємодії підприємства з його стейкхолдерами в процесі репутаційного менеджменту (рис. 1).

ROI, будучи зрозумілим фінансовому менеджменту інструментом оцінки інвестицій в управління довірою стейкхолдерів, використовується в різних модифікаціях і число таких модифікацій зростає. Констатуємо, що поява і розвиток social-media як сучасного каналу комунікації викликала появу нової модифікації ROI, а саме — «Social-media ROI». Вивчаються механізми окупності інвестицій в social-media. Так стає все більш очевидним, що social-media можуть привести до реальної економії коштів або, наприклад, підвищити ефективність зусиль по дослідженню ринку: створюється онлайн-форум, що дозволяє клієнтам коментувати концепції розробляються продуктів і пропонувати поліпшення для існуючих продуктів / репутації компанії.

В черговий раз звертаючись до PR в форматі інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК), де бюджети маркетингу і PR об'єднані, не можна не згадати показники ROMI (Return On Marketing Investment) і MEROMI (Media Exposure Return on Marketing Investment). Останній показник розраховується за такою схемою: в чисельнику — приріст цінності для компанії від досягнутої медіа-присутності, в знаменнику — інвестиції на досягнення зазначеного приросту. Попередньо для розрахунку віддачі інвестицій в комунікації проводяться дослідження кількості і якості досягнутих медіа-результатів.

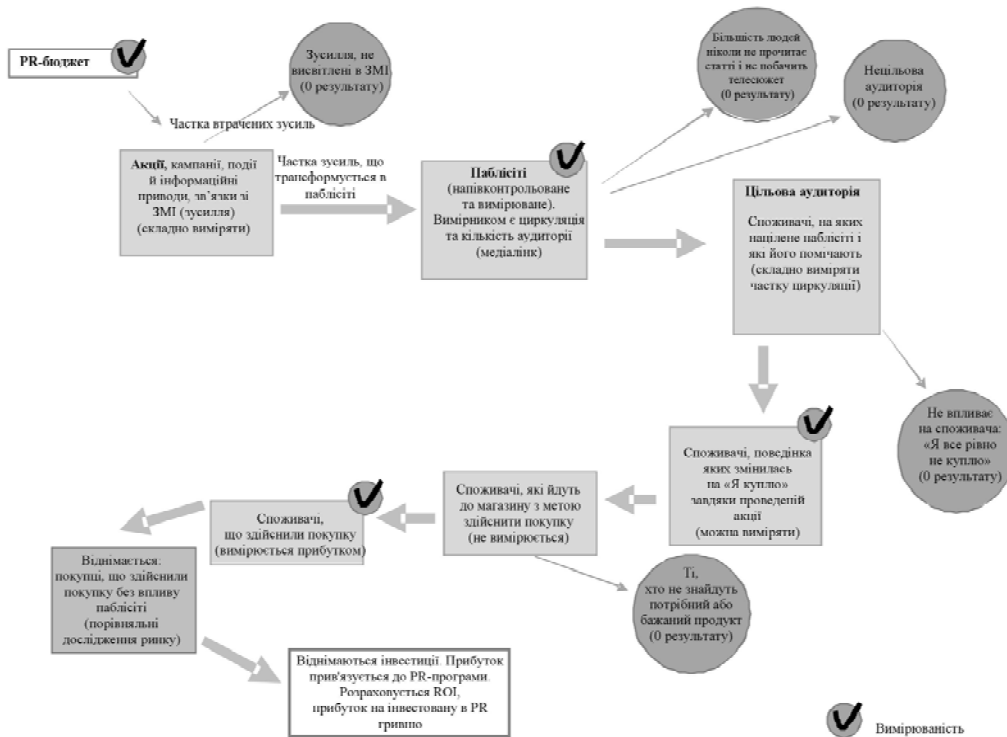


Рис. 1. Оцінювання ефективності PR-заходів методом ROI [18]

Додаємо, що в середовищі фахівців з комунікацій замість MEROMI часто оперують показником «cost per impression», на практиці застосовуючи таку ж логіку-процедуру оцінки і часто використовуючи AVE для визначення вартості еквівалентного рекламного простору/часу. Маркетингові модифікації ROI часто використовуються в компаніях, де є встановлена фінансовими менеджерами норма ROI, щоб показати, що інвестиції в маркетинг відповідають фінансовим стандартам компанії.

Звичайно, використання ROI як виняткового і єдиного критерію (монокритерію), з позиції автора даного дослідження, не є методично правильним: вагомі інвестиції в розвиток репутації викликать спадну тенденцію ROI, оскільки технологія його розрахунку буде зменшувати величину прибутку за рахунок зростання відповідних непрямих витрат і збільшувати величину інвестованого капіталу. В даному контексті автор вважає завдання максимізації ROI підпорядкованим по відношенню до задачі досягнення (утримання) стратегічної ефективності як стійкого розвитку на основі антикрихкості репутації для отримання репутаційної ренти.

Таким чином, завдання максимізації фінансової ефективності діалектично співвідноситься з метою максимізації ефективності стратегічної, при цьому перша є підпорядкованою останній; наслідком порушення даного стратегічного

пріоритету буде недоотримання репутаційної ренти і навіть ефект «антиренти» — високих збитків підприємства, обумовлених крихкістю його репутації. Визнаним в світовій практиці інструментом моніторингу стратегічної ефективності менеджменту є позиція підприємства в галузевих рейтингах. З іншого боку, репутація компанії безпосередньо залежить від її прибутковості, якості продукції, рівня технологічної оснащеності та інноваційності виробничих процесів, інвестицій в розвиток, тобто від вартісних за своєю природою факторів. І пряма оцінка зазначених факторів є обов'язковою складовою систем оцінювання репутації компаній у всіх рейтингах: акцентуємо, що саме рейтинг і експертні оцінки (результати дослідження думки стейкхолдерів) — основний методичний інструментарій сучасної інституційної / постінституціональної теорії. І у наступних дослідженнях ми докладніше розглянемо основні з них.

Висновки. Отже, завдяки проведеному дослідженню сформулюємо основні висновки.

По-перше, систематизовано механізми впливу репутаційного менеджменту на бізнес-результати шляхом об'єднання їх в три основні групи: по-перше, це ефект впливу репутації на ресурси підприємства; по-друге, це ринкові ефекти, пов'язані з дією механізму «попит-пропозиція» і зміною мікроекономічної моделі функціонування підприємства; по-третє, це ефекти підвищення стійкості розвитку бізнесу як в нормальних, так і в кризових умовах, обумовлені зниженням турбулентності середовища функціонування і встановленням довгострокових «контрактів» зі стейкхолдерами.

По-друге, уведено поняття «репутаційна рента» як теоретико-методологічний базис стратегічної ефективності репутаційного менеджменту підприємства і частковий вияв шумпетеріанської ренти — надприбутку (ненормативно високого прибутку) від «інноваційної монополії» на унікальний ресурс; таким ресурсом є антикрихка репутація — радикальна маркетингова/організаційна інновація, що відповідає критеріям VRIN (V (valuable) — цінність, R (rare) — рідкість, I (imperfectly imitable) — неідеальна відтворюваність, N (non-substitutable) — незамінність).

По-третє, досліджено маркетингові модифікації ROI (від англ. Return on Investment, прибутковість інвестованого капіталу), що часто використовуються в компаніях, де є встановлена фінансовими менеджерами норма ROI, щоб показати, що інвестиції в маркетинг відповідають фінансовим стандартам компанії. Проілюстровано, що ROI, будучи зрозумілим фінансовому менеджменту інструментом оцінки інвестицій в управління довірою стейкхолдерів, використовується в різних модифікаціях і число таких модифікацій зростає.

Література

1. Дерев'яно О.Г. Управлінські аспекти забезпечення антикрихкості репутації підприємства / О.Г. Дерев'яно // Вчені записки : зб. наук. праць. — К. : КНЕУ, 2014. — № 16. — С. 74–80.
2. Дерев'яно Елена. Как сохранить репутацию в стрессе [Электронный ресурс] // MMR. — Режим доступа : http://mmr.ua/show/reputatsiya:_strategii_i_taktiki

3. Reputation 2020 — ten trends driving reputation management / Reputation Institute [Electronic source]. — Access mode : <https://www.reputationinstitute.com/resources/registered/pdf-resources/reputation2020.aspx>.
4. Яницкий А. Бойкот «Гавриловским курчатам» [Электронный ресурс] / Андрей Яницкий : дата доступа 27 лютого 2013. — Режим доступа : http://blogs.lb.ua/andrey_yanitskiy/190877_boykot_gavrilovskim_kurchatam.html?utm_source=lbua&utm_medium=link&utm_campaign=blogs
5. Названы наиболее социально ответственные компании мира — Reputation Institute [Электронный ресурс] / УНИАН. Новости от 11.12.2012. — Режим доступа : <http://www.unian.net/news/540566-nazvani-naibolee-sotsialno-otvetstvennyie-kompanii-mira-reputation-institute.html>.
6. Составлен список самых желанных работодателей Европы [Электронный ресурс] / Корреспондент.net со ссылкой на РИА новости : дата доступа 12 декабря 2012. — Режим доступа : <http://korrespondent.net/business/career/1437414-sostavlen-spisok-samyh-zhelannyh-rabotodatelej-evropy>.
7. The 2014 CSR RepTrak® Results / Reputation Institute [Electronic source]. — Access mode : <https://www.reputationinstitute.com/research/CSR-RepTrak>.
8. Oslo Manual. Guidelines for collecting and interpreting innovation data. Third edition. A joint publication of OECD and Eurostat, Organisation for economic cooperation and development statistical office of the European communities. — 2005. [Electronic source]. — Access mode : <https://www.oecd.org/sti/inno/2367580.pdf>.
9. INNOBAROMETER 2015 — THE INNOVATION TRENDS AT EU ENTERPRISES. Flash Eurobarometer 415 [Electronic source]. — Access mode / http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/innobarometer/index_en.htm.
10. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. / Йозеф Шумпетер. — М. : Эксмо, 2007. — 864 с.
11. Dyer J.H. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage / J.H. Dyer, H. Singh // *Academy of Management Review*. — 1998. — № 23 (4). — P. 660–679.
12. Watson P. Evaluating Public Relations: A Best Practice Guide to Public Relations Planning, Research & Evaluation: A Best Practice Guide to Public Relations Planning, Research and Evaluation (PR In Practice) / Tom Watson, Paul Noble. Kogan Page; 2 edition. 2008. — 256p.
13. International Association of Business Communicators (IABC): GAP (Generally Accepted Practices) [Electronic source]. — Access mode : <https://www.iabc.com/gap-generally-accepted-practices>.
14. Macnamara Jim. PR Metrics: How to Measure Public Relations and Corporate Communication [Electronic source] / Jim Macnamara. — Access mode : <http://amecorg.com/wp-content/uploads/2011/10/PR-Metrics-Paper.pdf>.
15. Institute of Public Relations & Communication Directors' Forum. (2004) Best Practice in the Measurement and Reporting of Public relations and ROI. Retrieved March 11, 2006 [Electronic source]. — Access mode : http://www.cipr.co.uk/member_area/public_affairs/index.asp.
16. Xavier R. Using evaluation techniques and performance claims to demonstrate public relations impact: An Australian perspective / Xavier, R., Johnston, K., Patel, A., Watson, T., & Simmons, P. // *Public Relations Review*. 2005. — №31(3). P. 417-424.
17. Dozier David M. Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management (Routledge Communication Series) / David M. Dozier, Larissa A. Grunig, James E. Grunig. — 1995. — Routledge. — 272 p.

18. Gaines Ross Leslie. *Corporate Reputation: 12 Steps to Safeguarding and Recovering Reputation* / Leslie Gaines Ross. — Hoboken ; N. J. : Wiley. — 2008. — 208 p.

References

1. Derevianko, O.H. «Upravlinski aspekty zabezpechennia antykrakhkosti reputatsii pidpriemstva» *Vcheni zapysky* (Zb. nauk. prats KNEU im. Vadyma Hetmana), no. 16 (2014): 74–80
2. Derevianko, O.H. «Kak sokhranyt reputatsiyu v stresse» MMR. Accessed May 5, 2018. <http://mmr.ua/show/reputatsiya: strategii i taktiki>
3. Reputation Institute. «Reputation 2020 — Ten Trends Driving Reputation Management.» Reputation Institute. Accessed May 05, 2018. <https://www.reputationinstitute.com/resources/registered/pdf-resources/reputation2020.aspx>
4. Yanitskiy, Andrii. «Boikot «Havrylovskym kurchatam».» LB.ua. March 04, 2013. Accessed May 05, 2018. https://lb.ua/blog/andrey_yanitskiy/190877_boikot_gavrilovskim_kurchatam.html?utm_cypue=lbua&utm_medium=link&utm_campaign=blogs
5. UNIAN. «Nazvany naibolee social'no otvetstvennye kompanii mira — Reputation Institute.» December 11, 2012. Accessed May 05, 2018. <https://www.unian.net/society/726592-nazvanyi-naibolee-sotsialno-otvetstvennye-kompanii-mira-reputation-institute.html>
6. Korrespondent.net. «Sostavlen spisok samykh zhelannykh rabotodatelej Evropy.» Novosti. Accessed May 05, 2018. <https://korrespondent.net/business/career/1437414-sostavlen-spisok-samykh-zhelannykh-rabotodatelej-evropy>
7. Reputation Institute. «CSR RepTrak® 100 — Most Reputable Companies for Social Responsibility Worldwide.» Reputation Institute. Accessed May 05, 2018. <https://www.reputationinstitute.com/csr-reptrak>
8. Oslo Manual. *Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development Statistical Office of the European Communities, 2005. <https://www.oecd.org/sti/inno/2367580.pdf>
9. Flash Eurobarometer 415. *INNOBAROMETER 2015 — THE INNOVATION TRENDS AT EU ENTERPRISES*. Report. September 2015. Accessed May 05, 2018. http://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2054_415_ENG
10. Schumpeter, Joseph Alois. *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper & Row, 1963.
11. Dyer, Jeffrey H., and Harbir Singh. «The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage.» *The Academy of Management Review* 23, no. 4 (1998): 660. doi:10.2307/259056.
12. Watson, Tom, and Paul Noble. *Evaluating Public Relations: A Best Practice Guide to Public Relations Planning, Research and Evaluation*. London: Kogan Page, 2008.
13. Iabc. «GAP Generally Accepted Practices • International Association of Business Communicators • IABC.» International Association of Business Communicators • IABC. August 24, 2016. Accessed May 05, 2018. <https://www.iabc.com/gap-generally-accepted-practices/>
14. Macnamara, Jim. «PR Metrics: How to Measure Public Relations and Corporate Communication». AMEC (International Association for Measurement and Evaluation of Communication). October 2011. Accessed May 05, 2018. <http://amecorg.com/wp-content/uploads/2011/10/PR-Metrics-Paper.pdf>
15. Institute of Public Relations, & Communication Directors' Forum. (IPR & CDF). (2004). *Best practice in the measurement and reporting of public relations and ROI*. Retrieved December 17, 2004 from: <http://www.ipr.org.uk>. Also available at: <http://www.cdforum.com/conference/research/commsres1.pdf>

16. Xavier, R., Johnston, K., Patel, A., Watson, T., & Simmons, P. (2005). Using evaluation techniques and performance claims to demonstrate public relations impact: An Australian perspective. *Public Relations Review*, 31(3), 417-424.

17. Dozier, David M., Larissa A. Grunig, and James E. Grunig. *Managers Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1995.

18. Gaines-Ross, Leslie. *Corporate Reputation: 12 Steps to Safeguarding and Recovering Reputation*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2008.

МЕХАНИЗМЫ ВЛИЯНИЯ РЕПУТАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА БИЗНЕС-РЕЗУЛЬТАТЫ

Деревянко Елена Георгиевна,

доктор экономических наук, доцент, профессор
кафедры экономики, учета и финансов Национального
университета пищевых технологий, Киев, Украина,
y.derevyanko@pr-service.com.ua

Аннотация. В статье систематизированы механизмы воздействия репутационного менеджмента бизнес-результаты путем объединения их в три основные группы: во-первых, это эффект воздействия репутации на ресурсы предприятия; во-вторых, это рыночные эффекты, связанные с действием механизма «спрос-предложение» и изменением микроэкономической модели функционирования предприятия; в-третьих, это эффекты повышению устойчивости развития бизнеса как в нормальных, так и в кризисных условиях, обусловленные снижением турбулентности среды функционирования и установлением долгосрочных «контрактов» со стейкхолдерами. Автором исследованы и развиты инструментарий оценки стратегической эффективности управления репутацией предприятия на основе концепции репутационной ренты. Приведены авторское определение понятия «репутационная рента»: как теоретико-методологический базис стратегической эффективности репутационного менеджмента предприятия и частное проявление шумпетерианської ренти — сверхприбыли (ненормативное высокой прибыли) от «инновационной монополии» на уникальный ресурс; таким ресурсом является антикрихка репутация — радикальная маркетинговая / организационная инновация.

Ключевые слова: доверие, стейкхолдеры, «адвокаты» бренда, теория контрактов, репутационная рента, антихрупкость репутации.

MECHANISMS OF IMPACT OF REPUTATIONAL MANAGEMENT ON BUSINESS RESULTS

Olena H. Derevianko, Dr. Sc. (Econ.),

Associate Professor,
National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine
y.derevyanko@pr-service.com.ua

Abstract. In the article, the mechanisms of the impact of reputation management are systematized and combined into three main groups. Firstly,

the effect of reputation impact on the company's resources. Secondly, these are market effects associated with the action of the «supply-demand» mechanism and the change in the microeconomic model of the enterprise's functioning. Thirdly, these are effects of increasing the sustainability of business development in both normal and crisis conditions, due to a decrease in the turbulence of the operating environment and the establishment of long-term «contracts» with stakeholders. The author has explored and developed a tool for evaluating the strategic effectiveness of managing the reputation of an enterprise based on the concept of reputational rent. The author's definition of the concept of «reputational rent» is given: as a theoretical and methodological basis for the strategic effectiveness of the reputation management of the enterprise and a particular manifestation of the Sumperian rent — excess profits (non-normative high profits) from the «innovative monopoly» to a unique resource; such resource is an antifragil reputation — a radical marketing / organizational innovation.

Keywords: trust, stakeholders, brand «advocates», contract theory, reputation rents, reputation antifragility.

Стаття надійшла до редакції 06.04.2018

УДК 330.83(477)

*Кудласевич Ольга Миколаївна**

ІСТОРИКО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ФАКТОРІВ ТА НАЦІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотація. У статті проведено історико-економічний аналіз соціокультурних факторів та національних особливостей, що істотно впливають на процеси інституціоналізації підприємництва в українському суспільстві. Здійснено дослідження тенденцій та специфіки функціонування вітчизняного підприємництва та його закономірностей розвитку.

Ключові слова: підприємництво, підприємець, легітимність підприємництва, господарчий менталітет.

Вступ. Підприємництво — провідний сектор ринкової економіки, що забезпечує насиченість ринку товарами та послугами, сприяє розвитку конкуренції, змінює соціальну структуру суспільства та активно впливає на його інституційну динаміку, є одним із головних факторів економічного розвитку та цивілізаційного прогресу загалом. Найважливішими об'єктивними умовами розвитку підприємництва є наявність плюралізму форм власності, економічна свобода, послідовність і стабільність економічної та соціальної політики держави; наяв-

*Кудласевич Ольга Миколаївна - кандидат економічних наук, старший науковий співробітник, старший науковий співробітник відділу економічної історії ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», okudlasevych@ukr.net

ність розвинутої інфраструктури підтримки підприємництва, сформованість економічної культури та позитивний соціальний фон підприємницької діяльності.

Становлення та розвиток підприємництва в Україні пов'язано з соціально-економічними перетвореннями на шляху до ринку, формуванню нового соціального прошарку — підприємців. Важлива проблема побудови ринкових відносин у вітчизняній економіці — проведення структурних перетворень, що орієнтується на індустрію виробництва, а не на людину. Відродження вітчизняного підприємництва має за мету усунути камінь спотикання на шляху до цивілізованого ринку.

Економічні реформи, ініційовані на початку 1990-х років з метою створення ефективних ринкових інститутів в пострадянських суспільствах за калькованою неоліберальною моделлю, привели до досить різноманітних та неподібних результатів. Частково це можна пояснити різними соціально-економічними та політичними умовами в цих країнах; проте не менш важливими є культурні та історичні фактори, що здатні слугувати як й каталізатором, так і гальмом суспільно-економічних перетворень. Будь-які економічні рецепти потребують творчого переосмислення та пристосування до історичної та соціокультурної специфіки конкретного суспільства.

У науковому середовищі постійно зростає інтерес до історії підприємництва, над проблемою дослідження окремих питань розвитку підприємницької діяльності у вітчизняній науці працювало чимало вчених, деякі питання функціонування підприємництва знайшли відображення у працях С. Злупка [1], В. Небрат [2], Н. Супрун [3], В. Фещенко [4], О. Кудласевич [5], К. Гордіца [6] та інших.

Постановка задачі. Метою статті є визначення закономірностей розвитку підприємницької діяльності; історико-економічний аналіз соціокультурних факторів та національних особливостей, що істотно впливають на процеси інституціоналізації підприємництва в українському суспільстві.

Результати. Підприємництво як інституційний комплекс виконує в суспільстві не тільки економічні функції, але й соціальні, культурні, тому підприємницька діяльність пов'язана зі зміною в системі цінностей, орієнтацій, поведінці і самовизначенні особи. У підприємстві переплітаються різні чинники: економічні, соціальні, психологічні, соціокультурні.

Напрямок у сучасній науці, що приділяє особливу увагу соціокультурним фактам при поясненні процесів виникнення та розвитку економічних інститутів, є «соціоекономіка». Її засновник А. Етціоні величезне значення надає моральним диспозиціям, розглядає їх в якості мотиваторів господарської діяльності [7].

У свою чергу М. Грановеттер розробив концепцію структурної вкоріненості економічної дії, її зв'язку зі багатоманітністю соціальних та культурних відносин та явищ [8].

Ще одним спорідненим напрямком є напрям, що був розроблений Полем Уілкеном, саме він увів у науковий обіг поняття «легітимність підприємництва» [9], що визначає її у вузькому сенсі як рівень схвалення підприємництва в суспільстві, а в ширшому — наявність в соціокультурному контексті системи цін-

ностей та норм, що сприяють виникненню та успішному розвитку підприємництва. Відповідно до такого розуміння одні суспільства створюють більш сприятливі умови для прояву приватної ініціативи у сфері бізнесу у порівнянні з іншими. В таких суспільствах отримують розповсюдження та схвалення такі цінності як індивідуалізм, вираженість мотивації досягнення та особистого успіху, схильність до помірному ризику, заохочення методичних зусиль та конкуренції тощо.

Легітимність підприємництва є невід'ємною частиною культури, що має високу ступінь постійності та інерційності, ніж економічні та політичні інститути. Ця здатність робить культуру не просто об'єктом впливу з боку інших соціальних інститутів та структур, але й активним фактором, що здатний здійснювати вплив на характер, інтенсивність, напрям та швидкість інституціональних реформ, в тому числі в економічній сфері.

Дослідження господарчого менталітету дає ключ до розуміння багатьох сучасних феноменів масової та індивідуальної свідомості, а також соціальних процесів. В менталітеті акумулюється багатовіковий досвід народу у формі різноманітних архетипів колективного безсвідомого [10], символічних схем та моделей, за допомогою яких сприймається навколишнє середовище та відбувається адаптація.

Слід відзначити, що в українському менталітеті можна виділити три пласти, кожен з яких пов'язаний з домінантним вектором соціокультурного розвитку етносу на різних етапах його історичного шляху: традиційний, радянський та сучасний [11, с. 168].

М. Костомаров відмічав особливість українського менталітету, що вирізняє його від російського, а саме — схильність до індивідуалізму. Ця риса пов'язана з особливостями традиційного життя та традиціями господарської системи, що базується на автономії, незалежності та добровільному об'єднанню в громади. З часів XVII — XVIII ст. паралельно з зусиллями російської колонізації та насадженням економічних та соціальних порядків, що були характерні Російській імперії, в Україні виникла громадська форма землеволодіння [12].

Якщо говорити про індивідуалізм українського народу, то слід згадати про козаків, що стали взірцем волелюбності та символом українського національного духу. Але самі козаки були військовими й ритм та спосіб їхнього життя нерозривно пов'язані з військовими діями. Тому їх успіхи на мирній, господарчій ниві були скромніші ніж у ратних справах. Одним з найбільш стійких елементів традиційного господарчого менталітету українського народу є їх психологічний та релігійний зв'язок з землею.

Серед важливих рис традиційного менталітету не слід забувати про працелюбство, прагнення до добробуту. Відповідно до традиційної народної етики саме виснажлива праця робить людину справжньою особистістю.

Соціокультурні та ментальні особливості українського народу у ставленні до підприємництва та підприємців яскраво представлені у літературі, наприклад у творах «Микола Джеря» І. Нечуй-Левицького, «Борислав сміється» І. Франка, «Fata Morgana» М. Коцюбинського, «Хазяїн» І. Карпенко-Карого.

У період першої хвилі ринкових перетворень на теренах України (друга половина XIX ст. — початок XX ст.) характер розвитку підприємницьких відносин у вітчизняній господарській практиці пов'язаний з кардинальною трансформацією інституційного середовища, що стало результатом ряду суспільних реформ, які заклали основи ринкових перетворень та викликали істотні зміни в соціально-економічному устрої країни.

Важливими внутрішніми передумовами становлення підприємництва у вітчизняному господарському середовищі другої половини XIX — початку XX ст. стали: недостатній рівень первісного нагромадження капіталу, а відтак брак підприємницького капіталу; залежність підприємництва; низька конкурентоспроможність вітчизняного внутрішнього ринку, спричинена його несформованістю; невисока підприємницька активність та недостатній розвиток підприємницької культури; несформований ринок праці [3, С. 86].

Залежність від економічної політики Російського та Австро-Угорського урядів, нерівномірний галузевий розвиток, вплив духовно-культурних факторів привели до перетворення у структурі вітчизняного суспільства. Для тогочасного суспільства властивим стала підтримка держави господарської діяльності та мотивації підприємців до економічної активності, але нехтування духовно-культурними та господарськими традиціями суспільства, непослідовність і незавершеність державної політики зумовили несумісність нових і традиційних соціальних цінностей, норм і правил поведінки, наслідком яких стала суперечлива, двоїста модель господарської мотивації економічних суб'єктів та підприємництва, що виступали в доринковій та ринковій формах.

Пріоритетна роль державної політики у формуванні підприємництва носила суперечливий характер, а саме: була націлена на заохочення приватної ініціативи шляхом створення інституційних засад розвитку підприємницьких відносин, а з іншого боку — характеризувалася жорстким адмініструванням підприємницького процесу. В межах такої політики основним ініціатором та рушійною силою розвитку ринкового середовища виступали державні інституції, формування підприємництва відбувалося за рахунок стимулювання розвитку відповідних інститутів через систему преференцій та казенних замовлень, пільг при реєстрації та оподаткуванні, отриманні концесій та монопольного права на здійснення певних видів діяльності, прямому субсидуванню та інше. Гіпертрофоване втручання уряду в економічне життя, що мало на меті стимулювання підприємницької активності, на практиці зумовлювало обмеження розвитку приватної ініціативи і не сприяло розвитку підприємництва, інноваційності підприємницьких ідей та особистої відповідальності підприємця за результати справи.

Рівень нагромадження капіталу на внутрішньому ринку обумовив потребу в залученні іноземних інвестицій, що, своєю чергою, визначило залежність підприємництва від обсягів та об'єктів зовнішнього інвестування. Через недостатній рівень великого приватного капіталу уряд змушений був вести політику залучення іноземних інвестицій, тому значну частину представників підприємництва складали підприємці іноземного походження. Іноземний капітал зосереджувався переважно у базових галузях української промисловості, що мали найвищу норму прибутку — металургії, вугільній, машинобудівній тощо.

Відмінною особливістю становлення та розвитку іноземного підприємництва на теренах України став значний вплив держави, державне регулювання функціонування підприємництва визначалося підпорядкованістю розвитку підприємництва меті та завданням імперської політики [5, с. 49-50].

Розвиток підприємництва в преференційних умовах патерналістської державної політики, що мала на меті пришвидшення процесів концентрації та централізації капіталів для технічної та організаційної модернізації промисловості, зумовила більш швидке, ніж у країнах Західної Європи розгортання монополізації економіки. Монополізація, своєю чергою, обмеживши конкуренцію, виступила бар'єром розвитку підприємницького середовища загалом.

Малодослідженою сторінкою історичного розвитку підприємницьких засад у вітчизняній господарській практиці є період радикальних трансформацій в період становлення радянської влади. Більшовики в 1917 р. розгорнули тотальну експропріацію засобів виробництва, майна та багатства; розпочався процес націоналізації підприємств промисловості, торгівлі, транспорту, зв'язку, банківських кредитних організацій, ліквідація товарних та фінансових бірж. Націоналізація проходила під гаслами переходу від капіталістичного до соціалістичного способу виробництва й остаточно підірвала розхитаний війною господарський механізм, знищила підприємницьку ініціативу, максимально обмежила товарно-грошові відносини.

Політика „військового комунізму” (1918 р.) призвела до скасування будь-яких видів приватної власності, жорсткої централізації управління економікою в сполученні з позаекономічним примусом, знищення товарно-грошових відносин, торгівлі, започаткувала плановий розподіл. Як тип господарювання „військовий комунізм” з його антиринковою, антипідприємницькою направленістю був діаметральною протилежністю доживотної економічної системи. Саме підприємництво як тип господарювання було оголошено поза законом і каралося розстрілом.

Відновлення підприємництва відбулося з проголошенням владою в березні 1921 р. нової економічної політики, яка викликала стрімке зростання ділової ініціативи. З'явилися акціонерні товариства, повні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю та інші форми підприємницьких об'єднань. Акціонуванням підприємств держава вирішувала двоїсту задачу: залучала до них приватні капітали та забезпечувала їм можливість ведення господарчого розрахунку, що стимулював високу продуктивність праці. В умовах зруйнованих торгових зв'язків держава ініціювала відродження бірж, покликаних відіграти роль центрів організованої торгівлі. Провідну роль в біржовій торгівлі займала держава, а не приватний підприємець, уряд неухильно зберігав ключові позиції в оптовій торгівлі. У галузі промисловості розпочалася широка денационалізація підприємств, оренда середніх та дрібних державних заводів і фабрик та подальшим об'єднанням трестів у синдикати. Найбільш стрімкого розвитку набув приватний сектор економіки, що задовольняв попит широких мас населення; саме НЕП привела в рух ринкові мотивації, високу продуктивність праці та якість продукції.

НЕП здійснила поворот від бюрократично-централізованого командування до економічних методів управління господарством з широкою опорою на ініці-

ативу та творчість приватних підприємців, забезпечила стрімке зростання виробничих сил країни та поліпшення якості життя всіх верств населення. Але вже в другій половині 20-х років ХХ ст. чітко окреслилися тенденції до придушення індивідуальної діяльності, приватного підприємництва, а на початку 30-х років ХХ ст. в СРСР була утверджена модель державного соціалізму з властивими йому знищенням приватної власності, позаекономічним примусом, мілітаризацією праці, командними методами управління господарством, екстенсивним характером економіки, розгалуженою партійно-бюрократичною ієрархією та репресіями проти „соціально ворожих елементів” [13, с. 93].

Однак, використовуючи недоліки заборонного законодавства, працювали дрібні підприємці, кустарі, ремісники, надомники різного профілю тощо. Цих представників підприємництва можна вважати легальним його рівнем. Був ще прихований рівень, коли підприємливі люди, окрім формально закріпленого за собою стану, займалися перепродажем товарів та іншими видами індивідуальної діяльності. Потенціал підприємницької енергії перейшов у тіньову економіку.

Наприкінці ХХ ст. на вітчизняному просторі розпочалося відродження підприємництва, яке відіграло важливу роль у роздержавленні соціалістичної економіки, з'явилися умови для появи нових форм організації підприємницької діяльності. Специфіка українського підприємництва полягає в тому, що становлення його формальної бази суттєво випередило створення інституційної організації такого середовища, що визначає змістовну сторону підприємництва, а саме це й зумовило масове поширення його у деформованій формі. Трансформація власності та передача її об'єктів у приватну власність не стали достатньою умовою для забезпечення ефективного розвитку підприємництва, основне завдання, покладене на приватизацію, а саме: формування підприємницького ресурсу в повній мірі не було втіленим у життя.

В умовах ринкової лібералізації вітчизняної економіки підприємці намагалися використовувати традиційні заходи ринкової адаптації, скорочували кількість робітників, економили сировину та енергію, оновлювали асортимент продукції тощо, а також застосовували радикальніші дії, зокрема масово ухилялися від сплати податків, вдавалися до широкомасштабних неплатежів, бартерних угод та взаємозаміни, продажу і здачі в оренду майна, встановлювали монопольний контроль над ринками та картельними угодами, широкого розмаху набув підкуп чиновників, контрабанда, розкрадання та інші прямі порушення законодавства. Ці дії слід назвати адаптаційними методами, тому що їх поява викликана необхідністю прилаштуватися до надзвичайно складних умов, що склалися у вітчизняній економіці в результаті реформ. Нетрадиційність дій такого роду полягає в тому, що раніше вони не траплялися в економічній практиці й були мало вивченими, а в тих випадках, коли ці дії мають схожість з раніше відомими методами адаптації, їх особливість в тому, що вони генерують нетрадиційні економічні ефекти.

Виходячи з вищезазначеного, можна класифікувати нетрадиційні методи адаптації вітчизняних підприємств до економічних реформ 90-х років ХХ ст.: а) псевдонормальні методи; непрофільна діяльність: переведення фінансових

активів у тверді валюти; використання ліквідних матеріальних запасів для спекулятивної гри, торгово-посередницькі операції, участь в угодах на фондовому та фінансових ринках тощо; б) неплатежі; в) ухилення від податків; г) монополістичні дії; порушення закону, пов'язане з корупцією [13, с. 302-303].

Псевдонормальні методи виступали реакцією підприємств на зростання загальної незбалансованості та посилення структурних диспропорцій в перехідній економіці, що спричинило суттєве викривлення мікроекономічних критеріїв ефективності. Широкомасштабні взаємонебезпежі виступили основною реакцією господарств на грошову політику уряду. Всезагальна практика несплати підприємствами податків стала природною відповіддю на посилений фіскальний тиск з боку влади. Внаслідок суттєвого послаблення макроекономічної ролі держави відбулася монополізація і картелізація ринків, збільшення чисельності економічних злочинів.

Засадничий принцип, що змушував підприємства вибирати опортуністичну модель поведінки та застосовувати нетрадиційні методи адаптації, є наслідком помилок макроекономічної політики. Ці помилки призводили до того, що нормальна ринкова адаптація нездатна була попередити істотне погіршення стану підприємств. Макроекономічні наслідки опортуністичної поведінки підприємств носили суперечливий характер; нетрадиційні дії вітчизняного підприємництва з адаптації до трансформаційних змін відіграли позитивне значення з точки зору поточного виживання національної економіки у фазі гострої кризи, але при цьому створювали низку проблем, що гальмували перехід до збалансованого розвитку в довгостроковій перспективі.

Основними інституційними факторами, що перешкоджали становленню та ефективному розвитку підприємницького середовища в 90-і роки ХХ — початку ХХІ ст., стали асиметрія інформації, відсутність чітких правових норм, що структурують діяльність підприємств, орієнтація інститутів, що відповідають за створення базової основи підприємництва, на псевдоринкові правила поведінки, суперечлива комбінація інститутів та їхня недостатня розвиненість, неузгодженість формальних та неформальних інститутів, розмитість прав власності, надмірна регламентація підприємницької діяльності.

Збереження та відтворення неформальної складової підприємництва гальмує становлення та розвиток інституційної структури ринкового типу. Недостатність правового забезпечення, специфікація прав власності, формування конкурентного середовища виступають інституційними бар'єрами у формуванні підприємництва.

Умови ведення бізнесу в Україні залишаються одними з найгірших у Європі, економічна система спотворена олігархізацією, не здатна використати потенціал та енергію вільного підприємництва. Пролобійовані олігархами пільги для власних підприємств створювали бюджетні „дірки”, що намагалися покрити за допомогою податкового тиску на бізнес, що не мав лобістів відповідного рівня, який неухильно погіршує інвестиційний клімат у державі.

Розвиток вітчизняного підприємництва є досить суперечливим і пов'язаним зі значними труднощами, зумовленими історичними особливостями радянського минулого. Необхідність розбудови сучасного вітчизняного підприємництва

посиліє роль ґрунтового переосмислення історичного минулого нашої країни, актуалізуються питання взаємодії теорії та практики підприємництва.

Таким чином, культурна традиція українців не сприяла формуванню цивілізованого національного типу підприємництва. Культурно-цивілізаційний шар радянського періоду ще більш посилив ситуацію, зумовив розмивання багатьох позитивних рис національного менталітету та традиційних цінностей, підміну індивідуалістичних орієнтацій егалітарно-колективістськими, деформацію трудової етики та мотивації до праці. Окремі риси національного менталітету (толерантність, довіра, комплекс меншовартості) набули гіпертрофованого вигляду. Радянська ідеологія та економічне середовище формували тип економічної культури, для якої характерним є байдуже ставлення до інновацій, прагнення уникати ризиків, але діяти при цьому поза законом [14].

Висновки. Дослідження підприємництва на українських теренах впродовж другої половини XIX — початку XXI століття дозволило визначити особливості процесу становлення та розвитку підприємництва, а саме: протягом першої хвилі ринкових перетворень у другій половині XIX — початку XX ст. виявлено взаємовплив формальних та неформальних складових інституту підприємництва, його залежність від державної політики та іноземного інвестування; процес розвитку підприємництва носив суперечливий характер (вплив політики форсованої модернізації економіки в умовах збереження доринкових організаційних форм господарювання).

Основними чинниками процесу деформації підприємництва у радянській період стали: одержавлення та витіснення з підприємницького середовища приватногосподарських організаційних форм підприємництва, гіпертрофована централізація економіки, командно-адміністративна модель управління підприємською ініціативою.

На сучасному етапі основними інституційними факторами, що перешкоджають становленню та ефективному розвитку інституту підприємництва, є: незадовільний доступ економічних суб'єктів до інформації та її асиметричність, відсутність чіткого нормативно-правового забезпечення, орієнтація інститутів, які відповідають за створення базової основи підприємництва, на псевдоринкові правила поведінки, неузгодженість формальних та неформальних інститутів, нечіткість прав власності, надмірна регламентація підприємницької діяльності тощо.

Широко посилюється прагнення досягти високого матеріального статусу, хоча на фоні катастрофічної бідності суспільства, воно є малоймовірним, але тим не менш знаменує важливі зміни в свідомості мас. Матеріальний успіх стає об'єктом бажань багатьох, тобто соціокультурним легітимним феноменом. Однак суспільне визнання самої мети не тотожне визнанню засобів її досягнення. Суспільство виступає проти нелегального та тіньового характеру діяльності багатьох бізнесменів, їх тісному зв'язку з кримінальним світом та корумпованими чиновниками, ухилення від сплати податків, демонстративного ігнорування елементарними нормами моралі та показного споживання «нових українців».

Спостерігаємо дисонанс в оцінці підприємництва та підприємців, що віддзеркалює незадоволення народу ходом реальних процесів становлення та розвитку бізнесу в країні та показує на істотні розбіжності між очікуваннями суспільства та реальною поведінкою підприємців.

Література

1. Злупко С. Економічна думка України (від давнини до сучасності) / С. Злупко. — Л. : Вид. центр Львів. нац. ун-ту ім. І.Франка. — 2000.
2. Небрат В. В. Розвиток підприємництва в Україні: історичні детермінанти та перспективи / В.В. Небрат // Економіка і прогнозування. — 2017. — № 7. — С. 140–156.
3. Супрун Н.А. Еволюція вітчизняної моделі корпоративного управління: моногр. / Н.А. Супрун. — К. : КНЕУ, 2009.
4. Фещенко В.М. Дослідження проблем становлення та розвитку ринкового господарства в працях економістів України другої половини ХІХ — початку ХХ ст.: Монографія / В.М. Фещенко. — К.: КНЕУ, 2003.
5. Кудласевич О.М. Українські джерела теорії підприємництва: монографія / О.М. Кудласевич; ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». — К., 2014.
6. Гордіца К.А. Історико-культурні архетипи господарювання в українській традиції підприємництва / К.А. Гордіца // Історія народного господарства та економічної думки України. — 2015. — Вип. 48. — С. 126–141.
7. Etzioni A., Lawrence P. Socio-Economics: Toward a New Synthesis. — Armonk: N.Y., 1991.
8. Granovetter M. Economic action and social structure the problem of embeddedness // American journal of Sociology. — 1985. — № 3. — P. 48-510.
9. Wilken Paul H. Entrepreneurship: A Comparative and Historical Study. — Norwood, 1979.
10. Юнг К. Г. Об архетипах коллективного бессознательного / К. Г. Юнг // Вопр. философии. — 1988. — № 1. — С. 131-138.
11. Коржов Г. Социокультурная легитимность предпринимательства в украинском обществе первого десятилетия трансформаций / Г. Коржов // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2005. — № 3. — С. 165–177.
12. Костомаров Н.И. Две русские народности / Н.И. Костомаров. — К. — Х.: Майдан, 1991.
13. Еволюція ринкових інститутів в Україні: монографія: у 2 ч. / [В.В. Небрат, Н.А. Супрун та ін.]; за ред. канд. екон. наук В.В. Небрат; НАН України; Ін-т екон. та прогноз. — К., 2012. — Ч.2. 80–109, 294–306.
14. Полунесев Ю., Загоруйко Ю. Культурний шок у посткомуністичних суспільствах у період ринкової трансформації (перспектива України) // Сучасність. — 1994. — №10. — С.79-81, № 11. — С.143-155.

References

1. Zlupko S. *Ekonomiczna dumka Ukraini (vid davnini do suchasnosti)*. L. : Vid. tsentr L'viv. nats. un-tu im. I.Franka, 2000 [in Ukrainian]

2. Nebrat V. V. Rozvytok pidpryjemnyctva v Ukraini: istorychni determinanty ta perspektyvy. *Ekonomika i prognozuvannja*. no. 7 (2017): 140–156 [in Ukrainian]
3. Suprun N. A. *Evoljutsiya vitchiznyanoi modeli korporativnogo upravlinnja*. K. : KNEU, 2009 [in Ukrainian]
4. Feshchenko V. M. *Doslidzhennya problem stanovlennya ta rozvitku rinkovogo gospodarstva v pratsyakh ekonomistiv Ukraini drugoi polovini XIX — pochatku XX st.*— K.: KNEU, 2003 [in Ukrainian]
5. Kudlasevich O. M. *Ukrains'ki dzherela teorii pidpriemnitstva*. DU «In-t ekon. ta prognozuv. NAN Ukraini». K., 2014 [in Ukrainian]
6. Gorditsa K. A. Istoriko-kul'turni arkhetypi gospodaryuvannya v ukrains'kii traditsii pidpriemnitstva. *Istoriya narodnogo gospodarstva ta ekonomichnoi dumki Ukraini*. Vol. 48 (2015): 126-141 [in Ukrainian]
7. Etzioni A., Lawrence P. *Socio-Economics: Toward a New Synthesis*. Armonk: N.Y., 1991.
8. Granovetter M. Economic action and social structure the problem of embeddedness. *American journal of Sociology*. No. 3 (1985): 48-510.
9. Wilken Paul H. *Entrepreneurship: A Comparative and Historical Study*. Norwood, 1979.
10. Yung K. G. Ob arkhetypakh kollektivnogo bessoznatel'nogo. *Voprosy filosofii*. No. 1 (1988): 131-138 [in Russian]
11. Korzhov G. Sotsiokul'turnaya legitimnost' predprinimatel'stva v ukrainskom obshchestve pervogo desyatiletija transformatsii. *Sotsiologiya: teoriya, metody, marketing*. No. 3 (2005): 165–177 [in Russian]
12. Kostomarov N. I. *Dve russkie narodnosti*. K. — Kh.: Maidan, 1991 [in Russian]
13. *Evoljutsiya rinkovikh institutiv v Ukraini*. red. V.V. Nebrat. K.: ; NAN Ukraini; In-t ekon. ta prognozuv, 2012. [in Ukrainian]
14. Poluniev Yu., Zagoruiko Yu. Kul'turnii shok u postkomunistichnikh suspil'stvakh u period rinkovoi transformatsii (perspektiva Ukraini). *Suchasnist'*. No. 10 (1994):79-81. No. 11 (1994): 143-155 [in Russian]

ИСТОРИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ И НАЦИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Кудласевич О.Н., к.э.н., старший научный
сотрудник, старший научный сотрудник отдела
экономической истории ГУ «Институт экономики
и прогнозирования НАН Украины»

Анотация. В статье проведено историко-экономическое исследование социокультурных факторов и национальных особенностей, которые существенно влияют на процессы институционализации предпринимательства украинского общества. Проведено анализ тенденций и специфики функционирования отечественного предпринимательства и его закономерностей развития.

Ключовые слова: підприємництво, підприємцель, легитимність підприємництва, хозяйственный менталитет.

HISTORICAL AND ECONOMIC ANALYSIS OF SOCIO-CULTURAL FACTORS AND NATIONAL PECULIARITIES OF DEVELOPMENT OF DOMESTIC BUSINESS

Olha M. Kudlasevych, Candidate of Economic Sciences, Senior Researcher, Senior Researcher, Department of Economic History, Institute of Economics and Forecasting, National Academy of Sciences of Ukraine

Abstract. The article is dedicate to the historical and economic research of socio-cultural factors and national peculiarities that significantly influence the processes of institutionalization of entrepreneurship in Ukrainian society. The analysis of tendencies and specifics of the functioning of domestic business and its developmental patterns was conducted.

The study of entrepreneurship on Ukrainian territory allowed to determine the peculiarities of the process of establishment and development of entrepreneurship, namely: during the second half of the nineteenth and early twentieth centuries the mutual influence of formal and informal components of the enterprise of entrepreneurship, its dependence on state policy and foreign investment is revealed; the process of entrepreneurship development was controversial.

The main factors of the process of deformation of entrepreneurship in the Soviet period were: state-building and displacement from the business environment of private economic organizational forms of entrepreneurship, hypertrophied centralization of the economy, command-administrative model of management of entrepreneurial initiative.

The cultural tradition of the Ukrainian people was studied, which did not contribute to the formation of a civilized national type of entrepreneurship. The cultural and civilization layer of the Soviet period further exacerbated the situation, has caused the blurring of many positive features of the national mentality and traditional values, the substitution of individualistic orientations by egalitarian-collectivist, deformation of labor ethics and motivation to work. Some features of the national mentality have become hypertrophied.

At the present stage, the main institutional factors that impede the formation and effective development of entrepreneurship are: poor access of economic entities to information and its asymmetry, lack of clear legal and regulatory framework, orientation of institutions responsible for establishing the basic of entrepreneurship, pseudo-market rules behavior, inconsistency of formal and informal institutions, lack of clarity of property rights, excessive regulation of entrepreneurial activity, etc.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, business legitimacy, economic mentality.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2018

УДК 005.642

Омельяненко Тетяна Володимирівна*
Короткова Ксенія Олександрівна **

КОНЦЕПЦІЯ КОЛЕКТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА СПРИЙНЯТТЯ ЇЇ ІДЕЙ МАЙБУТНІМИ МЕНЕДЖЕРАМИ

Анотація. Розглянуто зміст категорії «відповідальність» та визначено сутність колективної діяльності і колективної відповідальності. Викладено гіпотезу про позитивне сприйняття майбутніми менеджерами ідей концепції колективної відповідальності та емпіричним шляхом з'ясовано їх дійсне ставлення до цього виду відповідальності. Надано рекомендації, спрямовані на подолання виявленої проблеми, які охоплюють як зміни акцентів у процесах підготовки майбутніх менеджерів закладами вищої освіти, так і вдосконалення окремих елементів систем менеджменту реально діючих бізнес-організацій.

Ключові слова: менеджмент, менеджери, командна робота, індивідуальне та групове прийняття управлінських рішень, відповідальність, колективна відповідальність.

Вступ. Питання організації ефективної командної роботи та тісно пов'язані з нею проблеми групового прийняття рішень та колективної відповідальності за результати їх реалізації значно актуалізувалися останнім часом. У першу чергу це спричинене активним втіленням у практику управління інноваційним розвитком вітчизняних бізнес-організацій методів проектного менеджменту, застосування яких неможливе без ефективної організації роботи так званих «проектних команд». Але і в сфері управління непроєктною поточною активністю сучасних великих компаній та фірм малого бізнесу питання відповідальності зберігають свою довготривалу та надзвичайну важливість. На підтвердження їх значимості у теоретичному аспекті можна послатися на класичні підручники з менеджменту [1; 2; 3; 4], в яких вельми вагома проблематика співвідношення повноважень, відповідальності та підвітності докладно розкрита. Ну а практики, — менеджери, кадровики, юристи, — безумовно підтвердять, що такі організаційні документи, як Положення про департамент / відділ, Посадова інструкція працівника тощо обов'язково мають містити підрозділ, у якому розкриваються усілякі аспекти стосовно прав, обов'язків та відповідальності.

Постановка задачі. Дослідження мало на меті розв'язання наступних завдань:

- розкрити зміст категорії «відповідальність» та з'ясувати місце принципу відповідальності в менеджменті організації;
- визначити сутність колективної діяльності та колективної відповідальності та сформулювати гіпотезу стосовно їх можливого взаємозв'язку;
- емпіричним шляхом спростувати чи підтвердити гіпотезу про позитивне сприйняття майбутніми менеджерами ідей концепції колективної відповідаль-

* **Омельяненко Тетяна Володимирівна** — доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», omelianenko@ukr.net

** **Короткова Ксенія Олександрівна** — студентка факультету економіки та управління ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» korotkovakse@gmail.com

ності; ідентифікувати характер проблем, виявлених при аналізі отриманих емпіричним шляхом результатів; сформулювати рекомендації щодо можливих шляхів їх розв'язання;

– визначити перспективні напрями подальших наукових пошуків у сфері досліджень проблематики колективної відповідальності в організації.

Результати. Принцип відповідальності в менеджменті організації. Відповідальність у найбільш широкому розумінні трактується як здатність особи чи колективу не тільки усвідомлено вибирати дії, способи поведінки і життя, а й оцінювати їх під кутом зору їхніх наслідків [5]. Трактування сутності категорії «відповідальність» соціологами, психологами, економістами тощо здійснюється вкрай нарізно (див. табл. 1).

Таблиця 1

ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ» РІЗНИМИ ГАЛУЗЯМИ НАУКИ

Галузь	Визначення
Економіка	Відповідальність — це система формальних і неформальних норм та правил поведінки господарських суб'єктів-власників, що перебувають у стані економічного вибору та приймають рішення щодо раціонального використання (вигідного розміщення) обмежених ресурсів [6]
Психологія	Відповідальність — це усвідомлення індивідом, соціальною групою, народом свого обов'язку перед суспільством, людством, розгляд крізь призму цього обов'язку суті і значення своїх вчинків, діяльності, узгодження їх із обов'язками і завданнями, що виникають у зв'язку з потребами суспільного розвитку [7]
Соціологія	Відповідальність — це загально-соціологічна категорія, яка виражає свідоме ставлення особи до вимог суспільної необхідності, обов'язків, соціальних завдань, норм і цінностей [8]
Юриспруденція	Відповідальність — це передбачений чинним законодавством обов'язок правопорушника зазнати примусового позбавлення певних благ (особистого, майнового або організаційного характеру) за вчинене правопорушення [9]

Експрес-аналіз інформації, поданої в табл. 1, показує, що такі відгалуження науки, як економіка, соціологія, психологія, юриспруденція, пов'язують відповідальність одночасно і з індивідумом, і з певною групою. А як же ж у менеджменті організації?

Принцип відповідальності є одним із основоположних у менеджменті. Його проголошували такі класики, як Анрі Файоль, який у фундаментальній роботі «General and Industrial Management» (1916 р.) формулюючи 14 базових принципів управління наголошував на тому, що владні повноваження завжди мають доповнюватися відповідальністю [10, с. 843], та Макс Вебер, який у межах розробленої ним концепції ідеальної бюрократії постулював необхідність чіткої ієрархії, суворої системи підпорядкованості та відповідальності [там само, с. 180].

Протягом багатьох десятиліть від моменту становлення того, що зараз зветься традиційним менеджментом, принципу відповідальності був притаманний дуалістичний характер:

- 1) відповідальність індивідуума (персональна);
- 2) відповідальність групи (колективна).

Найяскравіше феномен цієї дуалістичності ілюструє процес прийняття управлінських рішень, який образно зветься «серцем управлінської діяльності» [11, с. 62], і який може здійснюватися з використанням як індивідуальних (метод аналогії, метод ідеалізації тощо), так і колективних (метод мозкового штурму, метод конференції ідей тощо) методів пошуку альтернатив. Кожен з цих методів і кожен зі способів ухвалення управлінських рішень (індивідуальний/груповий) має свої переваги та недоліки, тому жодного з них і досі не визнано за єдиний найефективніший.

Практика неодноразово підтверджувала оптимальність індивідуальних управлінських рішень (та автоматично виникаючу *персональну відповідальність* за їх якість і наслідки реалізації), які через уникнення багатьох процедурних моментів є оперативнішими та персоналізованішими.

Проте не варто недооцінювати і групові методи пошуку та ухвалення рішень, оскільки за їх застосування підвищується вірогідність знаходження найкращого варіанту. Однак за колективного способу опрацювання варіантів вирішення проблеми збільшується вірогідність виникнення так званої «*групової нормалізації*» — соціально-психологічного феномену, який є результатом спільних дискусій, коли суперечливі точки зору і, навіть, екстремальні позиції, згладжуються і набувають вигляду єдиної усередненої думки (сформульовано на основі [12]). Тобто наслідком групової нормалізації стає те, що особиста відповідальність та пов'язані з нею ризики нівелюються, а, натомість, виникає *колективна відповідальність*.

Командна робота та колективна відповідальність. Концепція командної роботи та колективної відповідальності сьогодні набуває нового звучання, що багато в чому обумовлене змінами в характері людської діяльності. Йдеться про те, що діяльність сучасної людини має виразний характер *колективної*; при цьому зростаюча взаємозалежність і соціалізованість дій стають визначальними факторами. Сьогодні практично неможливо зустріти фахівця, який працював би відокремлено від певної компанії чи організації.

Колективна діяльність — це взаємодія членів колективу в процесі досягнення спільної мети. Колективна робота дозволяє співробітникам обмінюватися досвідом, думками, ідеями. У команді люди погоджують свої дії та трудові зусилля, потребуючи навичок і знань один одного для надбання конкретних результатів поєднаними зусиллями. Для того щоб зробити колективну роботу продуктивнішою необхідно правильно розподіляти завдання між членами команди відповідно до їх досвіду, стилю мислення, особистісних і професійних якостей [13].

Ключова ознака колективної діяльності полягає в тому, що працівники добровільно вступають у тимчасові взаємодії, щоб використовуючи свої знання і вміння набувати все більших і більших економічних і соціальних результатів. У команді всі повинні ясно розуміти цілі, що стоять перед ними, вміти ефективно вирішувати завдання бізнесу та протидіяти викликам конфліктних ситуацій. Знання і прийняття кожним членом команди своєї власної ролі і функцій, а також ролей інших членів у загальній роботі робить колективну роботу ефективною і гармонійною. Для узгодженості в діях важливо, щоб між учасниками ко-

манди встановилися довірчі відносини, що дозволить співробітникам висловлювати корисні зауваження з приводу роботи, позитивно сприймати конструктивну критику і прислухатися до думок інших [там само].

Підхід командної роботи тісно пов'язаний зі сприйняттям ідеї колективної відповідальності. Стосовно індивідуума будь-яка відповідальність — це готовність окремої особи прийняти наслідки за всі скоєні дії (узагальнено на основі трактувань, поданих у табл. 1). Що ж таке колективна відповідальність? *Колективна відповідальність* — форма відповідальності, коли за діяння, вчинені одним або декількома членами групи (господарської організації, трудового колективу тощо) несе відповідальність вся ця група цілком. Видно, що ідея колективної відповідальності є доволі розпливчастою, і в умовах високої опосередкованості колективна відповідальність може стати способом відходу від відповідальності як такої, та призвести до *колективної безвідповідальності* [14]. Наприклад, сама можливість колегіального ухвалення рішень доволі часто стає способом уникнення особистої відповідальності взагалі, оскільки ступінь персоналізації зводиться нанівець, призводячи у кінцевому підсумку до тотальної безвідповідальності.

Гіпотеза про позитивне сприйняття майбутніми менеджерами ідей концепції колективної відповідальності та підхід до набуття емпіричної інформації для підтвердження чи спростування її справедливості. Сутність висунутої авторами гіпотези полягала в тому, що майбутні менеджери, яким доведеться у своїй дальшій професійній діяльності керувати командами виконавців, позитивно сприймають ідею колективної відповідальності — тобто ідею щодо того, що і вони, і рядові працівники (їх підлеглі, задіяні у груповій роботі) несуть спільну відповідальність за всі рішення, дії чи бездії кожного з членів команди та команди в цілому.

Мета збирання емпіричної інформації полягала у вирішенні завдання: з'ясувати, як майбутні менеджери, тобто особи, що у недалекому майбутньому будуть обіймати управлінські посади (скоріше за все — низового рівня), сприймають ідею колективної відповідальності.

Апріорно вважалося, що висунута гіпотеза буде підтверджена. Хоча, як і завжди при здійсненні наукових досліджень, не виключався і протилежний результат.

Для підтвердження / спростування висунутої гіпотези було проведено опитування трьох груп респондентів загальною кількістю 60 осіб*. З них — дві групи респондентів, яких можна розглядати як майбутніх менеджерів, та ще одна група (контрольна; сформована для верифікації надбаних по перших двох групах респондентів результатів), яку склали реально діючі менеджери.

Перша група — студенти ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» 4-го курсу бакалаврської програми 6.030601 «Менеджмент» факультету економіки та управління очної форми навчання (да-

*Опитування було проведено одним зі співавторів статті — Коротковою К.О., студенткою 4-го курсу спеціальності 6.030601 «Менеджмент» факультету економіки та управління ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», під час проходження виробничої практики з 05.02.2018 р. по 02.03.2018 р. на базі ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет» у м. Києві за адресою Берковецька, 6 (так званий «Ашан на Берковецькій»).

лі — «студенти»; опитано 25 осіб). Аргументація щодо того, чому обрано саме їх: перебувають на останньому році навчання набуваючи навичок роботи за фахом та компетентностей, достатніх для подальшого працевлаштування у якості керівників проектів та програм у сфері матеріального (нематеріального) виробництва та/або менеджерів (управителів) з питань комерційної діяльності (визначено за Національним класифікатором України «Класифікатор професій» ДК 003:2010).

Друга група — рядові працівники-виконавці, робітники торговельного залу (далі — «РТЗ» або «рядові працівники-виконавці») одного з київських відділень ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет» (опитано 20 осіб). Аргументація щодо того, чому обрано саме їх: володіють навичками та компетентностями для виконання своїх безпосередніх обов'язків; за умови накопичення достатнього досвіду та проходження відповідної підготовки цілком можуть бути просунутими по службових сходинках до рівня менеджера та зайняти посади «бригадир торговельного залу» або «менеджер продуктового сегменту».

Третя група — безпосередні керівники РТЗ, тобто реально діючі менеджери того ж самого відділення ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет» рівнів «бригадир торговельного залу» та «менеджер продуктового сегменту» (далі — «менеджери»); опитано 15 осіб). Аргументація щодо того, чому обрано саме їх: необхідність співставлення думок стосовно колективної відповідальності, висловлюваних майбутніми та реально діючими менеджерами.

Для опитування було складено анкету з чотирьох питань:

1. Чи зустрічали Ви таке визначення як «колективна відповідальність (КВ)»?
2. Як Ви вважаєте, чи може бути КВ ефективною в бізнес-організаціях?
3. Чи зустрічали Ви коли-небудь прояв колективної безвідповідальності?
4. Чи готові Ви нести відповідальність за роботу своїх колег?

Чи достатньо чотирьох питань у анкеті для аналізу наданих відповідей? Чи вистачить інформації для підтвердження чи спростування висунутої гіпотези? Можемо погодитися, що 4-х питань у анкеті абсолютно недостатньо, але апріорно вважалося, що висунута гіпотеза буде підтверджена на 100 % (оскільки менеджмент організації, проектний менеджмент, менеджмент віртуальних команд та інші відгалуження сучасної управлінської науки на рівні бізнес-організації проголошують тісний зв'язок у системі понять «командна робота — колективна відповідальність»), і достатньо було лише постановки єдиного запитання на кшталт «Як Ви вважаєте, чи може бути КВ (колективна відповідальність) ефективною в бізнес-організаціях?», з однозначно очікуваною відповіддю «Так»; або єдиного запитання на кшталт «Чи готові Ви нести відповідальність за роботу своїх колег?» із так само з однозначно очікуваною відповіддю «Так».

Тим не менше, через бажання отримати дійсно об'єктивні результати, перелік питань анкети було розширено. І ось що було отримано.

Аналіз та інтерпретація результатів опитування, рекомендації та висновки. Узагальнення результатів опитування (див. рис. 1) призводять до декількох вельми цікавих висновків.

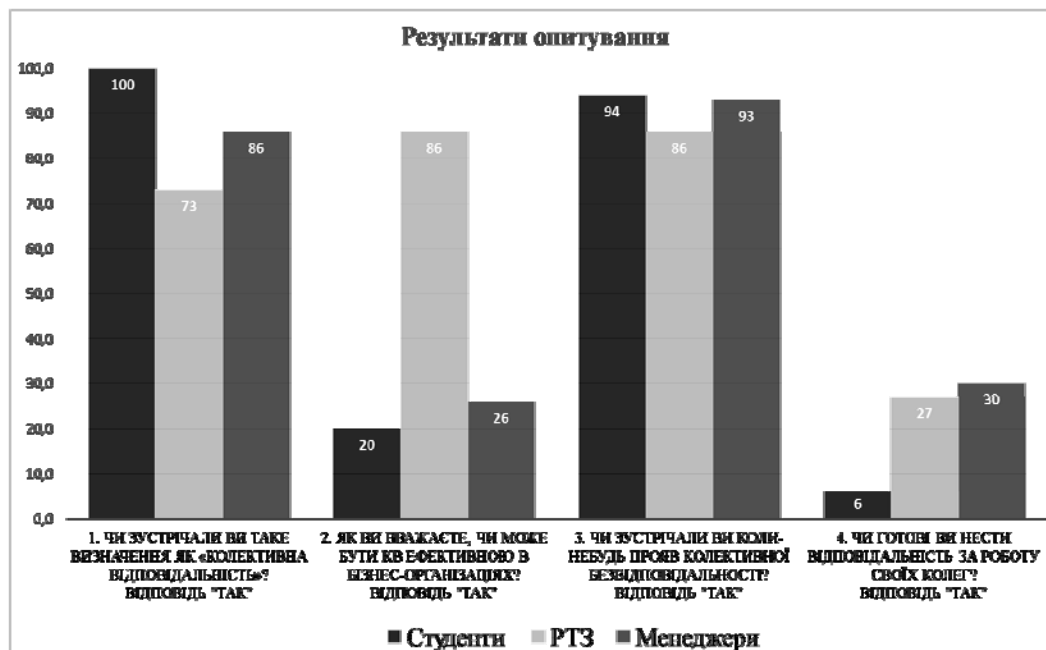


Рис. 1. Структуризація результатів опитування щодо сприйняття ідей колективної відповідальності трьома групами респондентів

На питання № 1, — щодо ознайомлення з поняттям «колективна відповідальність», — переважна кількість усіх респондентів відповіла «Так», що свідчить про широке розповсюдження ідей колективної відповідальності у середовищі сучасної бізнес- та менеджмент-спільноти.

На питання № 2, — щодо ефективності колективної відповідальності, — майбутні менеджери (студенти) та реально діючі менеджери у великому відсотковому співвідношенні відповіли «Ні», що говорить або про їх потяг до індивідуалізації, або про їх недовіру до групової роботи, або і про те, і про те одночасно. Натомість відповіді рядових працівників-виконавців (на рис. 1 позначені як РТЗ) на це питання були кардинально іншими, оскільки більше, ніж 85 % з них вважають, що колективна відповідальність може бути ефективною. Що це: протистояння «менеджер — рядовий працівник»? Чи може симптом недовіри менеджера до групи? І це при тому, що основне призначення менеджера — керувати групою підлеглих!

Вкрай цікавим є те, що від 86 % до 94 % усіх опитаних стикалися із проявами колективної безвідповідальності (відповідь на питання № 3), чим, можливо, і визначено їх ставлення до ефективності колективної відповідальності у бізнес-організаціях.

А ось на запитання щодо готовності нести відповідальність за дії /активність / результати роботи своїх колег (питання № 4), всі три групи опитуваних у переважній більшості відповіли «Ні»! Це можна пояснити тим, що респонденти готові нести відповідальність лише за власні дії, не відповідаючи за провини інших, що свідчить лише про сприйняття ідеї колективної відповідальності на

рівні усвідомлення (див. результати по питанню № 1), але аж ніяк не про її втілення у практиці.

Подолати виявлені нами неоднозначні тенденції у сприйнятті ідей концепції колективної відповідальності можна різними шляхами. Щодо студентів-майбутніх менеджерів — це інтегрування до системи компетентостей, що надаються їм закладами вищої освіти, де вони проходять навчання, розуміння важливості колективної роботи та невід'ємності її зв'язку із колективною відповідальністю. Основний рекомендований захід такий: при викладанні дисциплін «Менеджмент», «Менеджмент персоналу», «Інноваційний менеджмент» тощо, та при проведенні тренінгів «Прийняття управлінських рішень», «Управління командами» тощо має бути посилена акцентуація на невід'ємності колективної відповідальності від командної роботи; у свідомість майбутніх менеджерів має бути інтегрована ідея поєднання персональної та колективної відповідальності; майбутні менеджери мають розуміти необхідність усілякого докладання зусиль щодо формування відповідної культури команд, якими вони будуть керувати.

Заходи, рекомендовані стосовно потенційних менеджерів, що наразі зараз є рядовими працівниками-виконавцями, мають охоплювати як формальні, так і неформальні аспекти менеджменту бізнес-організації. Щодо формальних аспектів: рекомендується у *Посадову інструкцію працівника певного відділу / підрозділу / департаменту* включати пункти стосовно того, що при прийомі на роботу він має бути ознайомлений з вимогами компанії щодо колективної відповідальності за певні питання (і останні мають бути вкрай чітко конкретизованими), та згоден її прийняти. Щодо неформальних аспектів: у організаційній культурі, яка являє собою переважно більшістю кодекс неписаних принципів і правил, рекомендується посилювати акценти на командній роботі, її важливості, ефективності, невід'ємності її зв'язку із колективною відповідальністю.

Висновки. Під впливом тиску сучасних реалій, що диктуються четвертою промисловою революцією та ствердженням «Індустрії 4.0», питання організації командної роботи у форматах «проектна команда» та, особливо, «віртуальна команда», оскільки остання є породженням тотальної віртуалізації та інтернетизації бізнес-активності сучасних організацій, та проблематика колективної відповідальності вимагають подальших досліджень, до яких автори статті закликають долучитися наукову спільноту України, яка спеціалізується у даній предметній сфері.

Література

1. Мескон М. Основы менеджмента / Майкл Х. Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури ; [пер. с англ. и ред. О. И. Медведь]. — 3-е изд. — М. : Вильямс, 2015. — 665 с.
2. Дафт Р. Менеджмент : учебник / Ричард Дафт. — 10-е изд. — М. : Питер, 2013. — 655 с.
3. Гріфін Р. Основы менеджмента : підручник / Р. В. Гріфін, В. Яцура ; пер. з англ. Д. Олесневич ; наук. ред. В. Яцура, Д. Олесневич. — Львів : БаК, 2001. — 624 с.
4. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — 6-е изд., перераб. и доп. — М. : Магистр : ИНФРА-М, 2014. — 655 с.

5. Відповідальність // Енциклопедія сучасної України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://esu.com.ua/search_articles.php?id=34408
6. Артьомова Т. І. Економічна відповідальність [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=18766
7. Дороніна М. Психологія управління : навч. посіб. / Дороніна М., Григоренко А. — Х. : ХДЕУ, 2008. — 548 с.
8. Загородній А. Г. Словник економічної афористики / уклад. : Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. — Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2013. — 444 с.
9. Кириченко В. М. Теорія держави і права : модульний курс : навч. посіб. — К. : Центр учбової літератури, 2010. — 264 с.
10. Классики менеджмента : энциклопедия / под ред. Малькольма Уорнера; [пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского]. — СПб. : Питер, 2001. — 1168 с.
11. Дункан Дж. У. Основополагающие идеи в менеджменте. Уроки основоположников менеджмента и управленческой практики : пер. с англ. / У. Джек Дункан — М. : Дело, 1996. — 272 с.
12. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління : навч. посіб. / Л. Е. Орбан-Лембрик. — 2-е вид., допов. — К. : Академвидав, 2010. — 543 с.
13. Думки дня від «Простого бізнесу». Колективна робота. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.prostoy.ru/678.html>
14. Платонова А. В. Коллективная ответственность «Человека технического»: необходимость или путь к безответственности? / А. В. Платонова // Вестник Томского гос. ун-та, 2012. — № 357. — С. 59–62.

References

1. Meskon M., Albert M., Khedoury F. *Osnovy menedzhmenta*. M. : Vyliams, 2015.
2. Daft R. *Menedzhment*. M. : Pyter, 2013.
3. Hrifin R. and Yatsura V. *Osnovy menedzhmentu*. Lviv : BaK, 2001.
4. Vykhanskyi O. S. and Naumov. A. Y. *Menedzhment*, M.: YNFRA-M, 2014.
5. Vidpovidalnist. Entsyklopediia suchasnoi Ukrainy. http://esu.com.ua/search_articles.php?id=34408
6. Artomova T. I. Ekonomichna vidpovidalnist. http://esu.com.ua/search_articles.php?id=18766
7. Doronina M. and Hryhorenko A. *Psykhologhiia upravlinnia*. Kh. : KhDEU, 2008.
8. Zahorodnii A. H. and Vozniuk H. L. *Slovnyk ekonomichnoi aforystyky*. Lviv : Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniky, 2013.
9. Kyrychenko V. M. *Teoriia derzhavy i prava : modulnyi kurs*. K. : Tsentr uchbovoi literatury, 2010.
10. *Klasyky menedzhmenta: entsyklopedyia* / pod red. Malkolma Uornera, SPb. : Pyter, 2001.
11. Dulkan Dzh. U. *Osnovopolahaiushchye ydey v menedzhmente. Uroky osnovopolozhnykov menedzhmenta y upravlencheskoi praktyky*. M. : Delo, 1996.
12. Orban-Lembryk L. E. *Psykhologhiia upravlinnia*. K. : Akademvydav, 2010.
13. Dumky dnia vid «Prostoho biznesu». Kolektyvna robota. <https://www.prostoy.ru/678.html>

14. Platonova A. V. Kollektivnaia otvetstvennost «Cheloveka tekhnicheskoho»: neobkhodnost yly put k bezotvetstvennosty?. *Vestnik Tomskoho hos. un-ta*. No. 357 (2012): 59-62.

КОНЦЕПЦИЯ КОЛЛЕКТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ И ВОСПРИЯТИЕ ЕЕ ИДЕЙ БУДУЩИМИ МЕНЕДЖЕРАМИ

Т. В. Омеляненко, доктор экон. наук,
профессор кафедры менеджмента
ГВУЗ «Киевский национальный экономический
университет имени Вадима Гетьмана»
К. А. Короткова, студентка факультета
экономики и управления
ГВУЗ «Киевский национальный экономический
университет имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. Рассмотрено содержание категории «ответственность» и определена сущность коллективной деятельности и коллективной ответственности. Изложена гипотеза относительно позитивного восприятия будущими менеджерами идей концепции коллективной ответственности и эмпирическим путем установлено их действительное отношение к этому виду ответственности. Даны рекомендации, направленные на преодоление выявленной проблемы, охватывающие как изменение акцентов в процессах подготовки будущих менеджеров высшими учебными заведениями, так и совершенствование отдельных элементов систем менеджмента реально действующих бизнес-организаций.

Ключевые слова: менеджмент, менеджеры, командная работа, индивидуальное и групповое принятие управленческих решений, ответственность, коллективная ответственность.

THE CONCEPT OF COLLECTIVE RESPONSIBILITY AND PERCEPTION OF ITS IDEAS BY FUTURE MANAGERS

T. V. Omelianenko, DSc, Associate Prof., Professor
of the Department of Management,
SHEI «Kyiv National Economic University named
after Vadym Hetman»
K. O. Korotkova, student of the Faculty of
Economics and Management
of the SHEI «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman»

Abstract. The purpose of this article is to understand the idea of collective responsibility and the attitude of real and future managers to it. For this

purpose, the content of the category «responsibility» was considered in various fields. It was clarified the principle of responsibility in the management of a modern company. There are determined the essence of team activity and collective responsibility, and the relation between them. Based on these facts, collective responsibility was proposed. It was assumed that future managers have positive relation towards the concept of collective responsibility. On the basis of the empirical research, the real attitude of managers was clarified toward the ideas of the concept of collective responsibility and its implementation in practice. The results showed that managers in the vast majority don't perceive and seek to avoid collective responsibility. There are given the recommendations for adjusting the thinking of future managers, which will help to increase the efficiency of their further management activities. The provided recommendations include ways to improve the learning process in preparing future managers for teamwork. It is also proposed to introduce changes in the organizational culture of the company, which are aimed at forming a culture of accepting collective responsibility as an integral part of team work.

Keywords: management, managers, team work, individual decision-making, group decision-making, responsibility, collective responsibility.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2018

УДК 330.161

Смесова Вікторія Леонідівна *

ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «ЕКОНОМІЧНІ ІНТЕРЕСИ»

Анотація. У статті проведено семантичний аналіз категорії «економічні інтереси» на основі еволюційного, системного і міждисциплінарного підходів. Здійснено науковий аналіз визначень категорії «економічні інтереси», які були запропоновані представниками вітчизняної економічної думки. Розкрито їх зміст, стрижневі принципи і характеристики. Обґрунтовано слабкі місця логіки побудови і розкриття визначень зазначеної категорії. Запропоновано авторське трактування економічних інтересів, яке розкриває їх сутність, зміст і практичне значення та враховує вказані недоліки.

Ключові слова: економічні інтереси, інтерес, економічна поведінка, потреби, мотиви, стимули.

Вступ. Сучасний економічний розвиток тісно пов'язаний з процесами формування і реалізації економічних інтересів суб'єктами на всіх площинах національної економіки як основи і рушійної сили його висхідної динаміки. У свою

* Смесова Вікторія Леонідівна — канд. екон. наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпро smesova_vl@ukr.net

чергу, будь-які диспропорції економічного розвитку лінійно позначаються на їх економічних прагненнях, устремліннях, економічних діях та економічних/соціальних результатах. Діалектична єдність економічного розвитку та економічних інтересів не викликає сумніву. Все більшою мірою відчувається детермінізм економічних перетворень та механізму економіко-поведінкових реакцій суб'єктів, взаємопереплетіння економічних і соціальних цінностей, зв'язок розвитку ноосферної цивілізації з потребами, інтересами та інтеракціями людини як безпосереднього учасника економічних дій. Посилення тенденцій глобалізації, мережовості, інформатизації світового господарства також позначаються на економічних прагненнях та економічних очікуваннях нано- і мікрорівня. З урахуванням зазначених економічних імперативів важливим і актуальним є уточнення визначення категорії «економічні інтереси», яка в умовах сьогодення отримує новий економічний і соціальний зміст та будується на основі еволюційного, системного та міждисциплінарного підходів. Зазначена категорія була предметом ґрунтовного наукового аналізу у зарубіжній і радянській економічній школі, але чітко визначеного трактування економічних інтересів не існує досі. Сучасні дослідники Бабина О.Є., Лозова Ю.П., Новікова Н.Л., Скворцов А.Ю., Тонких О.Г., Філіпченко А.М., Чернецова Н.С. робили спроби визначення їх сутності, змісту, характерних рис [1;2], аналізували вплив економічних інтересів на національну і міжнародну конкурентоспроможність [3;4], досліджували їх класифікацію та складові їх системи [5;6].

Постановка задачі. Однак запропоновані визначення економічних інтересів не завжди були влучними та усесторонніми, однобічно розкривали ті чи інші їх аспекти. Відповідно потребують обґрунтування переваги і слабкі місця наявних трактувань категорії «економічні інтереси», з'ясування їх стрижневих принципів побудови і характеристик, формулювання власного визначення економічних інтересів як предмету дослідження, що і є **метою** даної статті.

Результати. Обґрунтування змістовних характеристик економічних інтересів, визначення зазначеного поняття як категорії економічної науки спирається на діалектичне і комплементарне поєднання в єдине ціле значень утворених його понять — «інтерес», «економічні інтереси», «формування і реалізація економічних інтересів», що зумовлює епістеміологічні засади і складність конструкту досліджуваної категорії (див. рис. 1).

Першоосновою зазначеного генетичного ланцюга є поняття «інтерес», яке може бути охарактеризоване як багатозначне, багатогранне, складнозмістовне і міждисциплінарне. Багатозначність в розумінні інтересу простежується вже у словникових та енциклопедичних визначеннях. Наприклад, у тлумачному словнику Ожегова С.І. інтерес (від лат. Inter esse — «бути всередині») трактується в абсолютно різних значеннях як особлива увага, бажання дійти до істини, зацікавленість чимось і, крім того, як потреба та вигода [7, с. 204]. Брокгауз Ф.А. та Ефрон І.А. також дають декілька визначень даного поняття: у широкому значенні — це участь, яку приймає людина/факт в якійсь події, зумовлена «властивістю факту», устремлінням людини; і відповідно вузьке трактування — це вигода/користь окремої особи/сукупності осіб у співвідношенні до вигоди і користі інших [8].

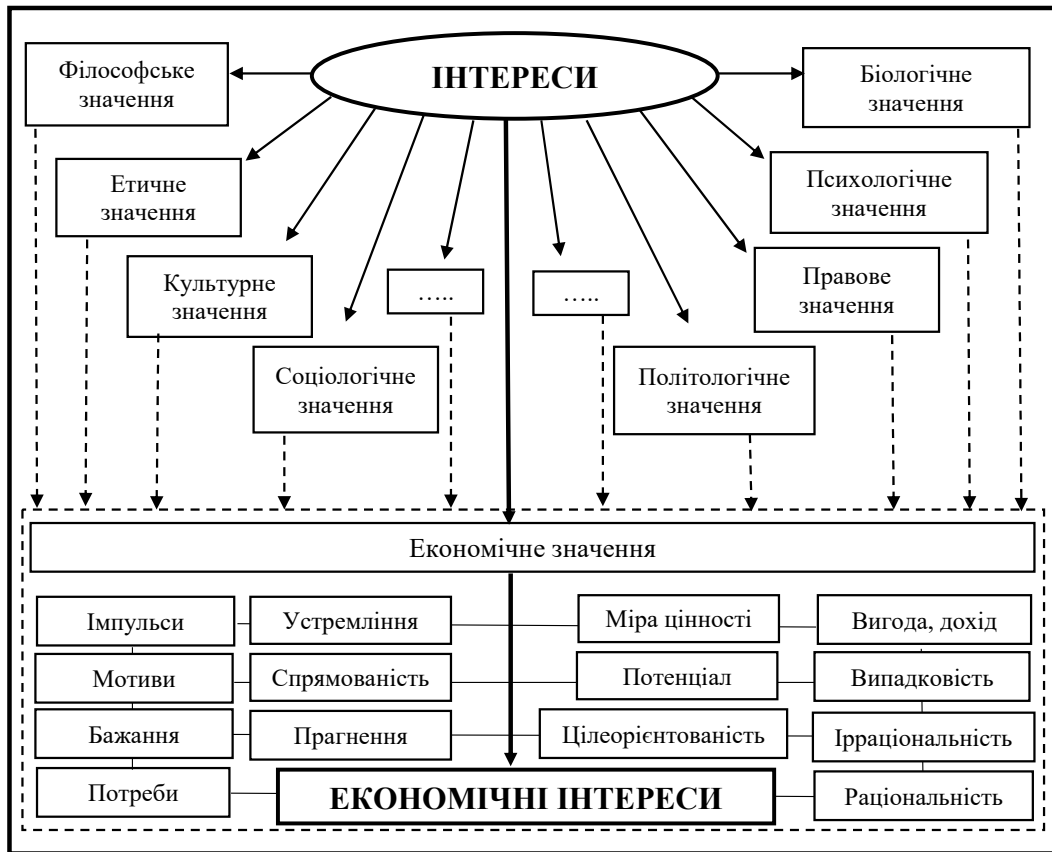


Рис. 1 Семантичний алгоритм побудови категорії «економічні інтереси»*

*Розроблено автором

Інтерес є метадисциплінарною субстанцією. І сьогодні у науковому просторі сформувалося філософське, політичне, правове, соціологічне, політологічне, біологічне, етичне, психологічне і, звичайно ж, економічне значення даного поняття (див. рис. 1).

Якщо розглядати категорію «інтерес» відповідно до дисциплінарної семантики, то в узагальненому вигляді можна представити дане поняття у:

– філософському значенні — як відношення, спрямованість (зі знаком «+»/«-») активності і діяльності людини в напрямі вибору певних установок (норм, інститутів), важелів і механізмів задоволення її потреб [9, с. 246];

– політичному значенні — як усвідомлені потреби політичних акторів, що відповідають їх становищу у суспільстві, спрямовані на досягнення/збереження політичної влади та реалізуються на основі здійснення їх волі через політичні відносини [10, с. 290].

– правовому значенні — як майнові і немайнові права суб'єкта на певну власність, права на її захист, відшкодування збитків, отримання товарів відповідної якості тощо;

– соціологічному значенні — як спрямованість дій людини у соціумі щодо задоволення своїх потреб, спонукання, мотив і причина зазначеної діяльності [11, с. 147];

– біологічному значенні — як спрямованість уваги та форма вияву пізнавальних потреб людиною;

– етичному значенні — як об'єктивний мотив діяльності людини/соціуму, формування якого відбувається через усвідомлення потреби, обґрунтування механізму їх задоволення («умов і засобів»); вияв пізнавальних потреб людини через емоції; мотивація [12, с. 197].

– психологічному значенні — як «форма прояву пізнавальної потреби», вектор спрямування індивідууму до усвідомленого розуміння, сприйняття цілей своєї діяльності та віддзеркалення буття [13].

Поняття «інтерес» в економічному значенні узагальнило та упорядкувало різні виміри та аспекти його наукового аналізу, ввібрало в себе усі вищезазначені сутнісні риси — від філософської і психологічної спрямованості людини до вибору — до захисту юридичних прав економічним суб'єктом в процесі здійснення підприємницької діяльності. І одночасно економічний зміст інтересу як прагнення суб'єктів до отримання економічної вигоди, матеріальних цінностей червоною ниткою проходить через інші дисципліни, що відображає міждисциплінарність зазначеного поняття, взаємопереплетіння і симбіоз економіки з різними галузями науки, сферами і видами діяльності.

У зв'язку з цим, слід погодитися з Канапухіним П.А, Хаустовим Ю.І, що інтерес є «загальносоціологічною категорією-системою», наріжним каменем якої є економічний інтерес [5, с. 12].

Багато робіт зарубіжних і вітчизняних вчених-економістів були присвячені з'ясуванню сутності і змісту економічних інтересів, про що свідчить проведений нами аналіз становлення та розвитку їх теорії і методології. Дослідження економічних інтересів проводилися скрізь призму онтології і гносеології, спорідненості з потребами, очікуваннями і стимулами, детермінізму з суспільним виробництвом, економічним зростанням та отриманням економічної вигоди, мотивації економічної діяльності та економічної поведінки, структури та ієрархії, механізмів стимулювання і координації, подолання протиріч і конфліктів, об'єктивного і суб'єктивного характеру тощо.

Відповідно, на думку Ковальчука С.С., в результаті зазначеного наукового дискурсу було сформовано теоретико-пізнавальний, теоретико-прагматичний, управлінсько-мотиваційний, мотиваційно-поведінковий, системно-трансформаційний, структурно-функціональний напрями в дослідженні економічних інтересів [14, с. 10].

У сучасній економічній науці розроблено значну кількість визначень сутності економічних інтересів, основні з яких згруповано у табл. 1.

Таблиця 1

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВИЗНАЧЕНЬ КАТЕГОРІЇ «ЕКОНОМІЧНІ ІНТЕРЕСИ»*

Визначення	Суть і зміст визначення	Стрижневі принципи і характеристики
Економічні інтереси — це <i>причина</i> і водночас <i>умова взаємодії та саморозвитку</i> економічних суб'єктів [14, с.10; 15, с. 65]	Причина, умова, взаємодія, саморозвиток	Причинно-наслідковий зв'язок, принцип розвитку
Економічні інтереси — усвідомлене <i>прагнення</i> суб'єктів господарювання до задоволення економічних потреб, що є об'єктивним спонукальним мотивом їхньої господарської діяльності [16, с.48; 1, с.70]	Прагнення, свідомість, потреби, мотив	Мотиваційно-поведінковий принцип
Економічні інтереси — усвідомлені економічні <i>потреби</i> окремих людей, колективів, соціальних верств і класів, об'єктивні спонукальні <i>мотиви</i> їх економічної діяльності, зумовлені розвитком їх потреб, місцем у системі суспільного поділу праці, еволюцію <i>відносин економічної власності</i> та управління нею [17, с. 475]	Потреби, мотиви, відносини власності, розвиток	Мотиваційно-поведінковий принцип, управлінський принцип
Економічні інтереси — це найважливіший <i>засіб економічного суб'єкта</i> , що складається в <i>цільовій спрямованості</i> економічної діяльності на підвищення ступеня задоволення властивих йому <i>потреб</i> за рахунок ефективного застосування <i>ресурсів</i> , які знаходяться в його розпорядженні [2, с. 177; 3, с. 55]	Засіб і ціль, спрямованість, потреби	Причинно-наслідковий зв'язок, принцип всезагального зв'язку і взаємодії
Економічні інтереси — це <i>спонукальний мотив</i> діяльності людей, який сполучує <i>потреби</i> зі способом їх задоволення — з <i>виробництвом</i> [19, с. 28]	Мотив, потреби, виробництво	Мотиваційно-поведінковий принцип
Економічний інтерес — це реальний, зумовлений <i>економічними відносинами</i> та принципом <i>економічної вигоди</i> <i>мотив і стимул</i> соціальних дій людей щодо задоволення <i>потреб</i> [20, с. 50; 3, с. 76]	Економічні відносини, вигода, мотив, стимул	Результативний принцип, принцип всезагального зв'язку і взаємодії
Економічні інтереси — динамічна <i>система економічних відносин</i> , обумовлених відносинами <i>власності</i> щодо задоволення матеріальних та духовних <i>потреб</i> суб'єкта, групи, суспільства загалом [21]	Економічні відносини, потреби	Системний, принцип всезагального зв'язку і взаємодії
Економічні інтереси — сукупність <i>умов</i> , які з точки зору суб'єктів господарської діяльності найкращим чином сприяють <i>реалізації</i> їх економічних <i>потреб</i> [6, с. 99]	Умови, потреби	Причинно-наслідковий зв'язок
Економічний інтерес — результат інтерналізації (відповідності) зовнішніх <i>можливостей</i> економічної діяльності <i>цілям</i> економічної діяльності, тобто оцінка <i>раціональності або ефективності</i> [22, с. 41]	Можливості і цілі, раціональність, ефективність	Діалектичний принцип потенційного-дійсного
Економічні інтереси — системний <i>елемент (економічного механізму суспільства)</i> , який має залежно від класифікаційних ознак відповідну нішу в структурі <i>економічних відносин</i> [23, с. 121]; обумовлений станом суб'єктів, яким він належить, в системі <i>соціально-економічних відносин</i> [4, с.195]	економічний механізм суспільства, соціально-економічні відносини	Системний принцип, принцип всезагального зв'язку і взаємодії

Закінчення табл. 1

Визначення	Суть і зміст визначення	Стрижневі принципи і характеристики
Економічні інтереси — <i>суб'єктивне</i> вираження <i>об'єктивних</i> потреб людини, їх груп чи інших суб'єктів суспільних відносин, що спонукають їх за умови наявності відповідних стимулів здійснювати практичні дії для досягнення поставленої мети [24, с. 80]	Суб'єктивне і об'єктивне	Єдність об'єктивного і суб'єктивного
Економічні інтереси — узагальнююча <i>форма прояву виробничих відносин</i> і притаманних їм <i>економічних суперечностей</i> [25, с. 35]	Виробничі відносини, суперечності	Системний принцип
Економічні інтереси — це об'єктивна характеристика <i>соціального статусу суб'єкта</i> , яка показує, що йому ... вигідно або невигідно і в якому ступені, які дії в даній системі <i>суспільно-економічних відносин</i> /її зміни сприяють збереженню (зміцненню) зазначеного статусу, а які — ні, в якій мірі [5, с. 14]	Соціальний статус суб'єкта	Принцип прагматизму

*Розроблено автором

Проведений нами аналіз наведених у табл. 1 визначень дозволив сформулювати основні поняття, які вчені вкладають в суть і зміст економічних інтересів, стрижневі принципи і характеристики, від яких слід відштовхуватися при подальшому науковому дослідженні. Відповідно можна дійти висновку, що на стику з категорією «економічні інтереси» знаходяться такі категорії як «потреби», «мотиви», «стимули», «прагнення», «економічні відносини», «економічна діяльність», «економічна вигода» тощо.

Таким чином, узагальнюючи, можемо зазначити, що певна частина сучасних визначень категорії «економічні інтереси» (табл. 1) є однобокими, сконцентрованими на їх певній рисі, властивості, стороні [14;15].

Друга група визначень навпаки містить тільки загальні признаки і віддалене уявлення щодо економічних інтересів [22;25;21], уособлює їх із спорідненими і суміжними поняттями [3;17;19-21], тому характеризується абстрактністю, узагальненістю, неконкретністю.

У частині визначень розкривається суть і не розкривається зміст економічних інтересів або відбувається отожднення суті і змісту економічних інтересів [14;15;25;19]. З іншого боку, частина визначень не містить результату, тобто прикладного аспекту наданого визначення [14;19;15;22;23;4].

Виходячи з отриманих нами висновків щодо співвідношення і підпорядкованості суміжних з економічними інтересами категорій, а також з основних постулатів конструювання категоріального апарату, можемо сформулювати авторське бачення зазначеної категорії. Суть економічних інтересів проявляється в аттракції (внутрішньому тяжінні) і одночасній внутрішній спрямованості суб'єкта до отримання економічних і соціальних благ; зміст — у тих діях, зв'язках, відносинах, механізмах, які в єдності з суттю упорядковують субстанцію економічних інтересів; результат — у зміні стану та результатів економічної діяльності, економічної поведінки суб'єктів, можливостей їх розвитку і самовідтворення внаслідок сатисфакції/диссатисфакції потреби.

Таким чином, вважаємо, що *економічні інтереси є соціально-економічною аттракцією і спрямованістю суб'єкта щодо задоволення потреб в економічних і соціальних благах, зміст яких розкривається через його економічні прагнення та економічні інтеракції (дії, зв'язки, відносини) на основі механізму економічного вибору, що призводить до зміни вихідного економічного/соціального стану суб'єкта, його економічних результатів, самоудосконалення і саморозвитку.*

Висновки. Аналіз наукових поглядів щодо визначення категорії «економічні інтереси» дозволив зробити висновки, що у трактуваннях багатьох авторів наявні слабкі місця. Йдеться про ототожнення сутності і змісту зазначеної категорії, підміну поняття «економічні інтереси» іншими — суміжними, спорідненими, близькими за семантикою. Крім того, значне коло економістів-теоретиків не вважає за доцільне обґрунтовувати у своїх визначеннях прикладні та функціонально-результативні аспекти їх застосування. Зважаючи на вказані положення, автором було надане власне визначення економічних інтересів, в якому на відміну від інших, було зроблено спробу урахувати зазначені недоліки та надати даній категорії більш точний зміст. Наступним кроком є визначення відповідності і співвідношень економічних інтересів з такими категоріями як «потреби», «економічні прагнення», «економічні дії», «економічні результати», що і повинно стати перспективами подальших наукових розвідок.

Література

- 1 Скворцов А.Ю. Генезис характеристики экономических интересов / А.Ю. Скворцов // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. — 2013. — Вып. № 3. — Т. 19. — С. 68-70.
- 2 Чернецова Н.С. Экономическая природа и эволюция системы экономических интересов : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.01 / Н.С. Чернецова: М., 2003. — 411 с.
- 3 Бабина О.Є. Економічні інтереси в системі ринкових відносин / О.Є. Бабина, Ю.П. Лозова // Водний транспорт. — 2013. — Вип. 1. — С. 75-79.
- 4 Тонких О.Г. Вплив економічних інтересів на реалізацію міжнародної конкурентоспроможності / О.Г. Тонких // Культура народов Причерноморья. — 2010. — № 196, Т. 1. — С. 195-198.
- 5 Канапухин П.А. Система экономических интересов и их роль в мотивационном механизме / П.А. Канапухин, Ю.И. Хаустов // Вестник ВГУ, с. «Экономика и управление». — 2004. — №2. — С. 11-21.
- 6 Филипченко А.М. Экономические интересы: природа, сущность, классификация / А.М. Филипченко, Н.А. Денисова // Вестник Екатеринбургского института. — 2015. — №4(32). — С. 95-100
- 7 Ожегов С.И. Словарь русского языка: около 57 000 слов / Под ред. Н.Ю. Шведовой. — 20-е изд., испр. — М. : Русский язык , 1988. — 750 с.
- 8 Энциклопедический словарь: в 86 т. [Электронный ресурс] / Репр. воспр. изд. «Энциклопедический словарь Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона». — СПб.: Фирма «ПОЛРАДИС», АОТ «Иван Фёдоров», 1993-2003. — Режим доступа: <http://www.vehi.net/brokgauz/>
- 9 Філософський енциклопедичний словник : енциклопедія [Електронний ресурс] / голов. ред. В.І. Шинкарук. — Київ : Абрис, 2002. — 742 с. — Режим доступа: http://shron1.chtyvo.org.ua/Shynkaruk_Volodymyr/Filosofskyi_entsyklopedychnyi_slovnnyk.pdf

- 10 Энциклопедичний словник з державного управління / уклад. : Ю.П. Сурмін, В.Д. Бакуменко, А.М. Михненко та ін. — К. : НАДУ, 2010. — 820 с.
- 11 Кравченко С.А. Социологический энциклопедический русско-английский словарь: более 10000 единиц [Электронный ресурс] / С.А. Кравченко. — М.: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство «Аст»: ООО «Транзиткнига», 2004. — 511 с. — Режим доступа: http://socioline.ru/files/5/39/kravchenko_s_a_-_sociologicheskii_encyklopedicheskii_russko-angliiskii_slovar_bole_10_000_edinic_-_2004.pdf
- 12 Тофтул М.Г. Сучасний словник з етики : словник [Електронний ресурс]. — Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. — 416 с. — Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/11783/1/%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BAa-1.pdf>
- 13 Большая психологическая энциклопедия [Электронный ресурс] / Н. Дубенюк. — М.: ЭКСМО 2007. — Режим доступа: http://slovarionline.ru/bolshaya_psihologicheskaya_entsiklopediya/page/interes.2190/
- 14 Ковальчук С.С. Формування і реалізація національних економічних інтересів у транзитивній економіці : автореф. дисерт. д-ра. екон. наук. — Київ. — 2006. — 26 с.
- 15 Мельник Л.М. Економічна теорія — політекономічний аспект: навч. посіб / Л.М. Мельник, П.М. Макаренко. — К.: Кондор, 2008. — 524 с.
- 16 Базилевич В.Д. Економічна теорія: політекономія: підручник / За ред. В.Д. Базилевича. — К.: Знання-Прес, 2007. — 719 с.
- 17 Економічна енциклопедія: у 3-х т. / Ред. С.В. Мочерний та ін. — К.: Видавничий центр «Академія», 2000-2003. — 864 с.
- 18 Лукьянова А.А. Взаимосвязь устойчивого развития экономической системы и экономических интересов / А.А. Лукьянова // Известия ПГПУ. — 2008. — №7(11). — С. 54-57.
- 19 Михайлов А.М. Реализация экономических интересов участников внешнеэкономической деятельности с использованием маркетинговых исследований / А.М. Михайлов, Т.А. Андреева // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2014. — №4. — С. 26-30
- 20 Політична економія: навчальний посібник / К.Т. Кривенко, В.С. Савчук, О.О. Беляев та ін. — К.: КНЕУ, 2001. — 508 с.
- 21 Діденко О.М. Теоретичне дослідження науково-методичних підходів до дослідження сутності поняття «економічний інтерес» [Електронний ресурс] / О.М. Діденко // Науковий вісник «Демократичне самоврядування». — 2013. — Вип. 12. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2013_12_33
- 22 Щербаков И.В. Экономический интерес в мотивационном образовании экономической деятельности / И.В. Щербаков // Вопросы экономики и права. — 2012. — №10. — С. 39-42.
- 23 Коломиец Л.Г. К вопросу о сущности и природе экономических интересов / Л.Г. Коломиец // Экономические науки. — 2008.— №2(39). — С. 118-121.
- 24 Антошкіна Л.І. Вища освіта в системі суспільних інтересів: монографія / Л.І. Антошкіна. — Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2008. — 284 с.
- 25 Новікова Н.Л. Системне дослідження гносеології економічних інтересів / Н.Л. Новікова // Бізнесінформ. — 2012. — № 11. — С. 33-35.

References

- 1 Skvortsov, A.Yu. «Genezis harakteristiki ekonomicheskikh interesov». *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova*. 2013. V 3. T. 19.: 68-70.

- 2 Chernetsova, N.S. *Ekonomicheskaya priroda i evolyutsiya sistemy ekonomicheskikh interesov* : dis. ... d-ra ekon. nauk. M.. 2003.
- 3 Babina, O.E., Lozova, Yu.P. «Ekonomichni interesi v sistemi rinkovih vidnosin». *Vodniy transport*. 2013. 1: 75-79.
- 4 Tonkih, O.G. «Vpliv ekonomichnih interesiv na realizatsiyu mizhnarodnoyi konkurentospromozhnosti». *Kultura narodov Prichernomorya*. 2010. 196, T. 1: 195-198.
- 5 Kanapuhin, P.A., Haustov, Yu.I. «Sistema ekonomicheskikh interesov i ih rol v motivatsionnom mehanizme». *Vestnik VGU*, s. «Ekonomika i upravlenie». 2004. 2: 11-21.
- 6 Filipchenko, A.M. Denisova, N.A. «Ekonomicheskije interesyi: priroda, suschnost, klassifikatsiya». *Vestnik Ekaterininskogo instituta*. 2015. 4(32): 95-100.
- 7 Ozhegov, S.I., Shvedovoy N.Yu., red. *Slovar russkogo yazyika: okolo 57 000 slov*. 20-e izd., ispr. M.: Russkiy yazyik. 1988.
- 8 Entsiklopedicheskiy slovar. 86 t. Repr. vospr. izd. «Entsiklopedicheskiy slovar F. A. Brokgauza i I. A. Efrona». SPb.: Firma «POLRADIS», AOOT «Ivan FYodorov». 1993-2003. <http://www.vehi.net/brokgauz/>
- 9 Shynkaruk, V.I., holov. red. *Filosofskiy entsyklopedychnyi slovnyk : entsyklopediia*. Kyiv : Abrys. 2002. http://shron1.chtyvo.org.ua/Shynkaruk_Volodymyr/Filosofskiy_entsyklopedychnyi_slovnyk.pdf
- 10 Surmin, Yu.P., Bakumenko, V.D., Mykhnenko, A.M., ukhad. ta in. *Entsyklopedychnyi slovnyk z derzhavnoho upravlinnia*. K. : NADU. 2010.
- 11 Kravchenko, S.A. *Sotsiologicheskii entsiklopedicheskiy russko-angliyskiy slovar: bolee 10000 edinit. M.: OOO «Izdatelstvo Astrel»: OOO «Izdatelstvo «Ast»: OOO «Tranzitkniga»*. 2004. http://socioline.ru/files/5/39/kravchenko_s_a_-_sociologicheskii_entsiklopedicheskii_russko-angliiskii_slovar_bolee_10_000_edinic_-_2004.pdf
- 12 Toftul, M.H. *Suchasnyi slovnyk z etyky : slovnyk*. Zhytomyr: Vyd-vo ZhDU im. I. Franka. 2014. <http://eprints.zu.edu.ua/11783/1/%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BAa-1.pdf>
- 13 Dubenyuk, N. *Bolshaya psihologicheskaya entsiklopediya*. M. Eksmo. 2007. http://slovarionline.ru/bolshaya_psihologicheskaya_entsiklopediya/page/interes.2190/
- 14 Kovalchuk, S.S. *Formuvannia i realizatsiia natsionalnykh ekonomichnykh interesiv u tranzytyvni ekonomitsi: avtoref. dys*. Kyiv. 2006.
- 15 Melnyk, L.M., Makarenko, P.M. *Ekonomichna teoriia — politekonomichni aspekt: navch. posib*. K.: Kondor, 2008.
- 16 Bazylevych, V.D., red. *Ekonomichna teoriia: politekonomiia: pidruchnyk*. K.: Znannia-Pres, 2007.
- 17 Mochernyi, S.V., red. *Ekonomichna entsyklopediia*. 3 t. K.: Vydavnychiy tsentr «Akademiia». 2000-2003.
- 18 Lukyanova, A.A. «Vzaimosvyaz ustoychivogo razvitiya ekonomicheskoy sistemy i ekonomicheskikh interesov». *Izvestiya PGPU*. 2008. 7(11): 54-57
- 19 Mihaylov, A.M. Andreeva, T.A. «Realizatsiya ekonomicheskikh interesov uchastnikov vneshneekonomicheskoy deyatel'nosti s ispolzovaniem marketingovyih issledovaniy». *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*. 2014. 4(114): 26-30
- 20 Krivenko, K.T., Savchuk, V.S., Belyaev, O.O. *Politichna ekonomiya: navchalniy posibnik*. K.: KNEU, 2001.

21 Didenko, O.M. «Teoretychne doslidzhennia naukovo-metodychnykh pidkhodiv do doslidzhennia sutnosti poniattia «Ekonomichnyi interes». *Naukovyi visnyk «Demokratychnie samovriaduvannia»*. 2013. 12. http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2013_12_33

22 Scherbakov, I.V. «Ekonomicheskii interes v motivatsionnom obrazovanii ekonomicheskoy deyatelnosti». *Voprosy ekonomiki i prava*. 2012. 10.: 39-42.

23 Kolomiets, L.G. «K voprosu o suschnosti i prirode ekonomicheskikh interesov». *Ekonomicheskie nauki*. 2008. 2(39): 118-121.

24. Antoshkina, L.I. *Vyshcha osvita v systemi suspilnykh interesiv: monohrafiia*. Donetsk: TOV «Iuho-Vostok, Ltd». 2008.

25. Novikova, N.L. «Systemne doslidzhennia hnoseolohii ekonomichnykh interesiv». *Biznesinform*. 2012. 11: 33-35.

К ВОПРОСУ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАТЕГОРИИ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНТЕРЕСЫ»

Смесова В. Л., канд. экон. наук, доцент кафедры теоретической и прикладной экономики ДВНЗ «Украинский государственный химико-технологический университет», г. Днепро

Аннотация. В статье проведен семантический анализ категории «экономические интересы» на основе эволюционного, системного и междисциплинарного подходов. Осуществлен научный анализ определений категории «экономические интересы», которые были предложены представителями отечественной экономической мысли. Раскрыто их содержание, стержневые принципы и характеристики. Обоснованно слабые места логики построения и раскрытия определений указанной категории. Предложено авторское трактование экономических интересов, которое раскрывает их сущность, содержание и практическое значение, а также учитывает указанные недостатки.

Ключевые слова: экономические интересы, интерес, экономическое поведение, потребности, мотивы, стимулы.

TO THE QUESTION OF DEFINING THE CATEGORY «ECONOMIC INTERESTS»

Viktoriiia L. Smiesova, PhD, Associate Professor, Department of Theoretical and Applied Economics SHEI «Ukrainian State University of Chemical Technology», Dnipro

Abstract. In the article there is a semantic analysis of the category «economic interests» was made on the basis of evolutionary, systemic and interdisciplinary approaches. Today in the scientific space a philosophical, political, legal, sociological, political, biological, ethical, psychological and, of course, economic significance of this concept has been formed. A scientific

analysis of definitions of the category «economic interests», which were proposed by representatives of domestic economic thought, was done out. The content, core principles and characteristics are revealed. The term «economic interests» is connected with such categories as «needs», «motives», «incentives», «aspiration», «economic relations», «economic activity», «economic benefit». The weak points of the logic of constructing and revealing definitions of the indicated category are justified. Definitions of the concept of «economic interests», which were developed by scientists, are one-sided, concentrated on their specific line, properties, side Proposed author's interpretation of economic interests, which reveals their essence, content and practical significance, and also takes into account these shortcomings.

Keywords: economic interests, interest, economic behavior, needs, motives, incentives.

Стаття надійшла до редакції 28.01.2018

УДК: 659.4

Терентьєва Олена Володимирівна*

ОРГАНІЗАЦІЯ КРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В РЕПУТАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Анотація. Стаття присвячена проблемі збереження репутації під час кризи. Цілями дослідження є критичний аналіз і узагальнення представлених в науковій літературі поглядів на те, як правильно організувати антикризові комунікації задля збереження репутації компанії. В ході обґрунтування етапів процесу організації антикризового репутаційного менеджменту запропоновано структурувати його на: докризову підготовку, безпосередньо кризове реагування та пост-кризовий аналіз. Докризова підготовка є найбільш трудомістким процесом й включає такі підетапи, як: 1) визначення складу антикризової команди; 2) «інвентаризація» комунікативних вмінь і подальша підготовка та навчання членів антикризової команди компанії (з акцентом на підготовці прес-секретаря); 3) створення систем розповсюдження повідомлень і моніторингу їх впливу на ключові стейкхолдерські аудиторії; 4) визначення стейкхолдерів (зацікавлені сторони, цільові аудиторії), з якими необхідно буде комунікувати під час кризової події; 5) розробка заздалегідь ключових повідомлень (перші заяви від керівництва компанії в разі настання кризи). Безпосередньо антикризове реагування включає: розпізнання кризи, адаптації ключових повідомлень та їх поширення, моніторинг реакції стейкхолдерів. Пост-кризовий аналіз включає інвентаризацію зробленого під час кризи й аналіз з позиції правильності / помилковості та наступне покращення готовності до кризи.

Ключові слова: довіра, стейкхолдери, антикризова команда, попередження кризи, антикризове управління.

* Терентьєва Олена Володимирівна — кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки підприємств ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені В.Гетьмана», alena_rosolova@ukr.net

Вступ. Організація будь-яких управлінських процесів потребує часу. Криза ж репутації, якщо вона настала, вимагає від компанії майже миттєвої реакції — швидких і правильних комунікацій з цільовими аудиторіями стейкхолдерів. І проблема полягає в тому, що коли криза вже настала, розпочинати боротися з нею буває запізно. З цього витікає, що організовувати антикризовий репутаційний менеджмент необхідно заздалегідь, тобто витратити на це фінансові й людські ресурси. Якщо ми продовжимо ланцюжок логічних розмірковувань далі, то отримаємо парадоксальний висновок: чим краще організовано підготовку до кризи, тим нижчою стає вірогідність настання кризи. І тим менш переконливим для керівництва (фінансового відділу) стає аргумент, що необхідно фінансувати антикризові заходи, й тим менш ймовірним видається настання такої кризи самому менеджменту підприємства. Ілюзія антикризової захищеності спонукає компанію відмовлятися від інвестицій в організацію системи антикризового репутаційного менеджменту. І, коли вибухне криза, компанії загрожують катастрофічні репутаційні втрати — з причини неорганізованості кризових комунікацій зі стейкхолдерами й відсутності власної комунікаційної «інфраструктури».

Постановка задачі. Проблема антикризових комунікацій в репутаційному менеджменті широко вивчається західними дослідниками, серед яких заслуговують на особливу увагу праці ряду науковців, як то: Аріф Заман (Arif Zaman) [1], Шейла Боніні (Sheila Bonini), Девід Корт (David Court), Альберто Маркі (Alberto Marchi) [2], Ямес Ф. Хаггерти (James F. Haggerty) [3], Мічаел С. Сітрікк (Michael S. Sitrick) [4], Катхлеен Фearn-Банкс (Kathleen Fearn-Banks) [5], Алан Заремба (Alan Jay Zaremba) [6], Стівен Фінк (Steven Fink) [7], Пекка Аула (Pekka Aula) та Йоуні Хейнонен (Jouni Heinonen) [8].

В Україні репутаційна проблематика розвивається від початку 90-х рр. минулого століття, здебільшого це вивчення PR-комунікацій, їх техніки й адаптації західних технологій комунікації до вітчизняних умов. Проблеми організації репутаційного менеджменту, інституціоналізації функцій управління репутацією в організаційній структурі, а також бізнес-процесного підходу до управління репутацією широко досліджуються в працях О. Дерев'янка [9, 10].

Разом з тим потребують критичного аналізу й узагальнення представлені в науковій літературі погляди на те, як правильно організовувати комунікації задля збереження репутації компанії підчас криз. Процес організації антикризового репутаційного менеджменту необхідно структурувати на етапи, розкривши їх сутність і специфіку організації в компаніях. Все це і є цілями даного дослідження.

Результати. Аналіз наукової літератури засвідчує, що сценарії управління кризою різняться, однак будь-який має розпочинатись з аудиту уразливості репутації компанії до кризи. Проводячи аудит уразливості (перший крок у готовності до реагування на потенційну кризу репутації), часто виявляють слабкість системи комунікацій компанії зі стейкхолдерами.

Абсолютна більшість науковців, що досліджують проблеми управління кризами репутації, сходяться на думці, що правильна організація антикризового репутаційного менеджменту повинна розпочинатись до настання кризи,

з запровадження превентивних заходів. Підготовка до кризи вимагає правильної організації репутаційного менеджменту на підприємстві в цілому: інституціоналізації процесів управління репутацією (тобто визначення відповідальних за комунікації та / або запровадження посад, розробки посадових інструкцій, обґрунтування бюджету), аналізу і наступного вдосконалення комунікацій із різними стейкхолдерами компанії тощо. Таким чином вже сама підготовка до репутаційної кризи є процесом, що зменшує вірогідність її настання. Зупинимось на тому, як правильно організувати підготовчу роботу в докризовий період.

Розпочати підготовку до кризи варто з формування команди критичних комунікацій для проведення інтенсивних мозкових штурмів (*брейншторм* або *генерація «кризових» ідей*) з приводу визначення ймовірних криз, які можуть виникнути у компанії. Результатами такого брейншторму будуть: по-перше, виявлення слабких сторін діяльності компанії та існуючої системи комунікацій з наступним вжиттям заходів щодо їх вдосконалення; по-друге, вже зараз можна продумати сценарії розгортання кризових подій (оптимістичний / песимістичний) і можливі відповіді компанії на кризові виклики. Останнє особливо важливе, коли криза є не просто прогнозованою, але й, так би мовити, планованою: скажімо, компанія планує скорочення штату співробітників або велике придбання активів шляхом поглинання свого конкурента. До початку кризи є час на сценарне моделювання та стратегічні роздуми, тоді як з моменту настання кризи такого часу у менеджменту не буде — розпочнеться оперативна кризова комунікація. Брейншторм і сценарне моделювання кризи будуть тим більш ефективними, чим більш ретельним буде попередній «аудит уразливості» репутації компанії. Цей процес оцінки повинен призвести до створення Плану реагування на кризові ситуації в компанії, з виокремленням в ньому розділу (або створення окремого плану) щодо кризових комунікацій. На основних складових плану (розділу) кризових комунікацій вважаємо за необхідне зупинитись детальніше.

Першою складовою плану кризових комунікацій є *визначення складу антикризової команди*. Слід сформувати невелику групу керівників вищої ланки, що будуть виконувати функції «антикризової команди» в разі настання кризи. Рекомендовано, щоб команду очолив головний виконавчий директор компанії, а керівники функціональних підрозділів та юрисконсульти виступили б його головними радниками. Якщо власний PR-підрозділ не володіє достатнім досвідом у галузі кризових комунікацій, бажано підтримувати контакт з визначеним PR-агентством або незалежним консультантом з кризових PR-комунікацій, це важливо визначити завчасно і закріпити в плані. Іншими членами антикризової команди мають стати керівники основних підрозділів, оскільки будь-яка кризова ситуація торкається всієї організації. Іноді до команди також необхідно включати тих, хто володіє спеціальними знаннями, пов'язаними з поточною кризою, наприклад, фахівців з конкретних тем.

Окремо зупинимось на ролі юриста / адвоката у складі антикризової команди. Адвокат традиційно фокусується на судових наслідках кризи, тоді як кризовий менеджер зосереджений саме на «суді громадської думки». Однак дедалі

більше юристів розуміють, що організація, яка перебуває в кризі, може бути знищена в «суді громадської думки» ще за кілька років до початку судового процесу. І адвокати все частіше погоджуються, що «без коментарів» перекладається як «ми винні чи щось приховуємо від громадськості» і що є багато способів сказати необхідні слова для заспокоєння та інформування стейкхолдерів, не ставлячи при цьому під загрозу юридичні питання.

Після визначення складу команди, необхідно здійснити «інвентаризацію» її комунікативних вмінь і *провести необхідну підготовку та навчання членів антикризової команди компанії*. Критично важливо, щоб під час кризи від імені компанії виступали тільки уповноважені представники, що знають політику компанії, пройшли попередню перевірку і відповідне навчання. За результатами такого навчання антикризова команда має бути поділена на бригади з визначеними провідними та резервними представниками по різних каналах комунікації. Зіставлення потенційних прес-секретарів (представників компанії) з їх завданнями в якості члена команди по кризових комунікацій має вирішальне значення.

Наголосимо, що визначена завчасно спеціалізація членів антикризової команди на каналах комунікації (щодо всіх типів і форм комунікації, внутрішніх і зовнішніх) є вкрай важливим питанням. Справа в тому, що деякі керівники — блискучі лідери й організатори, але не дуже ефективні спікері-комунікатори. На сьогодні обов'язки представника незмінно включають в себе онлайн-спілкування, а соціальні мережі — це місце, де дуже просто зробити помилку. Деякі представники можуть досягти успіху в усіх формах кризових комунікацій — традиційних ЗМІ, соціальних мережах, B2B, внутрішніх і т. д., при цьому комунікаційні здатності інших є більш обмеженими. Тільки певні типи високочутливих криз (наприклад, аварії на виробництві, пов'язані зі значними людськими жертвами) фактично вимагають, що головний виконавчий директор був головним представником для комунікації зі ЗМІ. Звичайно, рішення про те, хто виступатиме від імені компанії, приймається тоді, коли криза настане, але пул потенційних спікерів повинен бути ідентифікований і навчений заздалегідь.

Окремо варто зупинитись на підготовці (спеціальному навчанні) такого члена антикризової команди, як прес-секретар. Всі зацікавлені сторони, як внутрішні, так і зовнішні, здатні викривлено розуміти / тлумачити інформацію про компанію в ЗМІ. І звести до мінімуму ймовірність такого викривленого розуміння — прямий обов'язок прес-секретаря. Підготовка прес-секретаря — це навчання його реагувати на запити ЗМІ і відповідати на провокаційні питання таким чином, щоб оптимізувати реакцію всіх стейкхолдерів. Прес-секретар, призначений для кризових комунікацій, має знати критичні відмінності між PR, використовуваним для просування компанії в «мирні часи», і кризовими комунікаціями, які спрямовані на збереження компанії під час кризи.

Наступним кроком в обґрунтуванні плану антикризових комунікацій є *створення систем повідомлень і моніторингу їх впливу* на ключові стейкхолдерські аудиторії. Варто почати з формування списку контактів для кожного типу комунікацій, які можуть бути оперативно використані. При цьому необхідно ви-

значити, як (канал комунікації) і ким (посада в компанії) будуть доставлятися ключові повідомлення (даний пункт може включати затвержені «шаблони» ключових повідомлень, які можуть бути швидко конкретизовані під час кризи і з врахуванням її специфіки). Звичайно, соціальні мережі — це, можливо, найкращий / найшвидший спосіб комунікації з певними категоріями стейкхолдерів, але сторінка(и) компанії мають бути створені і популяризовані ще до кризи. Комунікації не мають обмежуватись одним-єдиним каналом: для зв'язку з кожною з аудиторій має використовуватись декілька каналів одночасно й інформація ними має поширюватись синхронно, дублюватись — це підвищує ймовірність швидкого отримання повідомлення компанії і, відповідно, швидкої реакції на нього. Для цього має бути попередньо створена база даних-контактів й інтегрована з програмним забезпеченням, щоб оперативно («в один клік», шляхом автоматичної розсилки повідомлень) зв'язатись з усіма зацікавленими сторонами. Також мають бути затвержені регламенти роботи зі ЗМІ під час кризи, в т.ч. орієнтовний час для відповіді на запити ЗМІ.

Моніторинг ставлення стейкхолдерів до компанії є важливим компонентом 1) запобігання криз та 2) реагування на кризу. Вчасно отримана інформація щодо того, що говориться про компанію в соціальних мережах, в традиційних ЗМІ, співробітниками, клієнтами та іншими зацікавленими сторонами дозволяє виявити негативну «тенденцію» і вчасно спинити її, щоб вона не перетворилась на кризу. Аналогічно, моніторинг зворотного зв'язку з усіма зацікавленими сторонами під час кризової ситуації дозволяє гнучко адаптувати антикризову стратегію і тактику.

Обидві задачі вимагають створення системи моніторингу заздалегідь, до настання кризи. Для цього можуть використовуватись як безкоштовні додатки для відстеження соціальних мереж (наприклад, Google Alerts і Hootsuite), так і платні послуги моніторингу ЗМІ й соціальних мереж. Моніторинг інших зацікавлених сторін означає залучення до цього процесу персоналу, який має безпосередній контакт з визначеними стейкхолдерами (наприклад, служба підтримки клієнтів), щоб повідомляти про те ставлення (зміну ставлення) стейкхолдерів до компанії.

В антикризовому плані важливо *визначити, перерахувати стейкхолдерів (зацікавлені сторони, цільові аудиторії), з якими необхідно буде комунікувати під час кризової події.* У плані повинне бути ретельно пропрацьовано питання щодо того, як всі залучені в кризовий процес стейкхолдери будуть триматись компанією в курсі подій, які канали будуть задіяні для інформування та підтримання зворотного зв'язку. При цьому необхідно передбачити, що ключові стейкхолдери можуть змінюватись по мірі ескалації/затухання кризи. При цьому, на кожному етапі кризи, ймовірно, буде ряд аудиторій, і для кожної аудиторії обмін повідомленнями, ймовірно, буде дещо відрізнятися. Ще до кризи компанії потрібно здійснити так би мовити «аудит» своєї системи комунікацій, щоб визначити аудиторію, з якою в разі кризи можна зв'язатись першою, а потім призначити ключових осіб (спікерів від компанії, відповідальних) з точки зору комунікації для кожної з наступних аудиторій. Кожен спікер для конкретної аудиторії повинен розуміти свою роль в подальшому поширенні необхідної інфо-

рмації, отриманні зворотного зв'язку або інформації від відповідної аудиторії. Всі ці ролі мають бути визначені заздалегідь в багаторівневому плані кризових комунікацій. І перш ніж настане криза, компанії слід розглянути можливість встановлення стратегічних партнерських відносин, які допоможуть поширювати інформацію для кожної аудиторії та отримувати ефективний зворотний зв'язок.

Необхідно наголосити на важливості такої аудиторії, як співробітники компанії, тому що кожен співробітник — PR-представник і кризовий менеджер компанії, незалежно від того, хоча цього керівництво чи ні.

Щоб швидко реагувати в разі настання кризи, *ключові повідомлення (перші заяви від керівництва компанії) необхідно розробити заздалегідь*. Звичайно, повністю повідомлення може бути сформульоване лише коли настане реальна криза. Однак такі «заготовки» повідомлень, де заявляється позиція компанії, повинні бути затверджені керівництвом заздалегідь для використання при самих різних сценаріях розгортання кризових подій. Специфіка першого повідомлення полягає в тому, що часто його необхідно опублікувати ще до того, як керівництво компанії матиме в своєму розпорядженні достовірну фактичну інформацію про кризову подію (скажімо, причини аварії на виробництві поки що точно не відомі, однак є людські жертви й забруднення навколишнього середовища, а тому заява від компанії в ЗМІ має бути негайною). Наприклад, «заготовка» першого повідомлення може бути: «Ми впровадили наш план реагування на кризу, який має найвищим пріоритетом здоров'я і безпеку наших працівників / клієнтів / споживачів»; «Ми будемо надавати додаткову інформацію, коли вона стане доступною, і розмішувати її на нашому веб-сайті». Група з кризових комунікацій повинна регулярно аналізувати публікації про компанію з позиції необхідності перегляду таких «ключових повідомлень».

В ситуації, *коли криза розпочнеться, важливо її якомога швидше розпізнати і почати моніторити, щоб взяти ситуацію під контроль*. Ймовірність адекватної оцінки кризового стану тим вища, чим краще пропрацьовані всі вище перераховані підготовчі заходи. З іншого боку, оцінка кризової ситуації — це, по суті, перший крок в області кризових комунікацій, який не можна зробити заздалегідь до початку кризи. Якщо план антикризових комунікацій не впроваджено заздалегідь, реакція компанії буде «запізнюватись» саме на стільки, скільки часу необхідно для того, щоб персонал компанії (або найняті консультанти) пройшли всі вищеописані кроки: від визначення складу антикризової команди — до розробки ключових повідомлень включно. Крім того, поспішно створена стратегія і команда з комунікацій в кризових ситуаціях ніколи не будуть настільки ефективними, якими б вони могли стати, якби це було зроблено заздалегідь.

Після ідентифікації кризового стану, *необхідно терміново завершити (адаптувати) ключові повідомлення до кризової ситуації*. Перша заява від компанії є відправною точкою для команди з кризових комунікацій в роботі щодо розробки інших, адаптованих під дану ситуацію, повідомлень. Як правило, на даному етапі команда вже знає, яка інформація цікава для її стейкхолдерів і що саме останні повинні знати про кризу. Для ефективності комунікації можна порекомендувати дотримуватись правила «будь простіше — і люди тебе зрозуміють» і

згенерувати не більше трьох основних повідомлень, які й поширити серед всіх зацікавлених сторін (при необхідності, додатково зробити конкретні повідомлення — виключно для певних аудиторій). Також потрібно адаптувати повідомлення до формату медіа каналу (наприклад, для меседжерів — скорочені повідомлення, з посиланням на зовнішню сторінку, на якій відобразатиметься більш довге повідомлення).

Післякризовий аналіз ми розглядаємо як невід'ємну складову антикризового репутаційного менеджменту. Щонайперше, це інвентаризація зробленого під час кризи. Потім — аналіз того, що було зроблено правильно, що було зроблено неправильно, що можна зробити краще наступного разу і як поліпшити різні елементи готовності до кризи, — все це ще одна з обов'язкових «активностей» команди з кризових комунікацій.

Висновки. Отож, провівши детальний аналіз наукових публікацій з проблеми організації кризових комунікацій в репутаційному менеджменті, можна зробити такі узагальнення:

1. Сценарії управління кризою різняться, однак будь-який має розпочинатись з аудиту уразливості репутації компанії до кризи, з формування команди критичних комунікацій й проведення інтенсивних мозкових штурмів для визначення ймовірних криз репутації, які можуть виникнути у компанії.

2. Правильна організація антикризового репутаційного менеджменту повинна розпочинатись до настання кризи, з запровадження превентивних заходів та правильної організації репутаційного менеджменту на підприємстві в цілому.

3. Організація антикризового репутаційного менеджменту включає розробку та впровадження плану кризових комунікацій. Етапи цього процесу охоплюють докризову підготовку, безпосередньо антикризове реагування та пост-кризовий аналіз. Докризова підготовка є найбільш трудомістким процесом й включає такі підетапи, як: 1) визначення складу антикризової команди; 2) «інвентаризація» комунікативних вмінь і подальша підготовка та навчання членів антикризової команди компанії (з акцентом на підготовці прес-секретаря); 3) створення систем розповсюдження повідомлень і моніторингу їх впливу на ключові стейкхолдерські аудиторії; 4) визначення стейкхолдерів (зацікавлені сторони, цільові аудиторії), з якими необхідно буде комунікувати під час кризової події; 5) розробка заздалегідь ключових повідомлень (перші заяви від керівництва компанії в разі настання кризи). Безпосередньо кризове реагування розпочинається якомога швидшого розпізнання кризи, адаптації ключових повідомлень (що мають бути розроблені заздалегідь) до поточної кризової ситуації, їх поширення заздалегідь визначеними каналами комунікації і її моніторинг реакції стейкхолдерів. Пост-кризовий аналіз ми розглядаємо як невід'ємну складову антикризового репутаційного менеджменту: інвентаризація зробленого під час кризи; аналіз того, що було зроблено правильно, що було зроблено неправильно, що можна зробити краще наступного разу і як поліпшити різні елементи готовності до кризи.

В ході подальших досліджень буде адаптовано план організації антикризового репутаційного менеджменту до потреб підприємств, з врахуванням сфери діяльності та галузевої приналежності.

Література

1. Zaman Arif. *Reputational Risk: How to Manage for Value Creation*. / Arif Zaman. — Financial Times/ Prentice Hall, 2004. — 308 p.
2. Bonini Sheila. *Rebuilding corporate reputations* / Sheila Bonini, David Court, and Alberto Marchi [Electronic source]. — Access mode : <https://www.mckinsey.com/global-themes/leadership/rebuilding-corporate-reputations>
3. Haggerty James F. *Chief Crisis Officer: Structure and Leadership for Effective Communications Response* / James F. Haggerty. — Chicago, IL: ABA, 2017. — 256 p.
4. Sitrick Michael S. *The Fixer: Secrets for Saving Your Reputation in the Age of Viral Media*. / Michael S. Sitrick. — Washington, DC: Regnery Publishing, a Division of Salem Media Group, 2018. — 256 p.
5. Fearn-Banks Kathleen. *Crisis Communications: A Casebook Approach*. / Kathleen Fearn-Banks. — London: Routledge, 2016. — 438 p.
6. Zaremba Alan Jay. *Crisis Communication: Theory and Practice* / Alan Jay Zaremba. — New York, NY: Routledge, 1 ed, an Imprint of the Taylor, 2015. — 256 p.
7. Fink, Steven. *Crisis Communications: The Definitive Guide to Managing the Message* / Steven Fink. — New York: McGraw-Hill Education, 2013. — 336 p.
8. Aula Pekka. *The Reputable Firm: How Digitalization of Communication Is Revolutionizing Reputation Management* / Pekka Aula, Jouni Heinonen. — Cham: Springer, 2016. — 214 p.
9. Derevianko O. H. *System of Enterprise Reputation Management* / О. Н. Дерев'янку // Бізнес Інформ. — 2014. — № 3. — С. 381-386. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_3_65
10. Дерев'янку О. Г. Логіка формування системи репутаційного менеджменту підприємств / О.Г. Дерев'янку // Стратегія економічного розвитку України. / К.:КНЕУ, 2017. — № 41. — С. 5-14.

References

1. Zaman, Arif. *Reputational Risk: How to Manage for Value Creation*. London: FT Prentice Hall, 2004.
2. Bonini, Sheila, David Court, and Alberto Marchi. «Rebuilding Corporate Reputations.» McKinsey & Company. Accessed May 6, 2018. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/leadership/rebuilding-corporate-reputations>.
3. Haggerty, James F. *Chief Crisis Officer: Structure and Leadership for Effective Communications Response*. Chicago, IL: ABA, 2017.
4. Sitrick, Michael S. *The Fixer: Secrets for Saving Your Reputation in the Age of Viral Media*. Washington, DC: Regnery Publishing, a Division of Salem Media Group, 2018.
5. Fearn-Banks, Kathleen. *Crisis Communications: A Casebook Approach*. London: Routledge, 2016.
6. Zaremba, Alan Jay. *Crisis Communication: Theory and Practice*. New York, NY: Routledge, an Imprint of the Taylor, 2015.
7. Fink, Steven. *Crisis Communications: The Definitive Guide to Managing the Message*. New York: McGraw-Hill Education, 2013.

8. Aula, Pekka. *The Reputable Firm: How Digitalization of Communication Is Revolutionizing Reputation Management*. Cham: Springer, 2016.
9. Derevianko, O.H. «System of enterprise reputation management.» *Business Inform*, no. 3 (2014): 381–386
10. Derevianko, O.H. «The logic of formation of the company's reputation management system.» *Strategy of Economic Development of Ukraine*, no. 41 (2017): 5–14.

ОРГАНИЗАЦИЯ КРИЗИСНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РЕПУТАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Е.В. Терентьева, к.э.н., старший преподаватель
кафедры экономики предприятий ГВУЗ
«Киевский национальный экономический
университет имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. Статья посвящена проблеме сохранения репутации во время кризиса. Целями исследования является критический анализ и обобщение представленных в научной литературе взглядов на то, как правильно организовывать антикризисные коммуникации для сохранения репутации компании. В ходе обоснования этапов процесса организации антикризисного репутационного менеджмента предложено структурировать его на: докризисной подготовку, непосредственно кризисное реагирование и пост-кризисный анализ. Докризисная подготовка является наиболее трудоемким процессом и включает такие подэтапа, как: 1) определение состава антикризисной команды; 2) «инвентаризация» коммуникативных умений и дальнейшая подготовка и обучение членов антикризисной команды компании (с акцентом на подготовке пресс-секретаря) 3) создание систем распространения сообщений и мониторинга их влияния на ключевые стейкхолдерских аудитории; 4) определение стейкхолдеров (заинтересованных сторон, целевые аудитории), с которыми необходимо будет коммуницировать во время кризисной события; 5) разработка заранее ключевых сообщений (первые заявления от руководства компании в случае наступления кризиса). Непосредственно антикризисное реагирование включает: распознавание кризиса, адаптации ключевых сообщений и их распространение, мониторинг реакции стейкхолдеров. Пост-кризисный анализ включает инвентаризацию сделанного во время кризиса и анализ с позиции правильности / ошибочности и последующее улучшение готовности к кризису.

Ключевые слова: доверие, стейкхолдеры, антикризисная команда, предупреждение кризиса, антикризисное управление.

ORGANIZING OF CRISIS COMMUNICATIONS IN THE REPUTATIONAL MANAGEMENT

Olena V. Teterntieva, Ph.D. (Econ.), Senior
Lecturer of Business Economics Department,
SHEI “Kyiv National Economic University named
after Vadym Hetman”, Kyiv, Ukraine

Abstract. The article is devoted to the problem of preserving the reputation during the crisis. The objectives of the study is to critically analyze and summarize the views presented in the scientific literature on how to properly organize crisis management communications to preserve the reputation of the company. During the substantiation of the stages of the process of organizing anti-recessionary reputation management, it was suggested to structure it for: pre-crisis preparation, immediate crisis response and post-crisis analysis. Pre-crisis preparation is the most labor-intensive process and includes such sub-stages as: 1) determining the composition of the anti-crisis team; 2) «inventory» of communication skills and further training and training of members of the company's anti-crisis team (with emphasis on the preparation of a press secretary); 3) creating systems for disseminating messages and monitoring their impact on key stakeholder audiences; 4) identification of stakeholders (stakeholders, target audiences) with whom it will be necessary to communicate during a crisis event; 5) development of advance key messages (the first statements from the company's management in the event of a crisis). Directly anti-crisis response includes: recognition of the crisis, the adaptation of key messages and their dissemination, monitoring the response of stakeholders. Post-crisis analysis includes an inventory of what was done during the crisis and an analysis from the position of correctness / error and the subsequent improvement in preparedness for the crisis.

Keywords: trust, stakeholders, anti-crisis team, crisis prevention, crisis management.

Стаття надійшла до редакції 28.03.2018

**ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ АДАПТАЦІЇ
ЗА ПОСТІНДУСТРІАЛЬНИХ УМОВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Анотація. В статті адаптацію досліджено як характеристику підприємства, яка пов'язана із визначенням особливостей його діяльності з урахуванням змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі. У такій змістовній постановці актуалізовано потребу в удосконаленні оцінювання адаптації з урахуванням постіндустріальних особливостей бізнес-середовища. Доведено, що специфіка оцінювання адаптації має враховувати її зміст як реакції, процесу та результату. На основі критичного аналізу та узагальнення існуючих методичних підходів до оцінювання адаптації підприємства виявлено проблеми на теоретико-методичному рівні та обмеження практичного використання, а також представлено авторське бачення щодо логіки оцінки адаптації за постіндустріальних умов діяльності підприємства. Аргументовано доцільність здійснення оцінювання адаптації на основі поєднання ретроспективного та перспективного її аналізу в залежності від рівня визначеності параметрів середовища; визначено підходи до оцінки (результатний, на основі потенціалу) та форми представлення результату (економічний стан, резерви потенціалу розвитку). В основу інструментального забезпечення реалізації запропонованої логіки оцінювання адаптації покладено концепцію стратегічних розривів (ординарний та екстраординарний), а аналітичні процедури сформовано на основі поєднання технологій сценарного аналізу (TAIDA) та GAP-аналізу.

Ключові слова: адаптація, стратегічний розрив, оцінювання адаптивності, економічний стан, стратегічний процес.

Вступ. Потужного розвитку теорія адаптації підприємства почала набувати за умов ускладнення зовнішнього середовища господарювання та прискорення швидкості його змін, які зумовлені постіндустріальними тенденціями. Протягом останніх десяти років значно розширився тематичний контекст дослідження адаптації, змінюються вимоги та зміст адаптивних механізмів реагування на зміни, набуває розвитку методичний інструментарій оцінювання адаптивності підприємства.

Вагомий внесок у розвиток сучасної теорії адаптації зроблено зарубіжними Р. Аккофом (*R. Akkoff*), І. Ансоффом (*I. Ansoffa*), Б. Бенсуссаном (*B. Benssan*), Дж. С. Бейном (*J. S. Bain*), П. Браунінгом (*P. Browning*), Б. П. Друкером (*P. Drucker*), Уільямсом (*B. Williams*) та вітчизняними вченими економістами О. Кватишем, О. Колодіною, В. Н. Нагорянською, Отенко, Т. Олійник, В. Ячменювою, ін. Питання оцінювання адаптивності та ефективності адаптації розроблено у наукових працях І. Ансоффом (*I. Ansoffa*), Д. Генстера (*D. Genster*),

* Вишневська Катерина Володимирівна — аспірантка кафедри фінансів суб'єктів господарювання та інноваційного розвитку ДВНЗ «Криворізький національний університет», vishnevskayk@i.ua

Д. Кінга (*D. King*), М. Ковені (*M. Coven*), Б. Хартлена (*B. Hartlen*), В. Дорофєєвої, С. Казанцевої, І. Кононової, І. Морочковської, К Орлової, О. Оленева, О. Рачкован, Л. Соколової, М. Старікової, Д. Шитова, ін.

Постановка задачі. За результатами критичного аналізу існуючих методичних підходів до оцінювання адаптації було зроблено висновок, що за своєю змістовною постановкою їх переважна більшість фокусується на необхідності аналізу реактивних та проактивних адаптивних реагувань на зміни у зовнішньому середовищі. При цьому інструментальна складова методик сформована таким чином, що оцінюються лише наслідки минулих адаптивних реакцій, що не може виступати характеристикою наявного потенціалу адаптації з точки зору реагування на майбутні ринкові запити та виклики. Це зумовлює як удосконалення та розширення змістовних меж оцінювання адаптації, так і перегляду аналітичного інструментарію, який дозволяє реалізувати аналітичні новації, що формує тематичний простір дослідження даної наукової статті.

Результати. На основі конструктивного концептуального аналізу взаємопов'язаних категорій адаптації підприємства, узагальнення інтерпретацій їх змісту, що представлено у наукових економічних публікаціях, у межах даної наукової статті під адаптацією автор буде розуміти реакцію на зміни зовнішнього середовища, процеси та здатність пристосування до таких змін, а також результати відповідного адекватного реагування і пристосування. Багатоаспектність напрямків дослідження адаптації зумовлена її змістовним взаємозв'язком із зовнішнім середовищем господарювання, яке за сучасним умов характеризується високим рівнем швидкості змін, посиленням невизначеності та складності, що безпосередньо впливає на усі аспекти діяльності підприємства та визначає їх адаптивну специфіку. Відправною точкою концептуалізації адаптації за постіндустріальних умов діяльності підприємства автором обрано стратегічний контекст, який пов'язаний з питанням в яку область (предмет) вбудовано об'єкт і процес адаптації. У такій змістовній постановці проблематику оцінювання адаптації підприємства доцільно розглядати на перетині сучасних концепцій теорій організаційних змін, стратегічного менеджменту та постіндустріальної економіки.

У західній науці тематично проблематика оцінювання адаптації підприємства не виділяється, при цьому у напрямках дослідження, що пов'язані із оцінкою зовнішнього середовища, стратегії автори наголошують на оцінці адаптації у змістовному взаємозв'язку різних контекстів. Так, одним із класичних підходів до оцінки, що дозволяє зробити висновок щодо рівня адаптації підприємства можна вважати модель відповідності параметрів зовнішнього середовища, стратегії та рівню менеджменту, яку розроблено І. Ансофом [1]. В основу визначення відповідності покладено концепцію стратегічних розривів та запропоновано способи їх вимірювання. Незважаючи на те, що модель І. Ансофа не є строго математичною, а більше логіко-статистичною, автор та його послідовники на основі її практичної апробації довели, що ринковий успіх підприємства визначається відповідністю рівня розвитку управління та стратегічної поведінки турбулентності зовнішнього середовища. Інструментальний аспект даної моделі характеризується тим, що аналітичні індикатори — є простими та зрозумілими,

автор поєднує кількісні та якісні методи та презентує інформацію у вигляді простих, інформаційно не переважаних логічних схем.

Концепція стратегічних розривів, як методична основа визначення відповідності зовнішнього та внутрішнього бізнес-середовища набула розвитку у теорії стратегічного аналізу в змістовних межах *GAP*-аналізу, який розроблено Стенфордським дослідним інститутом (Каліфорнія, США). Суть даного виду аналізу інтерпретується як «...ефективний інструмент оцінки слідування організації обраній стратегії, визначення відповідності базової стратегії мінливим умовам середовища організації, корегування стратегії та стратегічних цілей, оцінки ступеня реалізації стратегії і рівня досягнення стратегічних цілей» [2, с. 107]. Фактично, у різних змістовних постановках західна практика використовує ідеї концепції стратегічних розривів, коли мова йде про аналіз взаємодії зовнішнього середовища (стратегічного контексту) та змісту і процесу стратегії компанії, а відтак, набувають прояву оцінки різних аспектів адаптації (як здатності, процесу, результату, реакції).

У публікаціях науковців пострадянського простору тематика оцінювання адаптивності підприємства є досить популяризованою [3–9]. При цьому інструментальна складова концепції стратегічних розривів широкого використання у таких авторських методиках не набула, натомість найбільш розповсюдженим інструментом аналізу та оцінювання адаптивності підприємства є метод відхилень планових показників від фактичних. Якщо узагальнити проблемні аспекти існуючого методичного базису щодо оцінювання адаптації, то можна визначити основні моменти, на які потрібно звернути увагу з точки зору подальших удосконалень на методичному рівні.

– більшість дослідників акцентують увагу на тому, що оцінка адаптації має здійснюватися не тільки з точки зору реагування на загрози зовнішнього середовища, а і з позицій оцінювань потенційних можливостей, які несуть в собі зміни у середовищі. При цьому переважна більшість методик авторів пострадянського простору обмежується оцінками реагування на загрози, що зумовлюють відхилення фактичних економічних результатів від планових;

– у методичних підходах до оцінки адаптації дуже часто використовують метод стандартизації (узагальнення) показників, що на нашу думку, значно обмежує аналітичні можливості щодо включення адекватних, інформаційних індикаторів у процедури аналізу адаптивності. Науковці, як правило, до переліку показників намагаються включити максимальну кількість тих, для яких є прописаними загальноприйняті норми. Це призводить до того, що в межах однієї сукупності (групи, проекції) показники дублюються або опосередковано характеризують зміст того аспекту, який оцінюється. Розповсюдженою є ситуація, коли нормативи визначаються як найкращі значення за досліджуваний період або відбувається прив'язка до середньогалузевих показників, що є не завжди коректно за змістом;

– презентуючи загальну змістовну ідею авторських методик оцінювання адаптації, науковці, як правило, ігнорують аспекти їх практичної реалізації з урахуванням галузевої специфіки об'єктів, в практику діяльності яких здійснюється імплементація. Такий підхід не дозволяє враховувати найбільш суттєвих

моментів діяльності підприємства, які можуть бути визначальними з точки зору впливу на ефективність адаптації;

– наголошуючи на необхідності оцінювання потенціалу проактивного реагування на зміни зовнішнього середовища методики, що пропонують вчені пострадянського прояву, є орієнтованими лише на оцінки в межах реактивних моделей адаптації. Основна проблема полягає у тому, що для оцінювання проактивних адаптивних реакцій необхідною передумовою є формування параметрів майбутнього стану підприємства та їх формалізація, на основі яких можна здійснювати відповідні оцінювання з точки зору перспективи розвитку. Навички роботи з різними контекстами майбутнього виходять за межі бізнес-аналітики та потребують специфічних більш широких знань та вмій їх генерування, результатом яких стає правильно обраний стратегічний напрямок розвитку підприємства, який формалізується конкретними цільовими індикаторами діяльності.

Базуючись на результатах теоретичних узагальнень щодо сутності адаптації, особливостях її концептуалізації за постіндустріальних умов діяльності підприємства та теоретичних напрацюваннях в області оцінювання надамо аргументацію авторської логіки, щодо оцінки адаптації. З метою коректності використання термінології доцільно аргументувати власну позицію щодо загальноприйнятих визначень, які використовують вчені при дослідженні питань оцінки адаптації. Базуючись на висновках теоретичних узагальнень, можна говорити про те, що адаптивність це один із аспектів, який характеризує адаптацію з точки зору її організаційної здатності до пристосування і як джерела забезпечення цільової діяльності підприємства, і як наслідку економічної діяльності, в процесах якої відбувається накопичення знань та досвіду, які в подальшому визначають адаптивність у вигляді адекватної реакції підприємства.

Узагальнення змістовних інтерпретацій видових понять організаційної здатності, дозволяє зробити висновок щодо їх взаємозв'язку з ресурсами, компетенціями та з навичками і вміннями використовувати організаційні знання та досвід. Адаптивного характеру здатності набувають коли мова йде про організаційні зміни як реакцію на виклики або зміни у зовнішньому середовищі. Тому, оцінювання організаційної здатності до пристосування логічно здійснювати у єдності взаємозв'язку ключових конструкт, що визначають здатності (ресурсів, компетенцій та способів їх поєднання) та вимог зовнішнього середовища. Параметри (вимоги, виклики) зовнішнього середовища є відмінними на різних часових інтервалах. Тобто, мова йде про те, що якщо розглядати параметри зовнішнього середовища, які є притаманними йому на момент оцінювання, то рівень відповідності таким вимогам буде характеризувати адаптивність з точки зору ретроспективи її визначення. Якщо ж визначати рівень адаптивності з точки зору відповідності майбутнім вимогам середовища, то такий аспект буде характеристикою перспективного напрямку дослідження адаптації.

З точки зору ретроспективи, оцінку адаптації підприємства доцільно формувати відповідно до результатного підходу до її інтерпретації, розвиток якого було започатковано в теорії систем та синергетики. Відповідно до даного підходу у економічних дослідженнях адаптація визначається як новий стан підпри-

емства, який отримано внаслідок реалізації сукупності дій, як реакції на зміни у зовнішньому середовищі. Перспективний аспект адаптації логічно пов'язується з аналізом відповідності існуючого потенціалу підприємства параметрам бачення майбутнього. Такий аспект дозволяє оцінити адаптивні здатності підприємства як джерела розвитку підприємства відповідно до майбутніх викликів середовища господарювання та визначити певні резерви, активізація та використання яких забезпечує розвиток адаптивних здатностей у перспективі.

Відповідно до змісту пропонованої логіки оцінювання ретроспективного аспекту адаптивності, економічний стан виступає наслідком реалізації сукупності дій, спрямованих на забезпечення досягнення поставлених цілей. У такому аспекті цільовий аспект є змістовною основою оцінки економічного стану. Врахування специфіки адаптивності опосередковано зовнішнім середовищем, тому ідентифікація та оцінка цільових аспектів має здійснюватися у взаємозв'язку з ним. В залежності від змістовного структурування зовнішнього середовища буде формуватися і логіка оцінювання економічного стану. Так, за умови представлення зовнішнього середовища як сукупності економічних суб'єктів взаємодії, цільові аспекти діяльності підприємства можуть бути визначеними як забезпечення ефективних ділових взаємовідносин або як рівень задоволення потреб стейкхолдерів. І. Ансфог представляє зовнішнє середовище як сукупність рівнів турбулентності; у публікаціях по конкурентному аналізу — як сукупність товарних ринків; відповідно до концепції *SWOT*-аналізу — як сукупність факторів впливу, тощо. Вибір критерію структурування середовища здійснюється аналітиком в залежності від наявності адекватної та достовірної інформаційної бази; значущості причин, що зумовлюють зміни; можливостей вимірювання та формалізації впливів на економічні результати діяльності підприємства, ін. Оцінки у прив'язці до зовнішнього середовища виступають зовнішньою формою прояву результатів адаптації у формі економічного стану, який у термінології теорії економіки підприємства доцільно визначити як стан конкурентоспроможності.

Формою прояву внутрішнього аспекту визначення економічного стану є фінансово-економічні результати, які сигналізують не тільки про рівень досягнення поставлених цілей, а і ефективність таких досягнень. Формування системи показників фінансово-економічних результатів доцільно здійснювати відповідно до актуальної цільової моделі підприємства, як такої що визначає спрямованість діяльності підприємства. Формування цільової моделі відбувається на стратегічному рівні, а її деталізація має ієрархічну структуру, яка вибудовується відповідно до тематичного аспекту аналізу.

Результатом ретроспективного аналізу адаптивності підприємства має бути інформація, яка дозволяє зробити висновки щодо причин, які призвели до того, що підприємство не досягло ключових цілей, або економічні результати отримано не в ефективний спосіб. Виявлення таких причини має забезпечити достовірну інформаційну базу, яка дозволить ідентифікувати наявність проблем, які можуть бути пов'язаними або з ресурсами, як засобами досягнення цілей, або способами їх поєднання, або рівнем компетентності, що не дозволило правильно ідентифікувати стратегічний напрямок розвитку підприємства, тощо. Тобто,

оцінений економічний стан є узагальненою характеристикою адаптивних можливостей підприємства, що відповідають параметрам та вимогам зовнішнього середовища на даний момент. Тому, закономірним і логічним є питання про рівень відповідності наявного потенціалу ресурсів та можливостей підприємства майбутнім параметрам ділового середовища, що зумовлює другий напрямок оцінки адаптивності в аспекті її перспективи.

Однією з ключових проблем перспективного напрямку оцінювання є ідентифікація та оцінювання можливостей бізнес-середовища та їх конкретизація та формалізація у вигляді конкретних характеристик та параметрів. Саме на цьому етапі проявляється динамічний аспект організаційної здатності до розуміння та усвідомлення тих тенденцій та процесів, що можуть бути визначальними у майбутньому. Відбувається реалізація наявних вмінь та навичок щодо виокремлення із загально потоку подій тих, що можуть стати реальними можливостями розвитку бізнесу. Саме на цьому етапі проявляються такі характеристики організаційної адаптивності, як інноваційність, компетентність, енактивність, креативність, а рівень їх динамізації буде можливим оцінити у майбутньому по факту отримання економічних результатів як наслідків процесів прийняття та реалізації стратегічних рішень за різних рівнів складності ситуації у зовнішньому середовищі. У такому контексті, економічні результати діяльності підприємства, що оцінені у ретроспективному напрямку, є характеристикою адаптивності підприємства у минулому. Щодо рівня адаптивності на даний момент, то інформація про існуючий стан проблем і можливостей є недостатньою, щоб у повній мірі характеризувати адаптивність підприємства у поточний період, це лише інформація на основі якої формується досвід та знання, які стають визначальними у забезпеченні ефективної адаптації у майбутніх постіндустріальних умовах діяльності підприємства.

Щодо інструментальної основи реалізації пропонованого методичного підходу до оцінки адаптивності підприємства, то характеризуючи ретроспективний напрямок можна говорити про весь спектр існуючих аналітичних методів та інструментів, які є доцільними та дієвими з точки зору надання оцінці об'єктивності, інформативності, комплексності, тощо, а їх вибір визначається змістовною доцільністю, залежить від наявності якісної та достовірної інформаційної бази. Щодо перспективного напрямку, то особливий наголос варто зробити на інструментарій концепції стратегічних розривів, яка, незважаючи на достатній рівень теоретичного опрацювання, не знайшла широкого використання у реальних практиках. Так, за результатами опитування 1077 респондентів із числа управлінських кадрів лише 2,8% відповіли, що використовують дану концепцію у практиці бізнес-аналізу [2, с. 107].

Стратегічний розрив представляє собою відхилення, що виникає у стратегічних процесах та контекстуально проявляється у різних тематичних напрямках, що досліджують стратегію. У теорії прийняття управлінських рішень стратегічний розрив визначається на основі неспівпадіння між прийняттям та реалізацією рішень, у теорії стратегічного менеджменту — між мисленням та діяльністю. Теорія *GAP*-аналізу стратегічний розрив визначає на основі відхилення бажаного стану компанії у довгостроковій перспективі, що формується страте-

гічними цілями, від поточного, а також на основі бажаної траєкторії розвитку організації від очікуваної або фактично існуючої у ході реалізації стратегії. Змістовно, стратегічний розрив визначається у термінології ординарного та екстраординарного розривів, які узагальнюють різні їх види, в залежності від рівня стратегії, де вони мають місце (рис. 1).

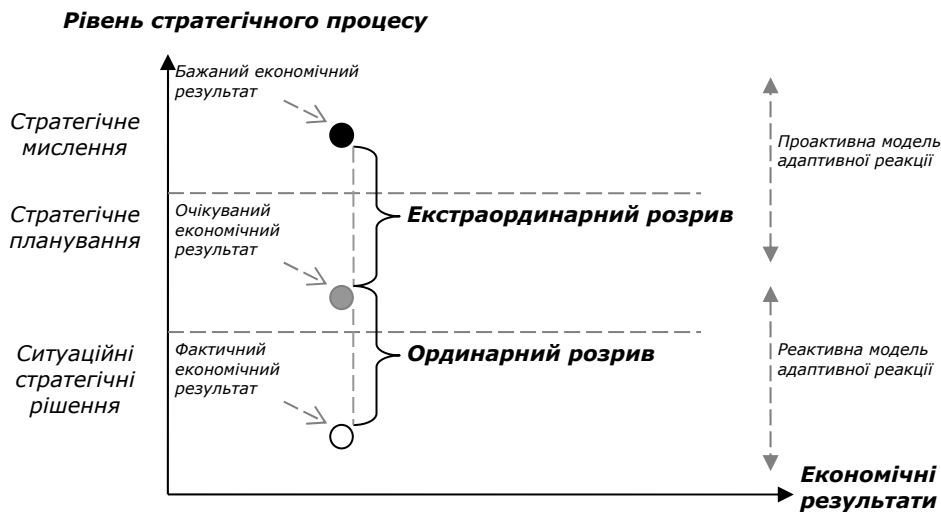


Рис. 1. Формалізація видів стратегічних розривів за рівнями стратегічного процесу

Джерело: розроблено автором

Імплементуючи логіку визначення ординарного та екстраординарного розривів у пропонуваній підхід до моделювання адаптації підприємства, можна визначити, що ординарний розрив можна ідентифікувати на стадії виконання стратегії, в процесах реактивного реагування на непередбачувані зміни та обставини у зовнішньому середовищі. На даному етапі вимірювання розривів буде здійснюватися на основі співвідношень фактичних та очікуваних (планових) ключових показників, які описують стратегію. Критичні відхилення будуть сигналізувати про актуальність певного набору дій організаційно-економічного характеру, реалізація яких здатна нівелювати непередбачуваний вплив факторів зовнішнього середовища та забезпечити реалізацію прийнятої стратегії з певними корегуваннями її параметрів.

Якщо ситуація є такою, що не дозволяє реалізувати намічену стратегію або її реалізація за непередбачуваних умов стає недоцільною, то для забезпечення ефективності адаптації актуальним стає процес ідентифікації екстраординарних розривів. Варто наголосити, що здатність своєчасно правильно ідентифікувати екстраординарні розриви стає однією з атрибутивних властивостей адаптації, наявність якої визначається організаційними знаннями та досвідом, а також вміннями і передумовами їх своєчасної реалізації.

Специфіка екстраординарних розривів полягає у порівнянні бажаних та очікуваних параметра, результатах, а уся складність полягає саме у визначенні та фор-

малізації цього «бажаного» та «очікуваного». З точки зору аналітичних процедур методика аналізу стратегічних розривів є розробленою у межах *GAP*-аналізу. При цьому, варто наголосити, що у такій постановці дана технологія є актуальною для рівня стратегічного планування. Коли мова йде про роботу з віддаленим майбутнім, а ситуація характеризується як «хаос» варто звернутися до методичного інструментарію сценарного менеджменту, класикою якого визнано технологію *TAIDA*. Відповідно даної технології реалізація *GAP*-аналізу розпочинається на 4 етапі технології *TAIDA*, якій передують розумові процеси, що пов'язані з формуванням контексту для сприйняття реальності та виявлення спектру можливостей. Саме на даному етапі реалізується специфічна адаптивна властивість організації, що проявляється у вмінні працювати з різними контекстами. Тобто мова йде про «винахід» майбутнього, але реалістичне майбутнє, яке визначається на основі мегатрендів та наукових гіпотез. У термінології теорії стратегічного менеджменту даний процес визначають як стратегічне моделювання. В процесах стратегічного моделювання актуальності набуває інтеграція стратегічних намірів підприємства із змінами зовнішнього середовища. Зовнішнє середовище можна представити кількома пластами — цільові ринки, галузі та макросередовище, відповідно, формування стратегічних намірів має корелювати з кожним з визначених аспектів, а інструментом структурування невизначеності стають сценарії. Саме в процесах стратегічного моделювання бізнесу відбувається конкретизація майбутніх параметрів зовнішнього середовища (формується стратегічний контекст), які виступають основою для визначення очікуваних результатів та аналізу рівня відповідності існуючого потенціалу підприємства майбутньому стану. Таким чином, ідентифікація стратегічних розривів передбачає ідентифікацію та формалізацію параметрів бачення майбутнього на основі сценарного аналізу, формою реалізації яких є бажані економічні результати. Фактично, даний вид аналізу формує параметричну базу, яка в подальшому виступає відправною точкою для подальшого аналізу стратегічних розривів, рівень яких буде визначати рівень адаптивності підприємства за різних умов діяльності (рис. 2).



Рис. 2. Формалізація розширення змістовних контурів аналізу стратегічних розривів підприємства

Джерело: розроблено автором

Ще одним аспектом, що потребує уточнення в межах пропонованого перспективно-ретроспективного оцінювання адаптації є її цільова спрямованість, яка формалізується у вигляді економічних результатів. Базуючись на наукових результатах упорядкування існуючих теоретичних позицій щодо визначення економічних результатів, які представлено у дослідженнях Ю. Цемашко [10, 11], формою їх прояву можуть бути показники, стани, рівень ефективності (результативності, продуктивності), корисність/цінність для користувачів результатів. Значну кількість цільових орієнтирів адаптації, що представлено у наукових джерелах, можна пояснити тим, що аспект адаптації є визначальним з точки зору забезпечення досягнення економічних результатів, незалежно від тематичного контексту та форми його існування. Тому, визначення економічних результатів у вигляді бажаного стану, сукупності показників, концептуального образу майбутніх товарів, ринків, їх тематична спрямованість (забезпечення економічної безпеки, ефективності функціонування/розвитку, оптимального рівня потенціалу, тощо) — усе це визначається логікою дослідника та тими задачами, що сформовано в межах оцінки адаптивності підприємства.

Висновки. В цілому, узагальнюючи наведені авторські міркування можна визначити концепти аналітичного простору оцінювання адаптивності, які віддзеркалюють специфіку оцінок за постіндустріальних умов діяльності підприємства (рис. 3) та надають такі відмінні особливості пропонованому методичному підходу:



Рис. 3. Концепти аналітичного простору оцінки адаптивності за постіндустріальних умов діяльності підприємства

Джерело: розроблено автором

- оцінювання здійснюється на основі єдності взаємозв'язку реактивного та проактивного реагування на зміни зовнішнього середовища;
- ретроспективні оцінки адаптації виступають атрибутивною характеристикою здатності ефективно реагувати на зміни зовнішнього середовища; перспективний аспект оцінювання адаптації фокусується на ідентифікації резервів розвитку потенціалу підприємства для забезпечення досягнення бажаних та очікуваних економічних результатів;
- інструментальною основою ретроспективно-перспективного методичного підходу до оцінки адаптації є концепція стратегічних розривів, реалізація якого здійснюється на основі поєднання методів стратегічного (*GAP*-аналіз) та сценарного (технологія *TAIDA*) аналізу. Поєднання даних аналітичних практик дозволяє реалізувати концептуальну ідею пропонованого методичного підходу та характеризувати адаптацію не тільки в аспектах її економічності, а і результативності прояву.

Література

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. — М. : Издательство «Экономика», 1989. — 519 с.
2. Зенкина И. В. Анализ стратегических разрывов как инструмент стратегического анализа и потенциал его применения в стратегическом управлении организацией / И. В. Зенкина // Аудит и финансовый анализ. — 2012. — № 4. — С. 107 — 112
3. Оленева О. С. Адаптация текстильных предприятий к динамическим процессам рынка / О. С. Оленева, Д. В. Шитов // Технология текстильной промышленности. — 2008. — № 2С (307). — С. 8 — 10
4. Кононова І. В. Методичні аспекти оцінки адаптивності соціально-економічної системи / І. В. Кононова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. — 2017. — Випуск 14. Частина 1. — С. 151 — 154
5. Морочковская И. Н. Управление процессами адаптации предпринимательской структуры к изменениям бизнес-среды : автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / И. Н. Морочковская. — Москва, 2007. — Электронный ресурс. — Режим доступа до публікації: <http://konf.x-pdf.ru/18ekonomika/594669-1-upravlenie-processami-adaptacii-predprinimatelskoj-strukturi-izmeneniyam-biznes-sredi.php>
6. Рачкован О.Д. Формування стратегії адаптації підприємств торгівлі : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. экон. наук: спец.: 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О. Д. Рачкован. — Харків, 2016. — 20 с.
7. Соколова Л. В. Організаційно-економічне забезпечення адаптації підприємств до невизначеності бізнес-середовища : автореф. дис. ... докт. экон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Л. В. Соколова. — Донецьк, 2006. — 34 с.
8. Дорофеева В. В. Формирование системы адаптационного менеджмента предприятий обрабатывающей промышленности : автореф. дисс. на соискание учен. степ. докт. экон. наук: спец.: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: (эко-

номика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: промышленность)» / В. В. Дорофеева. — Иркутск, 2014. — 40 с.

9. Старикова М. С. Теория и методология адаптивного управления промышленной корпорацией на основе эвективных промышленных взаимодействий : автореф. дисс. на соискание учен. степ. докт. экон. наук: спец.: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятием, отраслями, комплексами: промышленность» / М.С. Старикова. — Белгород, 2015. — 44 с.

10. Цемашко Ю. С. Особливості визначення економічних результатів діяльності підприємства / Ю. С. Цемашко // *Development of social and economic systems in a global competitive environment: зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Кишинів, Республіка Молдова, 26 лютого 2016 р.)*. — Moldova State University Faculty of Economics Sciences, 2016. — С. 134 — 137;

11. Tsemashko J. S. Arrangement of theoretical work as for evaluation of economic results of corporate activities / J. S. Tsemashko // *Development strategy of science and education: Collection of scientific articles*. — Fidelite editions, Namur, Belgique, 2017. — P. 139–142.

References

1. Ansoff, Y. (1989) *Stratehichesкое upravlenye* Moskva: Yzdatelstvo «Экономика» (in Russ)

2. Zenkina, I. V. «Analiz strategicheskikh razryvov kak instrument strategicheskogo analiza i potensial ego primeneniya v strategicheskoy upravlenii organizatsiyey» *Audit i finansovyy analiz*, 4 (2012): 107 — 112 (in Russ)

3. Oleneva, O. S. «Adaptatsiya tekstilnykh predpriyatiy k dinamicheskim protsessam rynka» *Tekhnologiya tekstilnoy promyshlennosti*, 2S (2008) : 8 — 10 (in Russ)

4. Kononova, I. V. «Metodychni aspekty otsinky adaptyvnosti sotsialno-ekonomichnoi systemy» *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, 14 (2017) : 151 — 154 (in Ukr)

5. Morochkovskaia, Y. N. (2007) *Upravlenye protsessamy adap-tatsyy predprynimatelskoi struktury k yzmeneniyam byznes-sredy : avtoref.dys. kand. ekon. nauk: 08.00.05* Moskva: Mezhdunarodnyiy universitet v Moskve (gumanitarnyy) (in Russ)

6. Rachkovan, O.D. (2016) *Formuvannia stratehii adaptatsii pidpriemstv torhivli : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stup. kand. ekon. nauk: spets.: 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diialnosti)»* Kharkiv: Harkivskiy derzhavniy universitet harchuvannya ta torgivli (in Ukr)

7. Sokolova, L. V. (2006) *Orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia adaptatsii pidpriemstv do nevyznachenosti biznes-seredovyshcha : avtoref. dys. ... dokt. ekon. nauk : spets. 08.06.01 «Ekonomika, orhanizatsiia i upravlinnia pidpriemstvamy»* Donetsk: Institut ekonomiki promislovosti (in Ukr)

8. Dorofeeva, V. V. (2014) *Formyrovanye systemy adaptatsyonnoho menedzhmenta predpriyatyi obrabatyvaiushchei promyshlennosti : avtoref. dyss. na soyskanye uchen.step. dokt. ekon. nauk: spets.: 08.00.05 «Экономика у управленye народным khoziaistvom: (экономика, orhanyzatsyia у управленye predpriyatyiamy, otrasliamy, kompleksamy:*

promyshlennost)» Yrkutsk: Baykalskiy gosudarstvenniy universitet ekonomiki i prava (in Russ)

9. Starikova, M. S. (2015) *Teoriya i metodologiya adaptivnogo upravleniya promyshlennoy korporatsiyey na osnove evektivnykh promyshlennykh vzaimodeystviy : avtoref. diss. na soiskanie uchen.step. dokt. ekon. nauk: spets.: 08.00.05 «Ekonomika i upravlenie narodnym hozyaystvom: ekonomika, organizatsiya i upravlenie predpriyatiem, otraslyami, kompleksami: promyshlennost»* Belgorod: Belgorodskiy gosudarstvenniy tehnologicheskiiy universitet imeni V.G. Shuhova (in Russ)

10. Tsemashko, Yu. S. «Osoblyvosti vyznachennia ekonomichnykh rezultativ diialnosti pidpriemstva» *Development of social and economic systems in a global competitive environment: zb. mater. mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Kyshyniv, Respublika Moldova)*, (2016) : 134 — 137 (in Ukr)

11. Tsemashko, J. S. «Arrangement of theoretical work as for evaluation of economic results of corporate activities» *Development strategy of science and education: Collection of scientific articles. — Fidelite editions, Namur, Belgique*, (2017): 139 –142 (in Eng)

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ АДАПТАЦИИ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

К. В. Вишневская, аспирантка кафедры финансов субъектов хозяйствования и инновационного развития ГВУЗ «Криворожский национальный университет»

Аннотация. В статье адаптацию представлена как характеристика предприятия, связанная с определением особенностей его деятельности с учетом изменений, происходящих во внешней среде. В такой содержательной постановке актуализирована необходимость в совершенствовании оценки адаптации с учетом постиндустриальных особенностей внешней среды. Аргументировано, что специфика оценивания адаптации должна учитывать ее содержание как реакции, процесса и результата. На основе критического анализа и обобщения существующих методических подходов к оценке адаптации предприятия выявлены проблемы на теоретико-методическом уровне и ограничения практического использования, а также представлено авторское видение логики оценки адаптации в постиндустриальных условиях деятельности предприятия. Аргументирована целесообразность осуществления оценки адаптации на основе сочетания ретроспективного и перспективного ее анализа в зависимости от уровня определенности параметров среды; определены подходы к оценке (результатный, на основе потенциала) и формы представления результата (экономическое состояние, резервы развития потенциала). В основу инструментального обеспечения реализации предлагаемой логики оценки адаптации положена концепция стратегических разрывов (ординарный и экстраординарный), а аналитические процедуры сформированы на основе сочетания технологий сценарного анализа (TAIDA) и GAP-анализа.

Ключевые слова: адаптация, стратегический разрыв, оценки адаптивности, экономическое положение, стратегический процесс.

THE FEATURES OF EVALUATION OF ADAPTATION UNDER THE POSTER-INDUSTRIAL CONDITIONS OF THE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Kateryna Vyshnevskya,
SHEI "Kryvy Rih National University"

Abstract. In the content limits of the article the adaptation is investigated as a characteristic of the enterprise, which is associated with the definition of the features of its activities, taking into account the changes occurring in the external environment. In this content statement, the need to improve the assessment of adaptation, taking into account the post-industrial peculiarities of the business environment, has been updated. It is proved that the specificity of adaptation evaluation should take into account its content as a reaction, process and result. On the basis of critical analysis and generalization of existing methodical approaches to the assessment of the adaptation of the enterprise, problems were identified at the theoretical and methodological level and the limitations of practical use, as well as the author's vision on the logic of adaptation evaluation in the post-industrial conditions of the enterprise were presented. The expediency of evaluating adaptation on the basis of the combination of a retrospective and perspective analysis of it depending on the level of certainty of the environmental parameters is substantiated; approaches to evaluation (output, on the basis of potential) and the form of presentation of the result (economic status, development potential reserves) are determined. The basis for the instrumental implementation of the proposed adaptation assessment logic is the concept of strategic discontinuities (ordinary and extraordinary), and the analytical procedures are based on a combination of scenario analysis technologies (TAIDA) and GAP-analysis.

Keywords: adaptation, strategic gap, evaluation of adaptability, economic status, strategic process.

Стаття надійшла до редакції 04.04.2018

УДК 338.1

*Грабовенко Олександр Володимирович **

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ НАДАННЯ ПОСЛУГ ПОЖЕЖНОЇ БЕЗПЕКИ: АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ

Анотація. На основі комплексного аналізу діяльності виявлено сучасні тенденції розвитку підприємств сфери послуг пожежної безпеки та ідентифіковано передумови диверсифікації їх діяльності, яка є одним із мож-

* Олександр Володимирович Грабовенко — магістр з економіки підприємства, аспірант кафедри стратегії підприємств ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», заступник директора з економічних питань ТОВ «АЛЬТІС-ДИЗАЙН», o.v.grabovenko@ukr.net

ливих способів їх розвитку. Досліджуються передумови диверсифікації в зовнішньому (екзогенному) та внутрішньому (ендогенному) вимірах з урахуванням основних тенденцій розвитку галузі й ринку пожежної безпеки. Наведено характеристику економічного та управлінського аспектів діяльності досліджуваних компаній в сучасних умовах з прогнозуванням тенденцій їх розвитку на найближчу перспективу.

Ключові слова: диверсифікація діяльності підприємств, стратегія підприємств, пожежна безпека, розвиток підприємств.

Вступ. Сучасний стан діяльності підприємств, їх конкурентні позиції й ринкова кон'юнктура визначають потребу у впровадженні рішень щодо підвищення їх дохідності, розподіленні ризиків, посилення наявних чи формування нових конкурентних переваг. Особливо показовою у цьому сенсі є діяльність підприємств, які надають послуги у сфері пожежної безпеки. Вони через специфічні особливості галузі та ринку обмежені вибором засобів формування чи підтримання своїх конкурентних переваг, розвитку й удосконалення традиційних продуктів, і тому виникає гостра потреба дослідити їх діяльність у цьому аспекті. Також діяльність цих підприємств є показовою у дослідженні процесів ухвалення рішень про диверсифікацію, як у галузі пожежної безпеки, так і серед підприємств інших галузей народного господарства.

Оскільки вчасні й актуальні для підприємств стратегічні зміни щодо їх диверсифікації дозволяють їм продавати продукт, який відповідає вимогам ринку, цінностям і бажанням споживачів, забезпечує вигоди всім стейкхолдерам, проблематика розвитку та/або стабілізації діяльності підприємств сфери надання послуг пожежної безпеки, у тому числі, ідентифікація передумов для їхнього успішного розвитку на основі диверсифікації діяльності є вкрай актуальною на сьогодні.

Питанням розвитку, зростання чи стабілізації компаній шляхом диверсифікації дослідники приділяють неухильну увагу, починаючи з 50-х років ХХ ст. Серед численної кількості наукових праць, які доводять ефективність диверсифікації діяльності підприємств, особливо цінними для нашого дослідження є роботи з питань діагностики передумов диверсифікації та прогнозування перспективних напрямків її впровадження. Зокрема, Ігор Ансофф першим ввів термін «диверсифікація» в науковий обіг, а так звана «матриця Ансоффа» [1] вважається класикою прийняття рішень щодо доцільності диверсифікації в залежності від ринкової ситуації.

К. Боумен у межах своїх досліджень диверсифікації вирішує дилему: чи зможе компанія збільшити конкурентні переваги за рахунок співіснування окремих напрямків діяльності, або співіснування кожного окремого напрямку як бізнес-одиниці буде набагато вигіднішим [2, с.135-136].

Не залишаються осторонь від проблематики диверсифікації також і вітчизняні дослідники. Наприклад, А. Наливайко в монографії «Теорія стратегії підприємства» [3, с. 98] висуває гіпотезу, що диверсифікація, безумовно, позитивно впливає на економічний і фінансовий стан компаній, однак наводить аргументи щодо її неспроможності, коли «...ефективність знижується внаслідок зростання складності управління, виявлення суперечностей, невідповідностей в управлін-

ських технологіях та ін.» [3, с. 98]. Автор досліджує й мотиви диверсифікації, які базуються на синергетичному ефекті. О. Цогла [4] досліджує базис для ухвалення рішень про диверсифікацію та пропонує «Матрицю множини рішень про диверсифікацію діяльності підприємства» на основі компанії машинобудівного комплексу з урахуванням екзогенних, ендогенних чинників та часових параметрів у поєднанні з формами матеріально-технічної реалізації диверсифікації діяльності. Л. Бутенко запропоновано алгоритм ухвалення рішення що дозволяє обґрунтувати диверсифікацію залежно від цілей та специфічних особливостей підприємств [5].

Ці роботи дають методологічну основу для аналізу та оцінки передумов впровадження диверсифікаційних заходів на підприємствах. Та маємо визнати, що для кожної галузі характерні свої специфічні особливості. І сьогодні питання розвитку компаній, що надають послуги у сфері протипожежного захисту, у науковій літературі практично не розглядаються.

Огляд публікацій з цього питання надає підстави стверджувати, що мають місце лише окремі, несистемні дослідження, присвячені процесам розвитку підприємств-виробників систем пожежної автоматики й оповіщення [6, 7]. М. Андрієнко висвітлює механізми регулювання забезпечення пожежної безпеки приватними компаніями збоку інститутів державного управління [8]. Це дослідження є корисним для аналізу попиту на протипожежні послуги, однак воно лиш фрагментарно описує ринкову кон'юнктуру й більше присвячено державному управлінню, яке, залежно від політичної волі, ухвалює різноманітні рішення, які одразу можуть змінити визначені дослідником підходи. Т. Петрішина досліджує питання впровадження протипожежного страхування бізнесу [9], що є корисним для посилення, по-перше, відповідальності бізнесу, а по-друге, при правильній реалізації збільшить попит на протипожежні послуги. Хоча, як і в дослідженні попереднього автора, тут грає роль виключно політико-правовий фактор формування попиту, який ми проаналізуємо згодом.

Питання діяльності монтажних компаній, які формують пропозицію на ринку пожежної безпеки й стикаються з його проблемами напряму, їх стабілізації та економічного розвитку в науковій літературі досі не висвітлено. Не висвітленими лишаються й аспекти маркетингового аналізу ринку пожежної безпеки та шляхів (напрямків) бізнес-активності підприємств на ньому, разом із іншими стратегічними альтернативами, не досліджено їх господарську діяльність та подальші перспективи розвитку.

Постановка завдання. Специфічність галузі пожежної безпеки України, яка, зокрема, проявляється у повному державному регулюванні й нормуванні, цілковитій залежності попиту від політико-правових рішень інститутів державної влади (політико-правовий фактор), у законодавчо недопрацьованому інституті відповідальності підприємств за недотримання пожежної безпеки й небажанні бізнесменів витратити кошти на протипожежні заходи, ставить певні обмеження у розвитку підприємств даної сфери. Тому одним із імовірно можливих напрямків формування та/або посилення конкурентних переваг, економічного зростання бізнес-діяльності та стабілізації господарського стану підприємств сфери надання послуг пожежної безпеки, який би не зачіпав основні

законодавчо унормовані й урегульовані продукти (традиційні напрямки), є їх диверсифікація. Отже маємо за мету виявити можливості та проаналізувати передумови диверсифікації підприємств сфери надання послуг пожежної безпеки, окреслити потенційні напрями підвищення їх бізнес-активності та спрогнозувати їх перспективи.

Результати. Диверсифікація є багатоаспектним поняттям, тому в економічній літературі зустрічається різноманітна інтерпретація її сутності. В різних сферах господарювання під диверсифікацією розуміються відмінні один від одного процеси, до того ж класична диверсифікація за Ансоффом, Аакером, Марковцем чи Гортон — одних із перших її дослідників — за останні десятиліття зазнала значних еволюційних змін. Перша стаття Ансоффа, що з'явилася в журналі *Harvard Business Review* ще в 1957 році [10], висвітлює диверсифікацію як зміну продуктової лінії та/або ринку компанії, чим охоплює лише її виробничу діяльність. Однак, сучасні дослідники розглядають диверсифікацію як процес урізноманітнення напрямків діяльності підприємства — виробництва, економіки, фінансів, маркетингу, цінностей та ін. Мета диверсифікації — зниження ризиків, підвищення ринкової стійкості та конкурентоспроможності. Приймаючи це за основу, маємо визнати, що займатися диверсифікацією підприємств змушує ряд причин. Серед загальних, зокрема, прагнення зменшити або розподілити ризик, отримати додаткові джерела доходу за рахунок реалізації додаткових компетенцій компанії, вийти з ринків, що стагнують та отримати фінансові вигоди від роботи в нових галузях (сферах, ринках). Ринок пожежної безпеки України характеризується значно більшою кількістю причин і мотивів диверсифікації діяльності підприємств.

Аналіз передумов диверсифікації підприємств пропонується проводити за зовнішнім та внутрішнім середовищами їх функціонування. За цим підходом, відповідно, маємо на меті виявити зовнішні (екзогенні), та внутрішні (ендогенні) чинники диверсифікації.

Діяльність підприємств сфери надання послуг протипожежного призначення за останні роки суттєво погіршилася. Ринок насичений великою кількістю підрядних (монтажних) організацій, які в силу особливостей галузі й вимог до послуг реалізують виключно традиційні продукти, що ніяк не диференціюються між собою.

Галузь пожежної безпеки включає в себе декілька сфер діяльності: діяльність державних і підприємницьких структур, спрямовану на забезпечення пожежної безпеки, діяльність підприємств-виробників технологічних рішень пожежної безпеки, діяльність приватних експертів, на яких покладені повноваження із проведення експертизи проектно-кошторисної документації та змонтованих систем протипожежного захисту. Експерти частково взяли на себе функції контролю, що ще рік тому були закріплені за органами державної влади.

Діяльність державних структур має на меті нагляд і контроль за дотриманням правил пожежної безпеки, а також розробку нормативно-правових актів щодо здійснення такої безпеки й провадження діяльності суб'єктів господарю-

вання у цій сфері. Діяльність підприємств із забезпечення пожежної безпеки¹ має на меті надання послуг для споживачів. Діяльність виробників, якими переважно є виробничі, науково-дослідні та експериментальні підприємства покликана на дослідження, розробку й реалізацію технологічного обладнання та матеріалів, котрі використовуються підприємствами, які надають протипожежні послуги.

Суб'єкти ринку пожежної безпеки взаємодіють між собою (рис. 1.). Як бачимо, прямий вплив на формування попиту на послуги чинять державні інститути шляхом нормування, нагляду й контролю за бізнесом, який у свою чергу формує пропозицію компаній, що надають послуги, від рішень яких залежить пропозиція підприємств-виробників. Вплив експертів поки що оцінити складно, оскільки вони діють на ринку лише рік. Хоча, загальна тенденція зрозуміла — від їх рішень нарівні з державними структурами напряду залежить діяльність будь-яких підприємств. Опосередковано експерти впливають і на діяльність компаній, що надають послуги. Це пов'язано із проведенням експертизи рішень пожежної безпеки на об'єктах замовників.

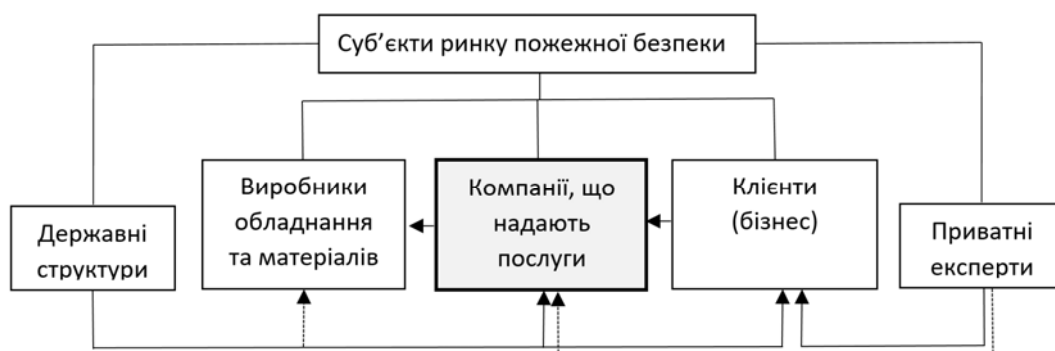


Рис. 1. Взаємодія суб'єктів ринку пожежної безпеки

Діяльність підприємницьких структур формалізована у продуктах, які й формують ринок пожежної безпеки.

Ринок пожежної безпеки України є частиною ринку безпеки (засобів забезпечення безпеки), що зокрема, включає в себе охоронну, пожежну та техногенну безпеку, цивільний захист. Ринок безпеки України, на відміну від світового, здебільшого включає в себе заходи, спрямовані на безпеку споруди чи об'єкта, тоді як поза його увагою все ще лишається, скажімо, інформаційна, економічна, соціальна безпека та ін.

Оскільки кінцевою метою забезпечення пожежної безпеки об'єктів клієнтів є «рішення безпеки», діяльність компаній-виробників продукції є менш цікавою для досліджень, оскільки реалізація їх товарів напряду залежить від наявності у компаній, що надають послуги з пожежної безпеки попиту. Таким чином, зосе-

¹ Послуги з пожежної безпеки часто ще називають послугами протипожежного призначення або пожежного (протипожежного) захисту.

редимо увагу на дослідженні діяльності останніх, основним продуктом яких є надання клієнту рішень у сфері пожежної безпеки. Для аналізу передумов диверсифікації підприємств було обрано групу компаній, що надають послуги в цій сфері. Це 5 ліцензованих компаній, які працюють на ринку Київської обл.

1. Екзогенні передумови диверсифікації підприємств.

Ринок протипожежних послуг перенасичений, а традиційні продукти (безпкові рішення) старіють. Це пов'язано зі специфічністю функціонування бізнесу в цій сфері, його повній урегульованості органами державного нагляду й контролю, яким сьогодні є ДСНС з надзвичайних ситуацій (ДСНС) України. Зміни нормативно-правових актів та державних будівельних норм щодо пожежної безпеки зумовлюють неминучу зміну ринкової кон'юнктури.

Зміни в ліцензійних умовах провадження господарської діяльності також впливають на структуру напрямків діяльності підприємства (послуг), їх матеріально-технічну базу та кадровий склад. Поки що переважна більшість протипожежних послуг ліцензується ДСНС України [11], хоча з року в рік прослідковується зменшення кількості послуг, що підлягають, наприклад, з минулого року не ліцензується монтаж протипожежних перегородок (дверей, воріт, люків, завіс).

З одного боку звуження ліцензованих напрямків діяльності — це позитивне явище, оскільки воно дає змогу допустити до ринку нові компанії, які через занадто високі «вхідні бар'єри» не могли проникнути на нього. Це, в свою чергу, має поживити конкуренцію, «боротьбу» за споживача та якість послуг серед вже існуючих ринкових учасників. З іншого боку, існує високий ризик появи «підприємств-дилетантів» з відсутньою матеріально-технічною, недостатньо кваліфікованим персоналом, або просто недобросовісних підприємців, готових декларувати виконання заходів безпеки об'єкту «на папері» за спільним рішенням із замовником, що готовий нехтувати заходами безпеки там, де їх виконання є обов'язковим, діючи задля власних інтересів.

Питання якості послуг (при скасуванні державного регулювання, нагляду та контролю) як в частині їх надання, так і в частині їх виконання, маємо підняти на високий рівень й дати йому широкий розголос. На жаль, за проведеним нами спостереженням, багато підприємців готові відмовитися від витрачання коштів на рішення в сфері пожежної безпеки у разі, якщо держава не вимагатиме впровадження цих рішень в їх компанії. Інакше кажучи, виникає ризик суттєвого скорочення фінансування послуг протипожежного призначення через ментальні особливості суспільства, що готове ризикувати життям і здоров'ям людей, втратою майна тощо. Наслідками цього процесу вже стало значне зростання кількості пожеж, а також летальних наслідків через них лише за період 2015-2017 років — періоду дії мораторію на перевірки протипожежного захисту органами ДСНС України [12].

Найстрашніші катастрофи, пов'язані з нехтуванням правил пожежної безпеки, за останні роки: пожежа санаторію «Вікторія» в Одесі 16.09.2017р., бази нафтопродуктів «БРСМ» у Київській обл. 8.06.2015р., будинку для літніх людей у селі Літочки в Київській обл. 29.05.2016р., склад лакофарбових матеріалів у м. Львів 15.01.2018р., ринок у Чернівцях 19.03.2018р., ТРЦ «Зимова вишня» в м. Кемерово (Росія) — 25.03.2018р. та ін. Що вже говорити про наміри повного

скасування перевірок об'єктів на предмет дотримання заходів пожежної безпеки в Україні. Тому перспективною задачею державної політики у цій сфері має стати виховання свідомого підприємця-споживача послуг. «Забезпечення пожежної безпеки організаціями залежить від волі керівників витратити на це кошти», — зазначає начальник управління з питань надзвичайних ситуацій КМДА Роман Ткачук [13].

Можна зробити висновок, що забезпечення пожежної безпеки на об'єктах (формування попиту на послуги пожежної безпеки) напряму залежить від діяльності регулюючих і контролюючих органів держави: коли контролюють — тоді й виконують, замовляючи послуги у компаній, що є об'єктом даного дослідження.

Поряд з описаними вище катастрофами, які набули широкого розголосу у ЗМІ, стаються тисячі інших, які недостатньо висвітлюються і про причини яких потенційні клієнти просто не знають, а тому не у повній мірі розуміють масштаби та наслідки від відмови впровадження заходів пожежної безпеки.

Серед опитаних представників комерційних підприємств і державних організацій Київської області з числа різних галузей народного господарства за період з квітня 2017 по січень 2018р. 92% висловилися про важливість заходів пожежної безпеки; 72% респондентів можуть впроваджувати заходи з пожежної безпеки, однак це не є в числі пріоритетних видатків на момент опитування і на майбутнє. І лише 36% мають «превентивний бюджет» й планують впроваджувати чи вже впроваджують заходи протипожежного захисту.

Обмежена сфера і технологічним розвитком. Все пов'язано із унормованістю й неможливістю запропонувати споживачам більш вигідні в економічному сенсі рішення, які не будуть поступатися по ефективності прописаним у нормах характеристикам. Це ж стосується і виробників товарів. Вони розробляють певні комплексні продукти, здатні поєднати в собі декілька безпекових рішень. Подібні рішення економічно вигідні й цікаві своїм функціоналом споживачу, однак їх застосування не регламентується чинними нормами, що унеможливорює використання таких інноваційних рішень у масовому продажі й у роботі монтажних компаній; така продукція обмежена на ринку й монтується лише в рідких приватних випадках.

Описані ситуації свідчать про обмеженість розвитку продуктів і нестабільність галузі. Це вкрай негативно позначається на бізнес-діяльності підприємств.

Аналіз бізнес-діяльності компаній доцільно розпочати із проведення сегментації продуктів ринку послуг сфери пожежної безпеки (рис. 2, 3).



Рис. 2. Сегментація продуктів ринку послуг пожежної безпеки

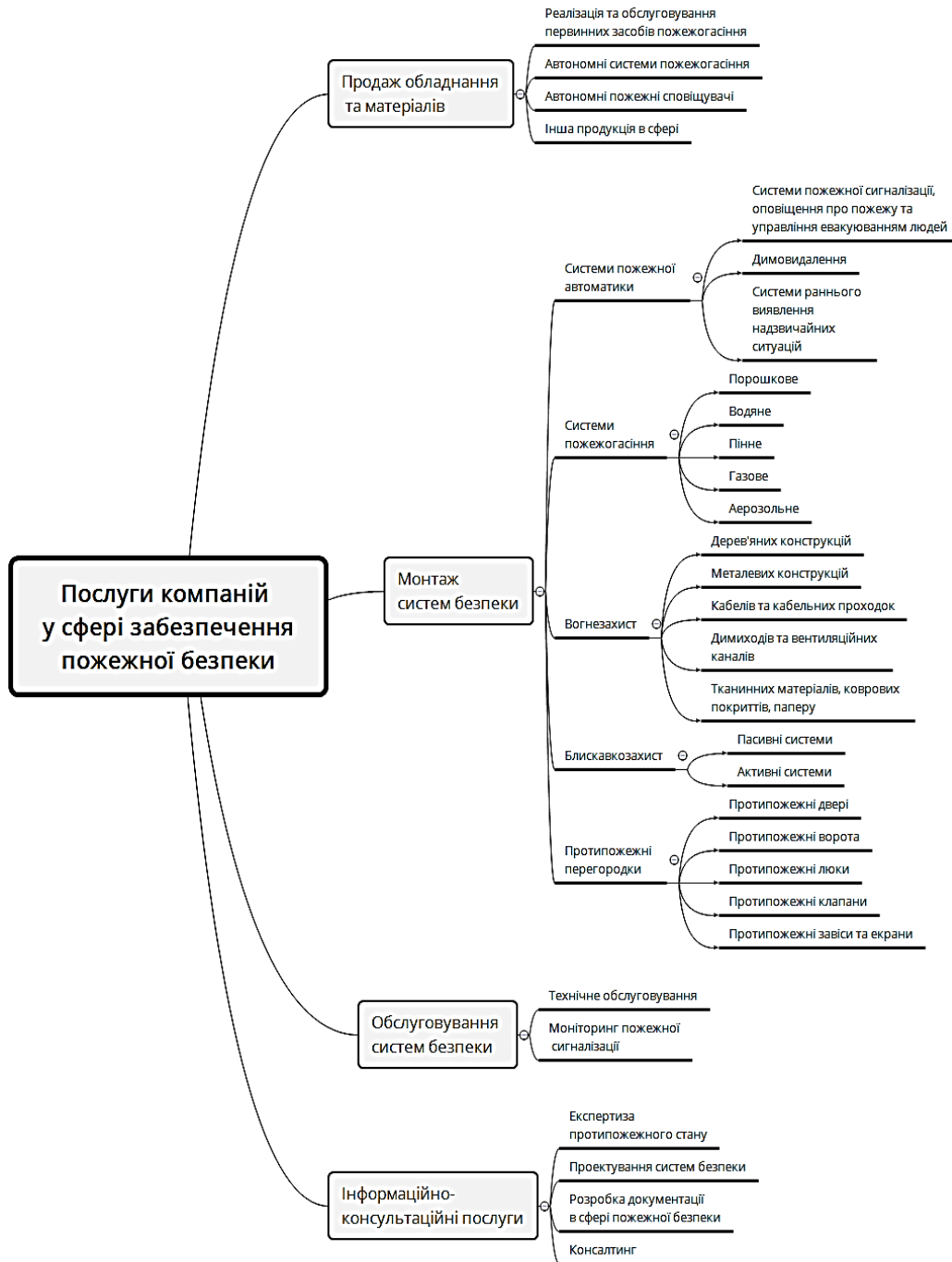


Рис. 3. Послуги у сфері пожежної безпеки

Ці сегменти за потребами або технологічними рішеннями корелюють із створеними державою потребами потенційних споживачів у рішеннях пожежної безпеки.

Як бачимо, продукти на ринку, їх характеристика й сегментація повністю відповідає створеним нормативно-правовим актами засобам захисту і є класичним набором рішень, які обов'язкові до впровадження на своїх об'єктах клієнтами. В той же час продуктивний портфель групи досліджених компаній на 90% складається із традиційних продуктів: системи пожежної автоматики — 32%, системи пожежогасіння — 19%, вогнезахист — 31%, монтаж протипожежних перегородок — 7%, системи блискавкозахисту — 4%, технічне обслуговування систем безпеки — 2%, консалтингові послуги — 5%.

Можемо стверджувати, що сформована таким чином пропозиція продуктів (рішень) взагалі не враховує бажання споживачів. Тому доцільно також зупинитися на цінності продуктів для самих клієнтів.

Аналіз споживчої цінності продуктів компаній, що надають послуги з пожежної безпеки має дати відповідь питання, чи дійсно потенційні споживачі не бажають монтувати протипожежні системи? Проведені нами опитування споживачів показали, що клієнтам цікаві так звані «коробкові» рішення у сфері безпеки [14] — це типові рішення, які направлені на вирішення конкретних питань і реалізуються однаково для всіх. Такі рішення порівняно дешевші і стосуються суміжних систем безпеки — охоронних систем, відеоспостереження, програмне забезпечення для своєчасного виявлення пожеж і оповіщення людей тощо.

Також клієнтів цікавлять комплексні рішення в сфері безпеки [15], що суттєво зможуть заощадити їх бюджет на капітальне будівництво чи реконструкцію. Для прикладу, одночасний монтаж пожежної та охоронної сигналізації однією компанією суттєво знижує вартість монтажних робіт (витрат на підготовчі роботи, пряму заробітну плату, наладку й тестування тощо), що є економічно вигідно клієнту. У той же час, монтажні організації заохочують клієнтів за комплекс робіт знижками або бонусами. Частково це може привабити клієнтів замовити комплекс послуг дешевше.

Є й запит на кваліфікований консалтинг, наприклад, однією із досліджуваних компаній надається продукт — підготовка до планової перевірки об'єкта пожежною інспекцією¹.

Отже у цих випадках можемо говорити про зміну профілю цінності продуктів у клієнтів (рис 4). Як бачимо, багато у чому бажання й пропозиції збігаються, хоча є деякі суттєві невідповідності, які й задають загальну тенденцію до підвищення цінності продуктів.

Зрозуміти тенденції в галузі також дозволяє застосування Моделі аналізу конкурентного середовища за М. Портером. Проведений нами аналіз групи компаній Київської області свідчить, що найбільшою загрозою їх розвитку є висока монополізація, менш суттєвою є загроза появи нових конкурентів через наявність високих «вхідних бар'єрів» (ліцензування, декларування, проникнен-

¹ Див.: <http://spz-bc.com.ua/services/outsourcing/konsulting/>

ня на ринок тощо). Загроза появи продуктів-замінників є відсутньою, оскільки кожна послуга має надаватися згідно норм та правил. Значним є вплив постачальників через те, що ціна на закордонні матеріали та обладнання значно вища, споживач послуг орієнтує закупівельну політику компаній, що надають послуги пожежної безпеки, орієнтуватися на вітчизняного виробника. Ринок вітчизняних товаровиробників — це здебільшого олігополія, а окремі товари виробляються виключно монополістами.



Рис. 4. Ціннісний профіль рішень у сфері пожежної безпеки

Примітка. П'ятибальною шкалою позначений рівень важливості окремих характеристик профілю цінності відповідно для клієнтів і групи компаній.

Місткість ринку. Оскільки споживання послуг відбувається двома групами споживачів — нові будівництва, реконструкції об'єктів та існуючі будівлі, не обладнані системами захисту, — важливо правильно обрати систему показників для визначення місткості ринку. Першу групу можна ідентифікувати, наприклад за реєстром декларацій на виконання будівельних робіт на сайті ДАБІ України. З визначенням другої групи складніше, оскільки нині не проведено жодних систематичних досліджень про виявлення потенційних споживачів серед неї.

Аналізуючи заяви високопосадовців можемо припустити, що клієнтами цієї групи у 2018-2020рр, за наявності фінансування, стануть всі існуючі навчальні заклади, заклади медицини та санаторно-курортного лікування [16]. Після Кемеровської трагедії число потенційних клієнтів поповнилося торговельно-розважальними центрами та заклади громадського обслуговування (кафе, ресторани, магазини)[17]. Серед решти підприємств та організацій можемо робити

припущення на основі статистики минулих періодів — підприємства 4 та 5 категорії складності, та невеликий відсоток підприємств із незначним ступенем ризику. Реальна місткість ринку в 2016 році (по Україні) становила 20,2 млрд грн., потенційна ж може сягати до 100 млрд грн.¹

Приведений аналіз вкотре свідчить про попит, залежний від політико-правового фактору. Враховуючи це виникає необхідність проаналізувати рівень конкуренції, її характер та розглянути конкурентну ситуацію на ринку як фактор у прийнятті рішення про диверсифікацію за допомогою оцінки інтенсивності конкуренції.

Кількісну оцінку інтенсивності конкуренції проведено за методикою І.В. Смоліна на основі варіації ринкових часток підприємств-конкурентів в статистиці і динаміці [18]. Низька інтенсивність свідчить про низьку протидію конкурентів, а отже і про високу монополізація ринку, висока ж інтенсивність — це висока протидія конкурентів, низько монополізований ринок (табл. 1).

Таблиця 1

ОЦІНКА ІНТЕНСИВНОСТІ КОНКУРЕНЦІЇ НА ДОСЛІДЖУВАНИХ РИНКАХ²

Ринки		Інтенсивність в статистиці	Інтенсивність в динаміці
монтажних робіт	Системи пожежної автоматики	Н	Н
	Вогнезахист	Н	Н
	Блискавкозахист	В	В
	Противожежні перегородки	Н	Н
	Інші види робіт	В	Н
інформаційно-консультаційні послуги		В	Н
Обслуговування систем безпеки		В	В
Продаж обладнання і матеріалів		С	В

Примітка. «В» — Висока, «С» — Середня, «Н» — Низька.

Результати проведеного аналізу свідчать про високу монополізацію ринку пожежної сигналізації та вогнезахисту як у статистиці, так і в динаміці. Що говорить про несприятливу тенденцію до все більшої монополізації. Та ж сама ситуація склалася і на ринку монтажу протипожежних перегородок. На ринку систем блискавкозахисту інтенсивність висока у статистиці і є позитивна динаміка. Хоча, як свідчать результати опитувань потенційних клієнтів, попит на такі послуги є найнижчим. Інші види монтажних робіт та інформаційно-консультаційні послуги — все ще висока інтенсивність конкуренції, однак є тенденція до монополізації. Зберігається високий рівень інтенсивності конкуренції.

¹ Дані розраховано автором за експертними оцінками керівників досліджуваної групи компаній.

² Інформаційною базою для оцінки є дані компаній, що діють на ринку Київської області (крім м. Києва); оскільки регіональні особливості жодним чином не впливають на діяльність подібних компаній, вважаємо вибірку репрезентативною.

ції в обслуговування систем безпеки та продажі обладнання та матеріалів. Проте в цілому ринок послуг пожежної безпеки — надто монополізований.

Аналіз ринкових часток за 2017 рік свідчить про те, що на регіональному ринку (Київська обл.) за всіма послугами пожежної безпеки є п'ять підприємств-лідерів, сумарні ринкові частки яких становлять 65% (рис.5).

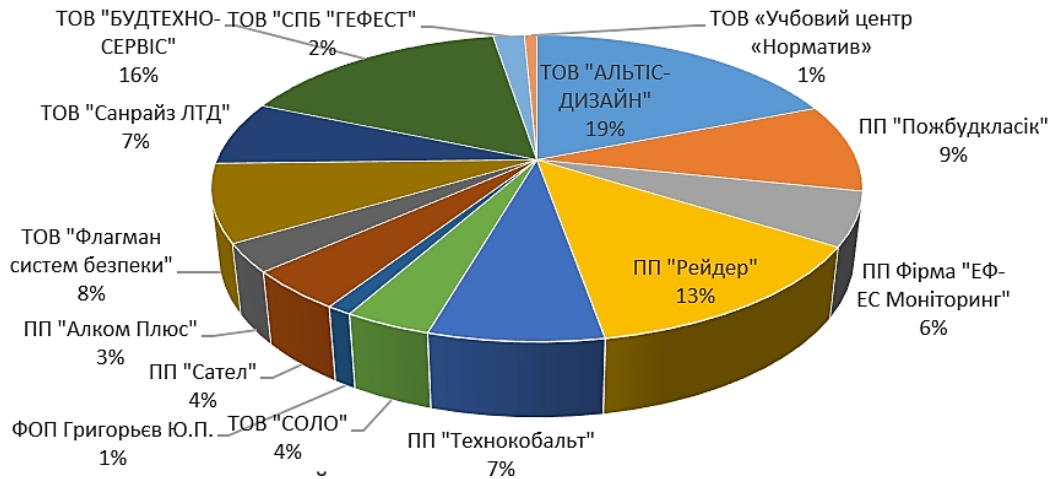


Рис. 5. Ринкові частки підприємств сфери послуг пожежної безпеки Київської обл.

Представлена діаграма яскраво ілюструє високу концентрацію і монополізацію ринку.

2. *Ендогенні передумови диверсифікації підприємств.*

Для аналізу було обрано дві компанії з групи досліджуваних, які займаються традиційними послугами пожежної безпеки, реальні назви яких приховані автором задля збереження комерційної таємниці й нерозголошення інсайдерської інформації. Розглянемо внутрішні передумови для диверсифікації підприємств в економічному та управлінському аспекті.

Фінансові результати обох компаній погіршуються з року в рік, що викликано переважно падінням продажів. На думку менеджерів компаній, це пов'язано із послабленням державного нагляду і контролю за пожежною безпекою. Падіння обсягів продажу зумовлює низьку завантаженість трудових ресурсів, які створюють менше продуктів.

Аналізуючи кількість клієнтських звернень до однієї із компаній можна помітити тенденцію до зниження кількості клієнтів. У 2014 році компанія опрацювала 2048 замовлень, тоді як у 2017 році їх кількість скоротилася майже вчетверо і склала 610 замовлень.

Собівартість послуг пожежної безпеки¹. У кошторисах на пожежну автоматику та пожежогасіння понад 64% витрат закладені на трудові ресурси, що го-

¹ Інформаційною базою є дані двох досліджуваних компаній та аналітика державних закупівель «Прозор» на порталі: <https://prozorro.gov.ua/>.

ворить про високу інтелектуальну складову. Деякі масштабні проекти містять окремі кошториси на пусконаладжувальні роботи, які повністю складаються з розумової праці й потребують залучення фахівців вищої категорії. Частка витрат на такі роботи може сягати до 40% кошторисної вартості послуг. В той же час, частка інтелектуальної праці в монтажі систем блискавкозахисту, здебільшого, не перевищує 10%, а у послугах з вогнезахисту практично відсутня. Це пов'язано із суто механічною роботою, що не потребує фахівців високої кваліфікації. Частка інтелектуальної праці інформаційно-консультаційних послуг становить 80-90%. Серед послуг обслуговування рівень інтелектуалізації на рівні 25%.

Отже, послуги протипожежного призначення характеризуються високою інтелектуалізацією праці і наявністю більшості фахівців та професіоналів серед персоналу компаній, діяльність яких може бути цінною й у інших сферах, враховуючи їх потенціал.

Керівництво обох підприємств знайшло шляхи фінансової стабілізації за рахунок розширення сфери діяльності й продажу послуг на інших ринках. Залучення фахівців до виконання нової роботи із їх додатковим навчанням та перекваліфікацією допомогло компаніям вийти на нові ринки в короткі терміни та без значних затрат. По-суті, це є перетворення додаткових компетенцій компанії у окремі продукти.

Деякі компанії відкривають абсолютно «чужі» для їх компетенцій напрямки, дехто шукає шляхи розвитку за рахунок інтеграційних стратегій з подальшим виведенням продукту на ринок, що також вважається диверсифікацією, наприклад, виробництво власних протипожежних дверей для використання їх у наданні послуг (вертикальна інтеграція) з подальшим виходом з ними на ринок (продуктова диверсифікація) [19]. Все це вкотре підтверджує гіпотезу, що диверсифікація таких компаній є вірним шляхом для стабілізації їх поточного стану та для подальшого їх розвитку.

3. Оцінка передумов диверсифікації компаній ринку послуг пожежної безпеки та тенденцій їх розвитку.

Оцінивши проблематику діяльності компаній сфери надання послуг протипожежного призначення комплексно — з позиції внутрішніх і зовнішніх викликів, узагальнимо екзогенні та ендогенні передумови їх диверсифікації (табл. 2).

Диверсифікація діяльності компаній сфери пожежної безпеки зможе забезпечити:

- стабілізацію поточної господарської діяльності компаній в період зниження попиту на їх продукти через політико-правовий фактор чи сезонний фактор, відсутності фінансування об'єктів тощо;
- додаткові джерела надходження коштів за межами традиційної сфери діяльності компаній;
- економію матеріальних ресурсів через використання їх у споріднених послугах;
- ефективне використання трудових ресурсів для надання ними окремих чи додаткових послуг у межах їхньої кваліфікації;

- реалізацію декількох послуг одному замовнику завдяки наданню комплексного рішення;
- подолання залежності компанії від однієї продуктової лінії (ринкового сегмента);
- невисокі витрати на диверсифікацію у продукт додаткових компетенцій та суміжних сфер, що не потребують капітальних витрат.

Таблиця 2

ПЕРЕДУМОВИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ КОМПАНІЙ СФЕРИ ПРОТИПОЖЕЖНИХ ПОСЛУГ

Природа передумов	Характеристика
Екзогенні передумови	- ментальні особливості підприємців та власників клієнтських компаній;
	- низький рівень відповідальності за порушення пожежної безпеки на підприємствах;
	- недостатня увага до проблем сфери у ЗМІ;
	- застарілі норми та нормативи з пожежної безпеки й будівництва, що регламентують роботи у цій сфері;
	- відсутність державного механізму — альтернативи перевіркам, що дозволили би забезпечити пожежну безпеку на об'єктах;
	- нестача коштів для фінансування рішень у сфері пожежної безпеки у компаній;
	- висока монополізація ринків пожежної безпеки;
	- неможливість використання інноваційних рішень (диференціювання продукту);
	- повна залежність кон'юнктури ринку від політико-правових рішень;
	- зміна філософії цінності послуг у клієнтів;
	- безальтернативність у виробниках технологічних товарів;
	- скасування ліцензій (поява недобросовісних підприємств та посилення конкуренції з будівельними організаціями, готовими виконувати послуги пожежної безпеки самостійно);
- низький попит (36% готові придбати традиційні рішення);	
Ендогенні передумови	- підвищення собівартості послуг й зниження прибутку;
	- низька завантаженість трудових ресурсів;
	- набуті додаткові компетенції;
	- використання інтелектуального потенціалу у суміжних сферах;
	- легка переорієнтація в споріднені послуги на інших ринках без значних витрат.

Враховуючи складний фінансово-економічний стан підприємств традиційних сфер послуг пожежної безпеки та нестабільність їх основної діяльності, беручи за основу зміну філософії цінності послуг та перевагу «коробкових» і комплексних рішень, опираючись на базис додаткових компетенцій ресурсної

теорії диверсифікації [20] та синергетичний ефект, притаманний диверсифікованим підприємствам, ураховуючи неможливість диференціації послуг та приймаючи унормованість та урегульованість як основу їх існування, пропонуємо перспективні «клієнтоорієнтовані» напрямки диверсифікації підприємств досліджуваної сфери. До таких напрямків належать:

1) диверсифікація в супутні продукти традиційної сфери для підприємств, що не охоплюють повністю сегмент, а спеціалізуються виключно на окремих рішеннях й вимушені шукати субпідрядників у випадку замовлення інших продуктів. Витрати на диверсифікацію мінімальні.

2) Диверсифікація в охоронну сферу й надання комплексного рішення з охоронно-пожежної безпеки. Такий комплекс — суттєва конкурентна перевага, оскільки охоронні компанії, здебільшого, не мають ліцензій на послуги з пожежної безпеки, тоді як переважна більшість послуг з охоронної безпеки не підлягають ліцензуванню. Цей напрямок також не потребує значних витрат, оскільки понад дві третини охоронних продуктів є технологічно пов'язаними з протипожежними системами.

3) Диверсифікація у сфері, що не притаманні досі українському ринку у повній мірі — інформаційна, економічна, техногенна, соціально-трудова безпека та ін., наприклад, захист інформації, системи раннього виявлення аварій обладнання, детективні послуги та ін. Вони потребують додаткових фінансових витрат та персоналу іншої кваліфікації.

4) Зміна центру тяжіння¹ із безпекового сектору, наприклад, в монтажний: монтаж інженерних мереж, зв'язку, сигналізації, радіо, телебачення, інформаційних мереж. Це докорінні змін в компанії, що передбачають диверсифікацію бізнес-моделі (наявність декількох бізнес-моделей в межах одного підприємства) та значні витрати на імплементацію.

5) Індивідуальний інноваційний комплексний продукт, що поєднує в собі різні комбінації досліджених вище продуктів. Така диверсифікація потребує високих витрат, однак є перспективною, бо «сервіс» в недалекому майбутньому зосередить навколо себе усі послуги за технологічними або галузевими напрямками.

6) Диверсифікація в аутсорсингові продукти. Послуги аутсорсингу функцій пожежної, техногенної безпеки та охорони праці, що полягають в передачі всіх забезпечувальних, обслуговуючих, документальних й організаційних рутин на сторонню організацію. Такі рішення, зокрема, пропонує компанія «Спецпожзахист»². Маємо висунути гіпотезу, що перспектива реалізації такого підходу змістить центр конкуренції з окремих продуктів-рішень чи комплексу до пакету повного обслуговування клієнтської компанії в окремих функціональних напрямках її діяльності.

7) Бюджетні «коробкові» рішення, що дозволяють реалізовувати доступні системи охоронно-пожежної безпеки для квартир і котеджів, де заходи з пожежної

¹ Центр тяжіння (за Дж. Гелбрайтом [21]) є основою стратегічних змін. Він виникає там, де підприємство досягло успіху у своїй галузі і залежить від того, яке місце в ланцюжку постачань воно займає.

² Див.: офіційний сайт компанії «Спецпожзахист» — <http://spz-bc.com.ua/>, яка є прикладом успішного впровадження диверсифікаційних рішень [22].

безпеки не нормуються, наприклад, автономний пожежний сповіщувач, в який вмонтований акумулятор, з інтегрованим модулем відправки повідомлень на мобільний телефон господаря. Такі продукти орієнтовані на ринок, раніше не характерний для досліджуваних компаній, – ринок “b-to-c”.

Висновки. Отже, залежність галузі від політико-правового фактору, несприятлива ринкова кон’юнктура й диференціація споживчих цінностей продуктів зумовлюють компанії, що надають послуги у сфері пожежної безпеки, проводити стратегічні зміни. Зокрема, зважаючи на досліджені передумови, диверсифікуватися. Диверсифікація полягає як у розширенні традиційної лінії, так і у реалізації продуктів нових компетенцій, рішень щодо зміщення центру конкурювання підприємств та відкриття нових ринків, балансуванні між цінністю і нормативними вимогами традиційних продуктів.

Таким чином, ринок протипожежних послуг поступово розширюється супутніми послугами або комплексними рішеннями. Запропоновані напрямки диверсифікації зможуть стати ефективними стратегіями розвитку компаній з різними фінансовими можливостями й дозволять забезпечити стабілізацію поточного стану, збільшити економічні вигоди, посиливши чи сформувавши нові конкурентні переваги.

Література

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. — СПб: Питер Ком, 1999.—416 с.— (Серия «Теория и практика менеджмента»)
2. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента/ Пер. с англ. Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. — М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. — 175с.
3. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. — К.: КНЕУ, 2001. — 227 с.
4. Цогла О. О. Обґрунтування та економічне оцінювання диверсифікації діяльності машинобудівних підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Цогла Олена Орестівна — Львів, 2011. — 27 с.
5. Бутенко Л. М. Формування та реалізація стратегій диверсифікації діяльності підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Бутенко Людмила Миколаївна — Київ, 2011. — 21 с.
6. Савченко Ю. Т. Дослідження маркетингових каналів розподілу на ринку систем протипожежного захисту / Ю. Т. Савченко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. — 2017. — № 863. — С. 185-191.
7. Савченко, Ю. Т. Оцінювання чинників розвитку ринку технічних засобів безпеки / Ю.Т. Савченко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Електроніка : [зб. наук. пр.] / М-во освіти і науки України ; відп. ред. Д. Заячук. — Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2006. — С. 229-236.
8. Андрієнко М. В. Удосконалення механізмів регулювання процесу забезпечення пожежної безпеки в Україні / М. В. Андрієнко. // Інвестиції: практика та досвід. — 2017. — №20. — С. 46–49.

9. Петрішина Т.О. Оцінка можливості впровадження обов'язкового протипожежного страхування на вітчизняних підприємствах / Т. О. Петрішина // Фінансові механізми забезпечення розвитку економіки України в сучасних умовах : зб. наук. матеріалів Всеукр.наук.-практ. конф., 15 квіт. 2016 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана», каф. фінансів, каф. фін. ринків. — Київ : Аграр Медіа Груп, 2016. — С. 202–203.
10. Ansoff H. I. Strategies for diversification/ H.I. Ansoff.// Harvard business review. — 1957. — № 35(5), v. 113-124
11. Постанова Кабінету міністрів України № 85 від 23 листопада 2016р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/852-2016-p\(24.12.2017p.\)](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/852-2016-p(24.12.2017p.))
12. Бодня Т. Микола Чечоткін: Розглядається версія про те, що пожежну сигналізацію «Вікторії» відключив персонал [Електронний ресурс] / Т. Бодня // Цензор.НЕТ. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: [https://ua.censor.net.ua/resonance/458856/mykola_chechotkin_rozglyadayetsya_versiya_pro_te_scho_pojejnu_sygnalizatsiyu_v_iktoriyi_vidklyuchyv_personal.\(10.03.2018p.\)](https://ua.censor.net.ua/resonance/458856/mykola_chechotkin_rozglyadayetsya_versiya_pro_te_scho_pojejnu_sygnalizatsiyu_v_iktoriyi_vidklyuchyv_personal.(10.03.2018p.))
13. Балачук І. У столичних школах і дитсадках виявили 7 тисяч порушень порушень пожежної безпеки [Електронний ресурс] / І. Балачук // Українська правда. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: <https://kiev.pravda.com.ua/news/59c22b6bcb1b2/>.
14. Приходько І. Економіка ринка безпеки України уходить в «коробку» [Електронний ресурс] / І. Приходько // Security.ua. — 2016. — Режим доступу до ресурсу: [http://security.ua/top/economy/ekonomika-rynka-bezopasnosti-ukrainy-ukhodit-v-korobku/\(12.03.2018p.\)](http://security.ua/top/economy/ekonomika-rynka-bezopasnosti-ukrainy-ukhodit-v-korobku/(12.03.2018p.))
15. Аналітика ринка безпеки України — противоречия и выводы экспертов [Електронний ресурс] // Security.ua. — Режим доступу до ресурсу: http://security.ua/articles/analytics/analitika_rynka_bezopasnosti_ukrainy_protivorechiya_i_vyvody_ekspertov/.
16. Уряд знову дозволить перевірки безпеки, серед іншого і продовольчої», — Гройсман про трагедію у «Вікторії» [Електронний ресурс] // ЦЕНЗОР.НЕТ. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: [https://ua.censor.net.ua/news/456073/uryad_znovu_dozvolyt_perevirky_bezpeky_sered_inshogo_i_prodovolchoyi_groyisman_pro_tragediyu_u_viktoriyi\(12.03.2018p.\)](https://ua.censor.net.ua/news/456073/uryad_znovu_dozvolyt_perevirky_bezpeky_sered_inshogo_i_prodovolchoyi_groyisman_pro_tragediyu_u_viktoriyi(12.03.2018p.))
17. Гройсман оголосив про масштабні перевірки пожежної безпеки [Електронний ресурс] // СЕГОДНЯ. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: <https://ukr.segodnya.ua/economics/business/groysman-obyavil-o-masshtabnyh-proverkah-pozharnoy-bezopasnosti-1126114.html>.
18. Смолін І. В. Система стратегічного планування розвитку підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. ек. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація та управління підприємствами» / Смолін Ігор Валентинович — Київ, 2005. — 39 с.
19. Грабовенко О. Формування конкурентних переваг компанії на основі диверсифікації її діяльності (на прикладі ТОВ «АЛЬТІС-ДИЗАЙН»)[Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://www.slideshare.net/alegre380/hrabovenko-present-1\(12.03.2018p.\)](https://www.slideshare.net/alegre380/hrabovenko-present-1(12.03.2018p.))
20. Бухвалов А. В. Современные трактовки стратегий диверсификации / А. В. Бухвалов, В. С. Катькало. // Российский журнал менеджмента. Т.6. — 2008. — №1. — С. 57–64.

21. Jay R. Galbraith. *Strategy and Organization Planning*. — Human Recourse Management. — Spring-Summer 1983.

References

1. Ansoff, I. *Novaia korporatyvnaia stratehiya*. SPb: Pyter Kom, 1999.
2. Boumen, K. *Osnovi stratehicheskoho menedzhmenta*. M: Banky y byrzhny, YuNYTY, 1997.
3. Nalyvaiko, A.P. *Teoriia stratehii pidpriemstva. Suchasnyi stan ta napriamky rozvytku*: Monohrafiia. K.: KNEU, 2001.
4. Tsohla, O. O. *Obgruntuvannia ta ekonomichne otsiniuvannia dyversyfikatsii diialnosti mashynobudivnykh pidpriemstv*: avtoref. diss. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ek. nauk : spets. 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diialnosti)». Lviv, 2011.
5. Butenko, L. M. *Formuvannia ta realizatsiia stratehii dyversyfikatsii diialnosti pidpriemstva* : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ek. nauk : spets. 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diialnosti)». Kyiv, 2011.
6. Savchenko, Yu. T. *Doslidzhennia marketynhovykh kanaliv rozpodilu na rynku system protypozhezhnogo zakhystu: Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha»*. Lohistyka, vol. 863 (2017): 185-91.
7. Savchenko, Yu. T. *Otsiniuvannia chynnykiv rozvytku rynku tekhnichnykh zasobiv bezpeky: Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha»*. Serii: Elektronika. zb. nauk. pr, 2006, 229-236.
8. Andriienko, M. V. *Udoskonalennia mekhanizmiv rehuliuвання protseu zabezpechennia pozhezhnoi bezpeky v Ukraini. Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 20 (2017): 46–49.
9. Petrishyna, T.O. *Otsinka mozhyvosti vprovadzhennia obov'язkovoho protypozhezhnogo strakhuvannia na vitchyznianskykh pidpriemstvakh. Finansovi mekhanizmy zabezpechennia rozvytku ekonomiky Ukrainy v suchasnykh umovakh: zb. nauk. materialiv Vseukr.nauk.-prakt. konf., April 15, 2016, 202–203.*
10. Ansoff, H. I. *Strategies for diversification. Harvard Business Review*, vol. 35(5), (1957): 113-24.
11. *Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy № 85 Vid 23 Lystopada 2016r.* 2016. Accessed Desember 24, 2017. <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/852-2016-p>.
12. Bodnia, T. *Mykola Chechotkin: Rozghliadaietsia versiia pro te, shcho pozhezhnu syhnalizatsiiu «Viktorii» vidkliuchyv personal. Tsenzor.NET.* 2017. Accessed March 10, 2018. https://ua.censor.net.ua/resonance/458856/mykola_chechotkin_rozglyadayetsya_versiia_pro_te_scho_pojejnu_sygnalizatsiyu_viktoriyi_vidklyuchyv_personal.
13. Balachuk, I. *U stolychnykh shkolkakh i dytsadkakh vyiavly 7 tysiach porushen porushen pozhezhnoi bezpeky.Ukrainska pravda.* 2017. Accessed March 10, 2018. <https://kiev.pravda.com.ua/news/59c22b6bcb1b2/>.

14. Prykhodko, Y. Ekonomyka rinka bezopasnosti Ukraini ukhodyt v «korobku». Security.ua. 2016. Accessed March 12, 2018. <http://security.ua/top/economy/ekonomika-rynka-bezopasnosti-ukrainy-ukhodit-v-korobku/>.
15. Analytyka rinka bezopasnosti Ukraini — protyvorechya y vivodi ekspertov. Security.ua. 2016. Accessed March 12, 2018. http://security.ua/articles/analytics/analitika_rynka_bezopasnosti_ukrainy_protivorechya_i_vyvody_ekspertov/.
16. Uriad zнову dozvolyt perevirky bezpeky, sered inshoho i prodovolchoi», — Hroisman pro trahediiu u «Viktorii». TSENZOR.NET. 2017. Accessed March 12, 2018. https://ua.censor.net.ua/news/456073/uryad_znovu_dozvolyt_perevirky_bezpeky_sered_inshogo_i_prodovolchoyi_groyisman_pro_tragediyu_u_viktoriyi.
17. Hroisman oholosyv pro masshtabni perevirky pozhezhnoi bezpeky. SEHODNIA. 2018. Accessed March 12, 2018. <https://ukr.segodnya.ua/economics/business/groysman-obyavil-o-masshtabnyh-proverkah-pozharnoy-bezopasnosti-1126114.html>.
18. Smolin, I. V. Systema stratehichnoho planuvannia rozvytku pidpriumstva : avtoref. diss. na zdobuttia nauk. stupenia dokt. ek. nauk : spets. 08.06.01 «Ekonomika, orhanizatsiia ta upravlinnia pidpriumstvamy». Kyiv, 2005.
19. Hrabovenko, O. Formuvannia konkurentnykh perevah kompanii na osnovi dyversyfikatsii yii diialnosti (na prykladi TOB «ALTIS-DYZAIN»). 2016. Accessed March 12, 2018. <https://www.slideshare.net/alegre380/hrabovenko-present-1>.
20. Bukhvalov, A. V and Katkalo, V. S. Sovremennie traktovky stratehyi dyversyfykatsyy. *Rosyiskiy zhurnal menedzhmenta*. 1, Vol.6 (2008): 57–64.
21. Galbraith, Jay R. Strategy and Organization Planning. *Human Recourse Management*. Spring-Summer (1983).

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ: АНАЛИЗ ПРЕДПОСЫЛОК И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ

А.В. Грабовенко, аспирант кафедры стратегии предприятий
ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. На основе комплексного анализа деятельности выявлены современные тенденции развития предприятий сферы услуг пожарной безопасности и идентифицированы предпосылки диверсификации их деятельности, которая является одним из возможных способов их развития. Исследуются предпосылки диверсификации во внешнем (экзогенном) и внутреннем (эндогенной) измерениях с учетом основных тенденций развития отрасли и рынка пожарной безопасности. Приведена характеристика экономического и управленческого аспектов деятельности исследуемых компаний в современных условиях с прогнозированием тенденций их развития на ближайшую перспективу.

Ключевые слова: диверсификация деятельности предприятий, стратегия предприятий, пожарная безопасность, развитие предприятий.

DIVERSIFICATION OF COMPANIES IN THE SPHERE OF PROVIDING FIRE SAFETY SERVICES: ANALYSIS OF PRECONDITIONS AND FORECASTING OF ITS DEVELOPMENT

Oleksandr V. Hrabovenko, PhD-student,
SHEI “Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman”

Abstract. This article highlights the specifics of the activities of enterprises in the sphere of fire-prevention services and reflects the prerequisites for the implementation introduction of strategic changes through the diversification of their activities. The objective of this research is to identify the opportunities and analyze the prerequisites for diversifying the enterprises in the field of fire safety, recognize the potential areas for increasing their business activity and forecast their prospects. The survey is based on an interview with potential customers and a group of the fire safety companies, the analysis of public procurement in this field. The results of this research are external and internal prerequisites for diversification, prospective directions for the development of enterprises through diversification based on changes in the value profile of products and requirements of government regulations. The proposed diversification directions can become effective strategies for the development of companies with different financial capabilities. They will allow stabilizing the current state, increasing economic benefits, strengthening or creating competitive advantages. In addition, the identified forms of traditional services provide the ground for shifting the center of market competition from the classical provision of products to the full service companies in a certain area.

Keywords: diversification of companies, business strategy, fire safety, enterprises development.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2018

УДК 338.2; 338.984

Шафалюк Олександр Казимирович*

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В УПРАВЛІННІ ЛОГІСТИЧНИМИ СИСТЕМАМИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті описано основні наукові і практичні проблеми маркетингової оптимізації логістичних систем. Показано особливості і складності розвитку логістичного менеджменту бізнес-мереж українських підприємств. Акцентовано увагу на перспективних напрямках підвищення ефективності логістичної і мережево-кластерної оптимізації взаємодії підприємств. Доводиться результативність маркетингових концепцій і страте-

* Шафалюк Олександр Казимирович — доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», dean_marketing@kneu.edu.ua

гій в якості базису гармонізації логістичної взаємодії учасників соціально-економічних систем.

Ключові слова: маркетинг, логістика, стратегія, система, бізнес-мережа, підприємство, ефективність

Вступ. Питання необхідності маркетингової оптимізації параметрів і гармонізації функціонування підсистем логістики, так саме як і іншої спеціалізації, є актуальним і відкритим, хоча вже не є дискусійним на рівні декларацій науковців і практиків [1, 2, 3]. Кардинально протилежна ситуація щодо пріоритетності маркетингових стратегій як стрижня системної інтеграції і розвитку діяльності підприємств в межах ланцюгів/мереж постачань товарів, а також на рівні функціональних підсистем, бізнес-процесів. Тут фахівці відстоюють домінують спеціальних підходів, лише передумовами ефективності яких є маркетингові принципи орієнтації на клієнтів [4, 5].

Ці аспекти є пов'язаними і пояснюють причини багатьох протиріч, асиметрій та втрати ефективності, визначають поле перспективних можливостей щодо удосконалення більшості торговельно-розподільчих систем в економіці.

Постановка завдання. Зважаючи на вищезазначене, показово, що Ф. Котлер у книзі «Маркетинг третього тисячоліття» [6] вимушений констатувати недостатній рівень реалізації маркетингової концепції сучасними компаніями. При цьому він робить акцент саме на брак кросфункціональності та гармонізації принципів роботи підрозділів підприємств, а також більш масштабних підсистем бізнесу у забезпеченні ефективного маркетингу щодо оптимізації взаємодії зі споживачами та іншими стейкхолдерами. Маркетингові принципи та орієнтири реалізуються фрагментарно, для забезпечення високих економічних результатів бракує уваги, проактивності та системності реакцій менеджменту за мінливості і ускладнення кон'юнктури ринків.

На підтвердження останньої тези варто відзначити, що непомітно, на фоні ускладнення умов функціонування господарських систем за сучасного ринку, відповідно, слабо контрольоване зростання ризиків і витрат — є однією з головних причин і чинників втрати ефективності бізнесу [7]. Результати численних наукових досліджень фахівців з маркетингу, досвід безпосередньої реалізації та експертного супроводження консалтингових проектів засвідчують, що прогресивні концепції та інструменти маркетингу, сучасні моделі ринкових взаємодій недостатньо опрацьовані і використовуються підприємствами у логістиці, є значним резервом підвищення ефективності їх діяльності.

Визначення продуктивних підходів і стратегій у реалізації цих резервів, з розробкою і демонстрацією результативності відповідних рекомендацій, є метою статті. Завданнями підготовки публікації є: ідентифікація і конструктивне опрацювання проблематики управління логістичними системами промислових підприємств; формування пропозицій з удосконалення управління логістичними системами вітчизняних підприємств.

Стаття підготовлена за результатами експертного супроводження проекту побудови ефективної логістичної системи для мережі підприємств національно-

го масштабу, що передбачав аудит існуючих підходів і моделей, а також розробку довгострокової стратегії розвитку виробничої і торговельно-розподільчої діяльності бізнес-партнерів [8].

Результати досліджень. Метою маркетингу відносин, партнерського та інших близьких за змістом концептуальних моделей є формування унікальних активів (компетенцій) мережевої взаємодії учасників бізнес-систем. Саме тому орієнтація на запити кінцевих споживачів, на основі яких оптимізуються портфелі брендів, пропонування товарів і сервісів підприємств, є чи не єдиним зручним і принципово можливим базисом інтеграції та гармонізації інтересів, конкурентних переваг тощо в межах ланцюгів створення цінності для споживачів. Адже всі інші орієнтири за суперечливості критеріїв маркетингової та економічної результативності, втрати чіткості позиціонування та унікальності пропозицій цільовому ринку зменшує вартість бізнесу, брендів компаній.

Фактично будь-яка логістична проблема має проявом погіршення обслуговування, зростання невідповідності параметрів пропозицій запитам споживачів. Подібні дисбаланси частіше за все проявляються комплексно за кількісними, вартісними і якісними характеристиками. Так, зменшення доступності товарів для покупців (рисунок 1) практично завжди є наслідком недостатньо ефективної роботи ключових підприємств мережі (кластеру) з бізнес-партнерами (рисунок 2).

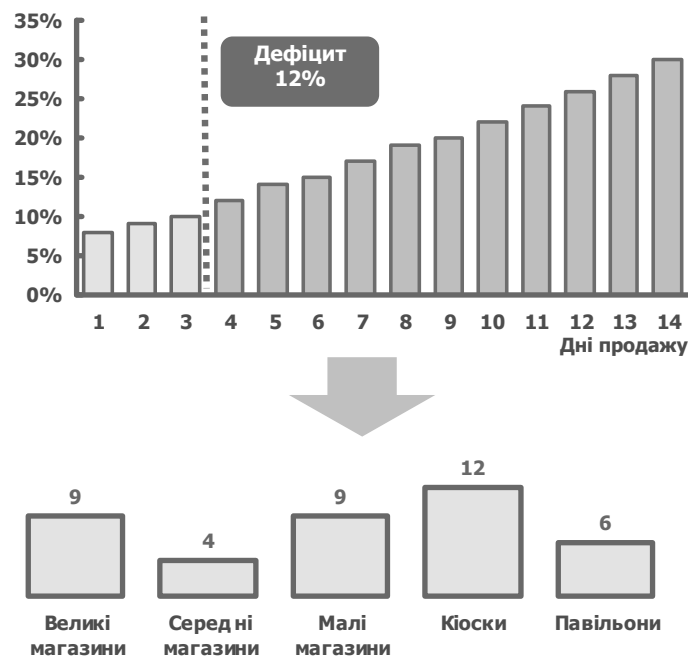


Рис. 1. Рівень доступності товарів в торговельно-розподільчих мережах

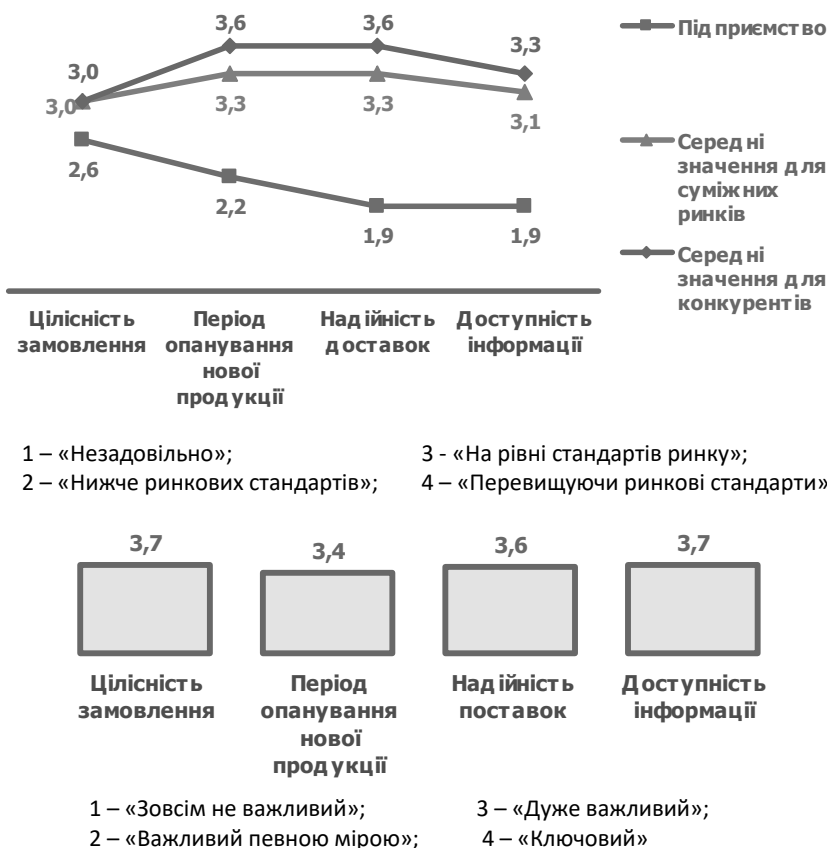


Рис. 2. Значущість і оцінки дистриб'юторами аспектів якості взаємодії базового підприємства з посередниками

При цьому важливою є висока значущість, представлених на рисунку 2, критеріїв оцінювання різної специфіки: товарно-матеріальних, організаційних, інформаційних і т.д. Адже саме врахування інформаційної і компетентнісної складових у ринкових взаємодіях відрізняє інтеграцію у ланцюжках створення вартості (цінності для споживачів) від простих ланцюжків поставок. За найбільш універсальними визначеннями останніх – це мережі взаємодії відносно самостійних і автономних суб'єктів (підсистем) господарювання, які свідомо беруть на себе частину колективної відповідальності щодо забезпечення функцій і оптимізації (за узгодженими критеріями і параметрами) виробництва, розповсюдження і тому подібних операцій щодо визначеного асортименту товарів [1, 2, 6, 9].

Таким чином, за комплексного підходу до розв'язання проблем, оптимізації параметрів і моделей функціонування логістичних систем, учасниками яких є промислові підприємства, з одного боку, нейтралізації потребують недоліки у роботі складів, транспорту (рисунок 3 та 4) тощо.

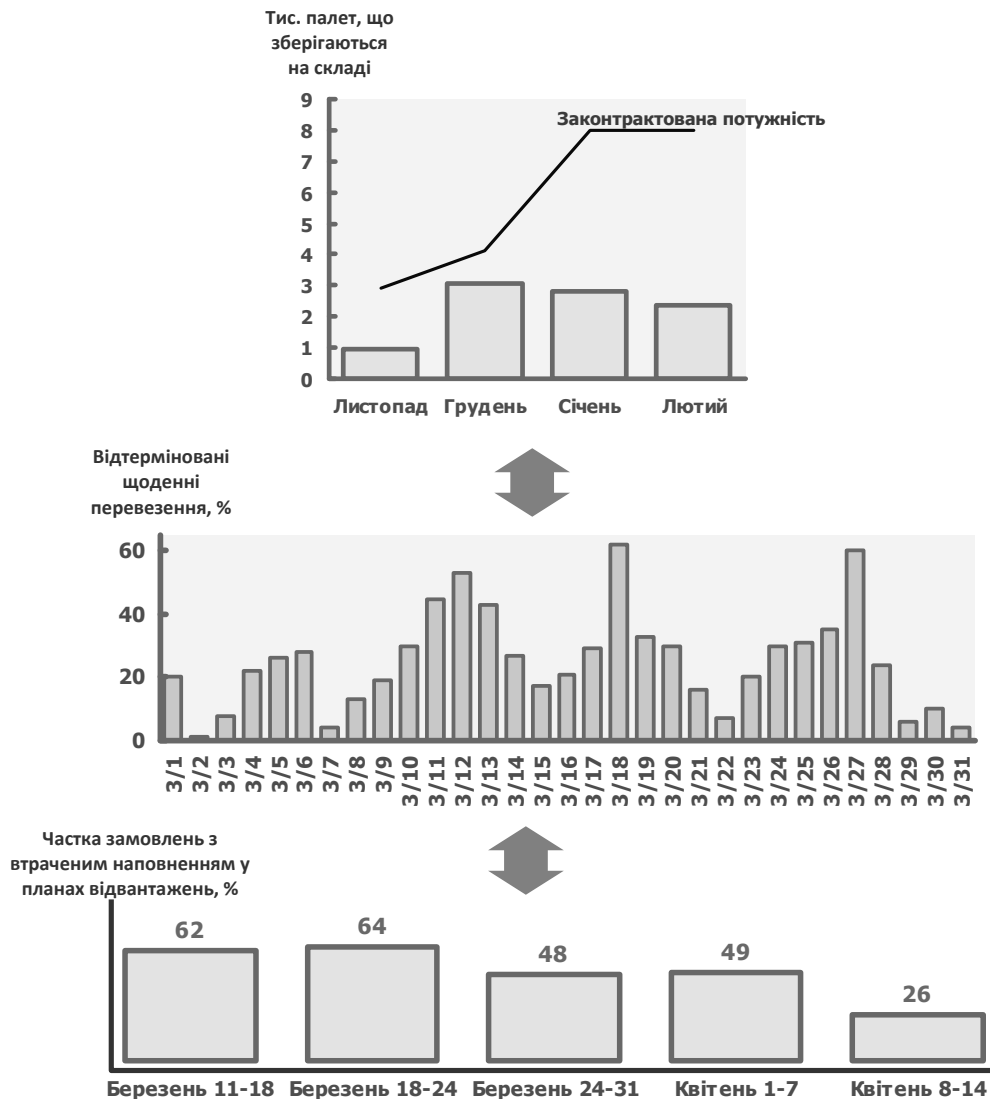


Рис. 3. Проблемні аспекти в організації складської логістики

З рисунків видно, що незадовільно великий час пробігу транспорту в обидва боки (ТАТ) для всіх ланок логістичної системи, довгі транспортні дистанції за групами товарів (SKU) з низькою прибутковістю та ін. — значно зменшують рівень економічної ефективності бізнесу. При цьому управління запасами, складами, у тому числі збільшення фінансування інструментів страхування збоїв та надлишкового резервування товарно-матеріальних цінностей, не призведуть до істотного підвищення рівня обслуговування споживачів, суттєво збільшать витратну складову бізнесу.

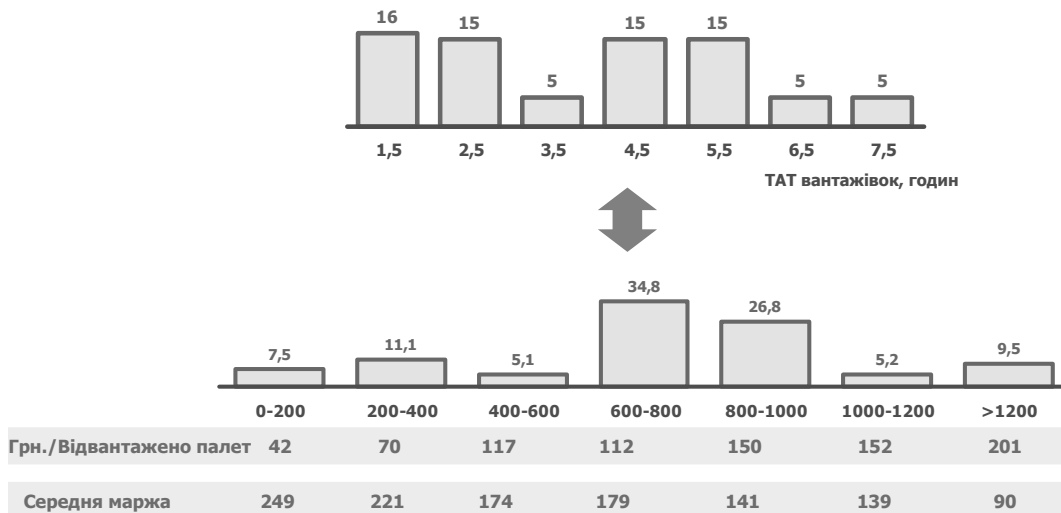


Рис. 4. Проблемні аспекти в організації транспортної логістики

Тому важливо подивитися на всі констатовані вище проблемні питання логістики з іншої сторони, з позицій маркетинг-орієнтованого розвитку ринкових взаємовідносин. Відсутність стійкості замовлень, несталий їх характер з боку ключових посередницьких структур, нечітко визначена політика запасів, що приховано і неефективно компенсує системні конфлікти невирішених проблем логістики, на фоні низького рівня використання вільних складів і транспорту дистриб'юторів, які надзвичайно потрібні, але потребують проведення складних переговорів (питання інтегрованого планування, зростання обсягів прямих продажів і попереднього зберігання товарів, фінансової компенсації останнього за необхідності збереження прибутковості діяльності і т.п.), — питання маркетингової взаємодії суб'єктів комерції, які є не менш значущими за логістичні, пов'язані з масштабними економічними втратами (рисунок 5).

У більшості таких бізнес-ситуацій зняти системні обмеження можливо лише шляхом мобілізації зусиль і активів всіх учасників альянсу, часто з розширенням їх кола, а також запропонувавши прогресивну маркетингову стратегію, що враховує довгострокові інтереси всіх стейкхолдерів.

Справедливість вищезазначеного засвідчується тим, що жоден з територіально чи іншим чином акцентований на значущі в оптимізаціях чинники варіант організації взаємодії учасників логістичних систем, не забезпечує безконфліктної і довгостроково стабільної інтеграції зусиль та активів, порівняно до маркетингових.

Нейтралізувати проблеми операційного планування, що вимагає оптимізації графіків і напрямків доставки, а також тижневого попереднього зберігання товарів; покращення якості обґрунтування рішень і координації у діяльності підрозділів підприємства; підвищення надійності функціонування у складні періоди і т.д., — вдається лише змінивши базис логістичної моделі взаємодії учасників бізнес-мереж на маркетинговий.

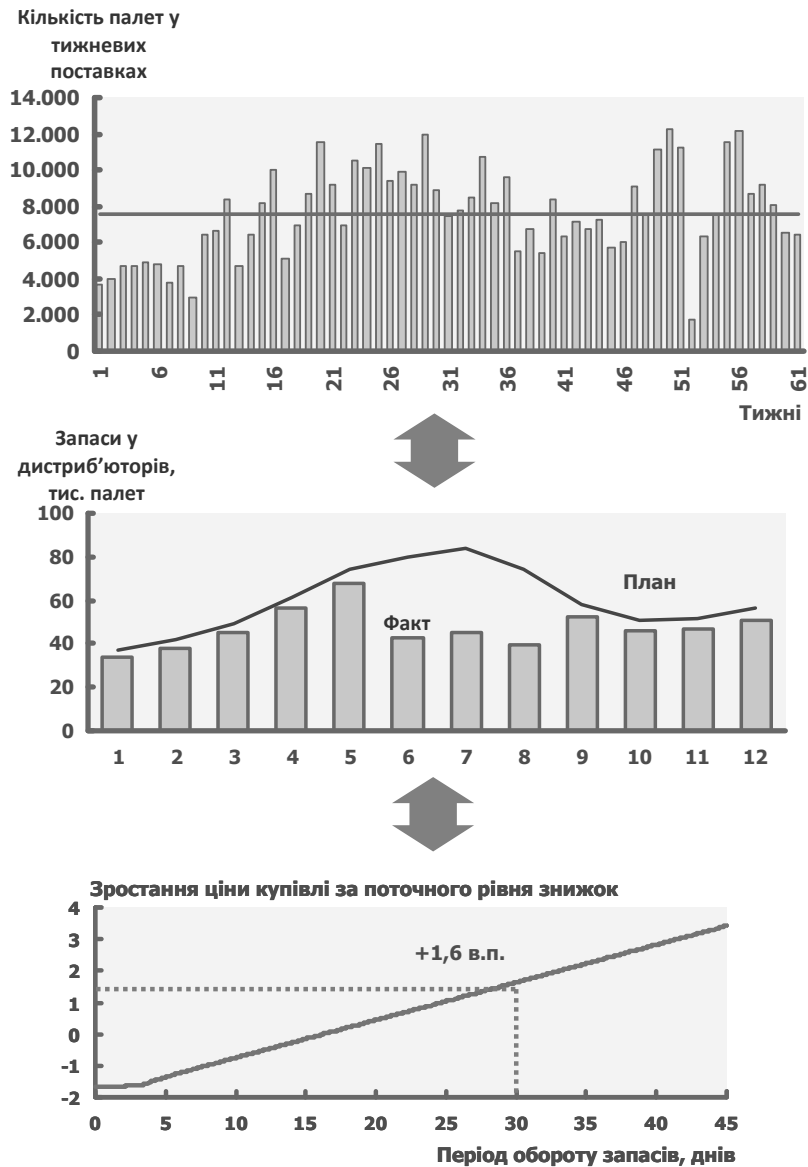


Рис.5. Взаємозв'язок аспектів стабільності обсягів замовлень, запасів на складах дистриб'юторів, розміру знижок за зберігання ними товарів

Стрижнем планування діяльності стають бренди, які мають різне позиціонування, відповідність особливостям запитів і організації купівельного процесу споживачів і таким чином, з одного боку, стратегічно і чітко узгоджують/спрямовують дії логістичних і торговельних підрозділів всіх учасників бізнес-мережі, з іншого, визначають ефективний профіль посередників (логістич-

них партнерів), як за форматом діяльності, так і марочним портфелем. Таким чином, у планах поточної діяльності і перспективного розвитку легко і безконфліктно враховуються особливості регіональних ринків, а також виробничого і логістичного потенціалу заводів, характеристики транспорту та складів тощо.

Тут слід особливо відзначити, що відкритість і динамічність у розвитку сучасних бізнес-мереж є адаптивним кроком за умов нестабільного і мінливого ринкового середовища. Вона не гарантує довгострокових доходів всім учасникам, проте дозволяє сформувавши систему компромісів і базис для ефективної взаємодії підприємств різного формату і масштабу діяльності. При цьому горизонти збереження прибутковості і гармонічного функціонування учасників системи визначаються інноваціями, які мають набути безперервного і сталого характеру.

Так, мобілізація зусиль і логістичних активів посередників в системі, що є актуальною на момент отримання результатів стратегічного аудиту і дозволить дистриб'юторам активно розвиватися, хоча і є для виробників дорогим і ризикованим способом утримання запасів, упродовж декількох років вже не відповідатиме масштабам бізнесу, інвестиції у заводські склади зроблять логістичну систему більш дешевою і надійною. Відповідно, для всіх учасників виробничо-комерційної мережі необхідною є підготовка до змін у портфелях брендів, структури і якості активів тощо.

Висновки. Без маркетингової інтеграції всіх бізнес-процесів за результатами вивчення запитів споживачів і на основі обґрунтованих прогнозів параметрів ринку, діяльності підприємства, хронічно спостерігається недостатня координація взаємодій логістичних підрозділів (графіки виробництва, запаси на складах і на транспорті тощо) з службами продажів (замовлення та запаси дистриб'юторів, програми консигнації і т.п.). Все це має за наслідок низьке виконання функції задоволення попиту кінцевих споживачів і посередників.

Максимізація доданої вартості (цінності для споживачів) в межах інтегрованих ланцюжків і бізнес-мереж створюється на кожній їх ділянці, але реалізується переважно наприкінці, коли фінальні пропозиції затребувані споживачами. Системна інтеграція активів і зусиль у переважній більшості випадків забезпечує отримання високих прибутків і приріст вартості, які практично недосяжні для відокремлених підприємств на ринку.

Системне маркетингорієнтоване представлення логістики в межах ланцюгів створення споживчої цінності (вартості), а також за стратегічної гармонізації передбачених ринковою взаємодією багатоаспектності і багатокритеріальності бачення бізнес-ситуації різними групами стейкхолдерів, дозволяє успішно і комплексно застосовувати всі методичні рішення: ABC/XYZ/ABM-моделі, BSC (збалансовані карти), VPI (безперервне удосконалення бізнес-процесів) тощо.

Зосередження інтеграції в межах ланцюжків створення споживчої цінності (вартості) на атрибутах товарів (брендів), що мають бути адекватними запитам споживачів, а також на бізнес-процесах, що оптимальним чином мають забезпечити досягнення бажаних результатів, — утворюють передумови для системної і проактивної адаптації до турбулентності ринкового середовища. При цьому зберігається прозорість і чіткість в оцінюванні ефективності виробничо-

комерційної діяльності підприємств. Таким чином, очевидним є висновок про доцільність використання маркетингових стратегій як системоутворюючого стрижня в управлінні логістичними мережами промислових підприємств. Ґрунтовне опрацювання методичних засад за цим напрямком буде предметом наступних публікацій.

Література

1. Кристофер М., Пэк Х. Маркетинговая логистика / М. Кристофер, Х. Пэк. — М.: Издательский Дом «Технология», 2005. — 200 с.
2. Штерн Л. В. Маркетинговые каналы /В. Л. Штерн, И. А. Эль-Ансари, Т. Э. Кофлан. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. — 624 с.
3. Дойль П. Маркетинг ориентированный на стоимость / П. Дойль. — СПб.: Питер, 2002. — 544 с.
4. Rigby D., Bilodeau B. Management Tools & Trends 2015. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.bain.com/publications/articles/management-tools-and-trends-2015.aspx>
5. Карпова Н. П., Костенко П. М., Миненкова Ю. А. Логистические стратегии, ориентированные на эффективность // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2015. — № 3. — С. 16–20.
6. Сток Дж.Р., Ламберт Д.М. Стратегическое управление логистикой / Дж.Р. Сток, Д.М. Ламберт. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 830 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии / Ф. Котлер. — М.: АСТ, 2001. — 272 с.
8. Building a demand-driven logistics operation in Ukraine. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.globalpraxis.com/cases>
9. Філонов В.І. Маркетинг та ефективність підприємства: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / В.І. Філонов. — К.: КНЕУ, 2013. — 182 с.

References

1. Kristofer M., Pek H. *Marketingovaya logistika*. M.: Izdatelskiy Dom «Tehnologiya», 2005.
2. Shtern L, El-Ansari I. Koflan T. *Marketingovyie kanalyi*. M.: Izdatelskiy dom «Vilyams», 2002.
3. Doyl P. *Marketing orientirovannyiy na stoimost*. SPb.: Piter, 2002.
4. Rigby D., Bilodeau B. «Management Tools & Trends 2015. Bain & Company, Inc.» 2016. <http://www.bain.com/publications/articles/management-tools-and-trends-2015.aspx>
5. Karpova N., Kostenko P., Minenkova Yu. “Logisticheskie strategii, orientirovannyye na effektivnost”. *Kontsept* 3 (2015): 16–20.
6. Stok Dzh., Lambert D. *Strategicheskoe upravlenie logistikoy*. M.: INFRA-M, 2005.
7. Kotler F. *Marketing v tret'em tysjacheletii*. — M.: AST, 2001.
8. Building a demand-driven logistics operation in Ukraine. <http://www.globalpraxis.com/cases>
9. Filonov V.I. Marketing ta efektyvnist' pidpriyemstva: dis. kand. ekon. nauk: 08.00.04. K.: KNEU, 2013.

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В УПРАВЛЕНИИ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Шафалюк А. К., доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. В статье описаны основные научные и практические проблемы маркетинговой оптимизации логистических систем. Показаны особенности и сложности развития логистического менеджмента бизнес-сетей украинских предприятий. Акцентируется внимание на перспективных направлениях повышения эффективности логистической и сетевой оптимизации взаимодействия предприятий. Обосновывается результативность маркетинговых концепций и стратегий в качестве базиса гармонизации логистической взаимодействия участников социально-экономических систем.

Ключевые слова: маркетинг, логистика, стратегия, система, бизнес-сеть, предприятие, эффективность

MARKETING STRATEGIES IN MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES LOGISTICS SYSTEMS

Oleksandr K. Shafalyuk,
ScD in Economics, Professor,
SHEI "Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman"

Abstract. The article describes the main scientific and practical problems of marketing optimization of logistic systems. It was found that the development of the modern economy is accompanied by problems of uncontrolled increasing costs and complexity of doing business. The features and complexity of the development of logistic management of business networks of Ukrainian enterprises are shown. The attention is focused on perspective directions of increase of efficiency of logistic and network-cluster optimization of interaction of enterprises: the possibilities of improvement in the management of existing logistic operations (short-term and long-term) are determined; the optimal logistics infrastructure was designed in the light of long-term business development; the optimization of demand and supply chain planning processes for the real demand orientation and integration is determined. The effectiveness of marketing concepts and strategies as the basis for the harmonization of the logistic interaction of participants in socio-economic systems is proved. However, methodologies and performance indicators of marketing in development of logistic systems need further improvement. That will be the subject of the future publications.

Keywords: marketing, logistics, strategy, system, business network, enterprise, efficiency

Стаття надійшла до редакції 12.04.2018

ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ У БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ

Анотація. У статті розглянуті причини лімітованого рівня фінансових ресурсів в Україні. Автор наголошує що головним фактором обмеженості у доступі до фінансових ресурсів є структура фінансової системи України, яка має виражений банкоцентричний характер. Тому у статті дослідження фінансових інновацій в першу чергу пов'язані із банківською системою. Серед проблем які розглядаються у статті і мають вплив на банківську систему, наступні: зростання інфляції, поглиблення девальвації національної грошової одиниці, недостатній рівень капіталізації, дохідності банківських установ і системи загалом, недостатня ефективність роботи щодо регулювання ліквідності банківської системи, високі ризики. Вирішення цих проблем потребує, поряд з іншими, запровадження інноваційних підходів у реформуванні та зміцненні банківської системи.

Ключові слова: інноваційні інструменти, фінансові ресурси, фінансові інновації, банківські установи, хронологія розвитку інновацій.

Вступ. Сьогодні характерною рисою подальшого розвитку країн з ринковою економікою є активізація ринкових процесів. сприйнятливість до інновацій, здатність до розроблення нових видів виробів, техніки і технологій, їх ринкового впровадження великою мірою залежить від творчих здібностей та дійних джерел фінансування. Україна має достатню кількість науковців, здатних генерувати найсучасніші високотехнологічні ідеї для різних галузей економіки. Проте їх втілення у життя потребує великих грошових витрат, які сьогодні є у обмеженому розмірі. Зазначене коло завдань і викликів загострюють актуальність залучення фінансових інноваційних інструментів у банківській системі.

Фінансові інновації вже майже півстоліття знаходяться в полі зору багатьох відомих дослідників, серед яких слід відмітити: А. Броддаса (Broadbuss A.) [1], Т. Кемпбелла (T. Campbell) [2], Р. Ку п е р а (R. Cooper) [3], К. Майєра (C. Mayer) [4], Дж. Маршала [5], нобелівських лауреатів Р. Мертона (Robert C. Merton) [6] і М. Міллера (M. H. Miller) [7], Дж. Сінкі (J. F. Sinkey) [8], П. Туфано (P. Tufano) [9], Дж. Фіннерті (J. D. Finnerty) [10], В. Фрейма (W. Scott Frame) й Л. Дж. Уайта (Lawrence J. White) [11], Дж. К. Ван Хорна (J. C. Van Horne) [12].

Постановка задачі. Метою статті є дослідження впливу фінансових інновацій на розвиток банківського сектору.

Результати. Розглядаючи інноваційний розвиток як об'єктивну економічну категорію, слід відмітити, що в умовах високих технологій, інтелектуалізації й інтернаціоналізації виробництва він набуває якісного нового змісту та різних

*Диба Михайло Іванович — д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту банківської діяльності, ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана» mykhailo.dyba@kneu.ua

**Осадчий Євгеній Сергійович — к.е.н., доцент, докторант кафедри менеджменту банківської діяльності, ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана» oes@kneu.edu.ua

форм його реалізації, в основі якого лежить сучасний науково-технічний прогрес, високі енергозберігаючі технології та інноваційна культура суспільства.

Підвищення рівня конкурентоздатності економічних систем значною мірою обумовлено зміною економічної ролі інноваційних процесів. На сьогодні економічний успіх від економічної спрямованості його діяльності. не минув цей процес і банківську сферу, адже ефективність роботи банку і його конкурентоздатність на ринку значною мірою залежить від запровадження нових банківських продуктів та технологій. У банківській сфері до інновацій відносять ті нові процеси і моделі, за допомогою яких кредитно-фінансові інститути мають намір вийти на відносно новий рівень функціонування, а також покращити свої позиції на ринку банківських послуг шляхом збільшення долі ринку або нарощення клієнтської бази, а також підвищення рівня довіри та лояльності клієнтів.

Фінансові інновації є утворюючою основою нових фінансових ринків, розвитку яких обумовлює загальну повноту сучасного вітчизняного фінансового ринку та розвиток інших ринків. Задля цього необхідним є розширення спектру цінних паперів при реалізації центральним банком грошово-кредитної політики і в структурі портфелів банків за рахунок фінансових інновацій, що в свою чергу потребує їх ґрунтовного вивчення та напрацювання механізмів управління та правового регулювання, спираючись на досвід зарубіжної практики.

Поняття «інновації» (нововведення) сучасна економічна наука трактує як «кінцевий результат інноваційної діяльності, що знайшов втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового чи вдосконаленого технологічного процесу, який використовувався у практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг».

Виникнення банківських інновацій обумовлене безперервним рухом підприємницької думки, прагненням обійти конкурентів, інформацією, що поступає, про банківські нововведення зарубіжних країн, а також періодично виникаючими кризами в банківській сфері (загальними або приватними), що є стимулом реакцією до посилення активності в області інновацій, направленої на підвищення фінансової стійкості банку. Інновації у банківській сфері — це кінцевий результат інноваційної діяльності банку, який отримав реалізацію у вигляді нового або вдосконаленого банківського продукту чи послуги, які впроваджені в практичну діяльність.

Класичним вважається визначення Б. Санто, згідно з яким «інновація є суспільним, технічним, економічним процесом, через який практичне використання ідей та винаходів веде до створення кращих за своїми якостями виробів, технологій та в разі, якщо інновація орієнтується на економічну вигоду, на прибуток, її поява на ринку може принести додану вартість» [13, с. 138]. Банківська інновація має свої особливості.

На думку І.Т. Балабанова, банківська інновація — це реалізований у формі нового банківського продукту чи операції кінцевий продукт інноваційної діяльності». Таке трактування вузьке і не охоплює напрям удосконалення технологій. Ураховуючи той факт, що на ринку представлений широкий спектр банківських послуг та продуктів, більшої уваги потребують саме технології, які

використовуються банками для надання послуг. Їх безпечність, надійність, швидкість є запорукою ефективною діяльності банку [14, с. 155].

Н.М Матвійчук визначає банківську інновацію як «синтетичне поняття про діяльність банку у сфері інноваційних технологій, направлене на отримання додаткових доходів у процесі створення сприятливих умов формування і розміщення ресурсного потенціалу за допомогою нововведень, які сприяють клієнтам в отриманні прибутку» [15].

Проведений нами аналіз ринку банківських послуг промислово розвинутих країн світу показав, що вони накопичили величезний досвід впровадження інновацій, у тому числі і у банківській сфері. На нашу думку, дослідження цього досвіду представляє великий інтерес для вітчизняних банків, оскільки може бути використаний ними, з врахуванням специфіки українського ринку банківських послуг, в Україні. виходячи з цього, нами була розроблена спроба систематизувати розвиток найсуттєвіших кредитно-інвестиційних банківських інновацій. результати проведеного аналізу наведені у таблиці 1.

Отже, інноваційна діяльність банку — це процес реалізації інноваційних ідей управлінського, маркетингового чи фінансового характеру, у якому банк може виступати як учасник реалізації інноваційного проекту або як інноватор. Як бачимо, поняття «інноваційна діяльність банку» є досить неоднозначним, а отже необхідно більш детально обґрунтувати поняття «новизни» відносно запровадження саме нових банківських продуктів:

- продукт самостійно розроблений банком для задоволення потреб клієнта, який не має аналогів на ринку банківських послуг, є новим;
- продукт, запроваджений на одному із ринків, але виведений на інший — теж є новим для даного ринку;
- пакетний продукт, в якому вперше на даному ринку заснована комбінація існуючих раніше банківських продуктів;
- продукт, існуючий на ринку, але якщо хоча б один із його елементів модифікований і вперше застосований на ринку.

Таблиця 1

ХРОНОЛОГІЯ РОЗВИТКУ НАЙБІЛЬШ ВІДОМИХ КРЕДИТНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ІННОВАЦІЙ

Рік	Сутність інновації
<i>Споживче кредитування</i>	
6 ст. до н.е.	Перший особистий (споживчий) кредит (Ізраїль)
1920-1930 рр	Перший відділ споживчого кредитування (США)
1946-1949 рр.	Перший банківське кредитування споживчих потреб населення (Західна Європа)
<i>Позики на здобуття освіти</i>	
1965	Перші субсидовані кредити для студентів від уряду США
<i>Картковий бізнес</i>	
1914	Перший прообраз пластикової картки (США)

Рік	Сутність інновації
1920-1940 рр.	Перші платіжні картки телеграфних компаній, автозаправних станцій та авіакомпаній (США)
1949 р.	Прототип сучасної кредитної картки (США)
50-ті рр. XX ст.	Перші платіжні банківські картки (США)
1958 р.	Перша пластикова American Express (США)
60-ті рр. XX ст.	Перші кредитні карти з магнітною (Велика Британія, Швеція, Франція, Німеччина)
1967 р.	Перший банкомат (Велика Британія)
1969 р.	Перші платіжні картки з магнітною стрічкою (США)
1971 р.	Перший платіжний термінал для оплати квитків за допомогою магнітної картки (США)
1975 р.	Перша старт-картка (Франція)
Електронна комерція	
1968 р.	Вперше створення електронна система переказів і клірингу BACS для обслуговування комерційного безготівкового обороту (США)
1960-1970 рр.	Початок ери міжбанківського кредитів (США)
1971 р.	Вперше утворена біржа цінних паперів NASDAQ (Автоматизовані котирування Національної асоціації професійних учасників ринку цінних паперів — США)
1972 р.	Перша централізована електронна мережа обліку банківських чеків (США)
1977 р.	Створена система SWIFT (США)
1984 р.	Перша система «клієнт-банк» (США)
Операції з кредитування	
1769 р.	Перша спеціалізована іпотечна установа (Пруссія)
1974 р.	Перша операція мікрокредитування (Бангладеш)
2006 р.	Початок «буму» експрес-кредитування (Західна Європа)

Акцентуємо увагу на тому, що для банку інновація означає створення такого банківського продукту, який:

- має більш привабливі споживчі властивості порівняно з тим, що пропонувалися раніше;
- є якісно новим і може задовольнити неохоплені раніше потреби потенційного клієнта;
- потребує використання більш досконалої технології створення.

Поряд з цим слід зазначити, що сьогодні у більшості країн здійснюється новий тип економічного розвитку — інноваційний як вираження триваючої технологічної революції. Тобто, інакше кажучи, економіка знаходиться у процесі постійних змін та еволюціонує. Це ж у повному обсязі стосується й економічного розвитку в Україні, що відбувається у дійсний час. До того ж сталість еко-

номічних процесів у перехідній економіці обумовлює постійне впровадження та застосування саме нових рішень. При цьому першочерговим завданням цього є створення умов щодо інноваційного розвитку, основні риси якого визначаються наступним:

- по-перше, постановкою інноваційного процесу (створення, поширення і використання інновацій) у центр якісних, кількісних і структурних змін;
- по-друге, перетворенням інноваційного процесу у постійно діючий фактор;
- по-третє, безпрецедентно високою швидкістю змін.

Зростаюча увага щодо інновацій у банківському секторі обумовлена як ускладненням низки завдань що постають перед банками у дійсний час, так і розвитком глобальної фінансової конкуренції — для національних банків складатиметься принципово нове зовнішнє середовище діяльності. разом із тим підсилюється ступінь фінансової глобалізації, на наш погляд, полягають у поширенні інноваційних банківських технологій, конкуренції на новому технічному рівні, зміні структури банківської сфери — хвиля злиттів.

Вивчаючи інновації у банківській сфері необхідно мати на увазі, що, на відміну від виробничих компаній, банки за своєю природою є достатньо консервативними організаціями. Незмінність змісту операцій, організаційних структур, процедур контролю, вмінь співробітників, навіть зовнішнього вигляду приміщень протягом тривалого часу складало основу формування їх іміджу як стабільних інститутів та, відповідно, довіри клієнтів. Тобто у сучасних умовах банки вимушені поєднувати те, що не поєднується — розумний консерватизм та інновації.

Таким чином, серед дослідників не має універсального визначення поняття «банківська інновація», проте, проаналізувавши існуючі визначення, можна констатувати, що вони мають спільну характеристику — впровадження банківських інновацій призводить до якісних змін у банківській сфері та сприяє отриманню банками прибутку.

Складність процесів та їх багатофакторність у банківській сфері вимагає застосування інструментів системної динаміки для формалізації та структуризації інноваційної діяльності, передбачення ефектів від впровадження та поширення фінансових інновацій. Такі інструменти дозволяють більш глибоко зрозуміти банківську систему спроектувати стратегію та тактику забезпечення її життєздатності та розвитку, передбачити наслідки прийнятих рішень [16].

Постійна необхідність адаптації до мінливості середовища функціонування, чуттєвість до випадкових факторів викликає безперервні структурні й організаційні трансформації, оптимізацію бізнес-процесів, диверсифікацію продуктів і послуг банківського бізнесу. Це дозволяє віднести банківські установи та банківську систему загалом до складних динамічних систем.

Зважаючи на кризовий стан і процес реформування національної банківської системи, важливим є забезпечення узгодженості та балансу економічного зростання на середньострокову перспективу, фінансової стабільності та фінансових інновацій. Це повинно знайти відображення в комплексній програмі розвитку фінансового сектору України та стратегії розвитку банківської системи України до 2020 р.

Розвиток фінансових інновацій обумовлюється об'єктивними процесами та факторами, пріоритетами, проблемами та завданнями розвитку вітчизняної банківської системи на середньострокову перспективу.

В Україні рівень інноваційного потенціалу є досить високим, але на сучасному етапі не реалізується у повному обсязі. Згідно із загальними законами економіки, між фінансовою стабільністю, ефективністю, конкурентоспроможністю та інноваційним потенціалом банку існує стійка залежність, тому фінансові інновації відіграють важливе значення в їх забезпеченні.

В умовах реформування вітчизняної банківської системи важливим є впровадження фінансових інновацій до яких у першу чергу відносяться забезпечення стабільності цін і фінансової стабільності, зміцнення національної валюти, інституціональний розвиток. Зокрема, вже сьогодні можна констатувати започаткування реалізації таких завдань:

- забезпечення цінової стабільності шляхом упровадження фінансової інновації — інфляційного таргетування, яке повинно забезпечити позитивні зміни у проведенні грошово-кредитної політики та посилити ефективність її інструментів задля забезпечення макроекономічної стабільності, стійкого розвитку держави;

- забезпечення валютної стабільності в умовах обмеженості золотовалютних резервів і гнучкого валютного курсу шляхом упровадження фінансових інновацій у рамках лібералізації валютної сфери — хеджування кредитного, відсоткового та валютного ризиків, своп-лінії;

- сприяння залученню довгострокових фінансових в умовах підвищення попиту на фінансові інструменти, що обумовлює конкуренцію та необхідність забезпечення балансу між ними. Слід очікувати впровадження фінансових інновацій для формування ресурсної бази. Зростання попиту на похідні фінансові інструменти дозволить розширити інвестування в товари, валюту, цінні папери, дорогоцінні метали тощо;

- удосконалення інфраструктури банківського ринку та її очищення від неефективних учасників, що систематично порушували законодавство, не дотримуються нормативів капіталу та ліквідності.

У контексті останнього, оздоровлення вітчизняної банківської системи та підвищення її надійності та фінансової стабільності потребує виконання банками вимог до капіталу, а також упровадження нових підходів щодо процедури санації, реструктуризації проблемної заборгованості, створення нових інститутів на основі консолідації активів проблемних банків, спрощення процедури злиття та поглинання, продажу активів новим інвесторам на конкурсній основі.

Банківська система у продовж 2014-2017 рр. переживає період системних, який характеризується в першу чергу скороченням кількості банків з 176 од. на початок 2014 року до 86 од. на кінець 2017 року. Таке різке зменшення кількості банків зумовило зниження довіри до банків і до фінансової системи в цілому. Зокрема, втрати клієнтів банків становили 111 млрд грн, зокрема 52 млрд грн корпоративних клієнтів, а витрати НБУ на рефінансування — 53 млрд грн, виплати Фонду гарантування вкладів фізичних осіб — 73 млрд грн. Така вартість банкрутства банків є вкрай обтяжливою (загрозливою) для бюджету країни в

умовах сучасного стану національної економіки. Тому для попередження банкрутства та фінансового оздоровлення банків потрібен новий механізм, яким, на нашу думку, може бути механізм bail-in (bail-in within resolution).

Механізм bail-in, поряд з іншими, дозволяє пом'якшити можливі наслідки фінансової неспроможності банків і полягає в «легалізації процедури списання суверенних боргів та / або позабюджетної рекапіталізації (ліквідації і санації) банків за рахунок обміну незастрахованих депозитів на акції банків» [17, 18].

Для прийняття такої фінансової інновації як механізм bail-in потрібно його адаптувати до українських реалій, вирішити деякі питання та провести низку заходів, зокрема:

1. Прийняти концепцію впровадження механізму bail-in, що окреслить принципи, функції, коло і взаємодію суб'єктів, на яких пошириться його дія.

2. Здійснити оцінювання ризиків, які виникнуть при впровадженні механізму bail-in.

3. Гармонізувати чинне законодавство до регламенту «Bank Recovery and Resolution Directive» (BRRD 2014) [19].

4. Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, заходів для раннього реагування; повноваження НБУ щодо визначення заходів ' механізму повернення державних коштів, які спрямовуються на фінансове оздоровлення банку; механізм самооздоровлення; правовий механізм трансграничного співробітництва.

Додатковим інструментом, це — умовно конвертовані облігації «CoCos» (Contingent Convertibles). Отримуючи дохід за високою річною процентною ставкою (6-8%), інвестори погоджуються на ризик, що у випадку зниження показника достатності капіталу нижче встановленого рівня, банк призупиняє виплату процентів і конвертує облігації в акції банку-емітента. Дієвість цього інструменту підтверджує офіційна підтримка банківських систем багатьох країн світу [20, с.5]. В реаліях України умовно конвертовані облігації варто розглядати як можливий інструмент підвищення капіталізації банків [21].

Гнучкими ринковим інструментом є структуровані депозити з використанням похідних фінансових інструментів, які використовуються для створення потенційної дохідності. Подібні продукти мають компенсаційну схему на випадок надання неякісних фінансових послуг і кризових явищ. Упровадження структурованих депозитів потребує від банку активної участі на фондовому ринку та володіння технологіями роботи на міжнародному ринку похідних інструментів. При розробці цих продуктів банк повинен мати належний рівень фінансового інжинірингу, для забезпечення прибутковості чітко враховувати ризики залежно від природи похідного інструменту та базового активу, ретельно оцінюючи його ринкову динаміку.

Одним із видів структурованого депозиту є індексовані депозити, що достатньо поширені за кордоном, оскільки забезпечують захист інвестицій на фондовому або товарному ринках [22].

Відсутність попиту на структуровані депозити можливо пояснити такими аргументами, як високі ставки строкових депозитів, недостатня розвинутість, волатильність і високі ризики вітчизняного фондового ринку, нестача фахівців із деривативів і структурованих продуктів, низький рівень фінансової грамотності

населення щодо банківських інвестиційних продуктів. Вони поширюються в рамках програми PrivatBanking, їх перехід у категорію масового цілком можливий, але в перспективі, коли довіра до банків буде стійкою, в суспільстві сформується прошарок середнього класу з достатньою кількістю вільних коштів, для яких він стане достатньо зрозумілим і прийнятним за умови стійкості та позитивної динаміки розвитку національної економіки у довгостроковому періоді.

Для прискорення впровадження та поширення структурованих депозитів у практику вітчизняних банків необхідно сформувати умови через реалізацію низки заходів законотворчого характеру, регулювання та побудови інфраструктури для подолання негативних факторів, що стримують розвиток строкового ринку.

Наявність у продуктивній лінійці банків структурованих депозитів дозволить отримати додаткові конкурентні переваги, зміцнити лояльність клієнтів і розширити певний сегмент клієнтської бази. У перспективі він сформує свій сегмент ринку та інвесторів, що прагнуть мати гарантію повернення коштів та отримати дохід, що перевищує інфляцію.

Спроможність реалізації завдань реформування національної економіки багато в чому залежить від здатності та готовності банківської системи до фінансування реального сектору. Більшість вітчизняних банків при розумінні необхідності та наявності бажання, мають, на жаль, проблеми довгострокових ресурсів і дефіцит платоспроможного попиту. За таких обставин для виконання державної програми активізації розвитку національної економіки на найближчу перспективу рекомендується розширити механізм довгострокового фінансового забезпечення для стимулювання розвитку пріоритетних галузей.

У цьому аспекті, на нашу думку, в рамках середньострокової державної політики необхідним є перегляд і розробка нових бізнес-стратегій, розробки та використання нових фінансових інструментів, які знизять вартість і нададуть доступ до нових джерел капіталу, оптимізують співвідношення ризик-дохідність інноваційних проектів на всіх етапах життєвого циклу, що підвищить їх інвестиційну привабливість.

Розглянуті у статі фінансові інновації відповідають одному з головних завдань вітчизняної банківської системи — вирішенню проблеми довгострокового фінансування реального сектору національної економіки та забезпеченню динаміки економічного розвитку держави. На середньострокову перспективу для вітчизняних банків незмінною залишається стратегічна тенденція розвитку фінансових інновацій на основі інформаційних і комунікаційних технологій.

Властивості інформаційних технологій, безумовно, є визначальними — поширення на всі сфери економічних відносин, тенденція до глобалізації, надання транспарентності економічним процесам, забезпечення миттєвої передачі інформації щодо фінансових ринків і розвитку нових сфер діяльності. На сьогодні інформаційні технології створили всі передумови для зміни конфігурації міжнародної фінансової системи та її трансформації в багаторівневий, інтегрований, глобальний фінансово-інформаційний комплекс. Це підтверджується прозорістю меж національних фінансових ринків, здійсненням фінансових операцій глобального масштабу, формуванням фінансових конгломератів.

Вплив цих змін на індустрію фінансових послуг відчують банки всіх країн світу, реакцією на які стає зміна пріоритетів фінансових інновацій.

Висновки. Отже, окреслимо основні напрями розвитку фінансових інновацій для вітчизняних банків на перспективу.

По-перше, під впливом інформаційних технологій вже відбуваються та будуть продовжуватись такі інноваційні зміни: розробка нових банківських продуктів і послуг, віртуальні банківські технології, комплексне використання нових інформаційно-комунікаційних технологій для електронного та інтегрованого маркетингу, створення сховищ даних для збору, збереження та аналітичної обробки внутрішньої інформації, нові компетенції та кваліфікації банківських працівників, нове спеціалізоване моно- та багатофункціональне банківське обладнання. Поряд із цим традиційний банківський бізнес поступово все більше буде змінюватись. На сучасному етапі спостерігається така модель його розвитку, що поєднує традиційний банківський сервіс і дистанційне обслуговування через роздрібну мережу, що відповідає «багатоканальному» режиму обслуговування. На даний час уже сформувались основні риси цієї моделі — екстериторіальність, безперервність, загальнодоступність, множинність каналів доступу, інтерактивність, функціонування в режимі реального часу. Проте в середньостроковій перспективі пріоритетом для вітчизняних банків, на нашу думку, стане сервісна диверсифікація, що ґрунтується на інтеграції каналів доступу до банківських послуг, враховує індивідуальний досвід та уподобання клієнта, забезпечує їх оптимізацію та єдине адміністрування.

Така інтеграція об'єднає тільки канали, що мають високий потенціал розвитку. Зокрема, до таких, перш за все, відноситься Інтернет-банкінг завдяки широкому спектру банківських послуг і можливості відтворення повнофункціональної віртуальної моделі банку. Проте слід зауважити, що вітчизняні банки максимально відчують ефект від цієї фінансової інновації тільки за умови її прийняття більш ніж 50 % клієнтської бази. Тому, їм доцільно зосередитися на дослідженні споживчої поведінки та специфічних потребах клієнтів; удосконаленні технічних можливостей цього каналу; забезпеченні оцінки ризиків та управління безпекою; збереженні та підтримці лояльності співробітників.

Література

1. Broaddus A. Financial innovation in the United States — background, current status and prospects / A. Broaddus // *Economic review*, January / February 1985. — PP. 1-22.
2. Campbell Tim S. Money and Capital Markets / Tim S. Campbell. — Glenview, Illinois [u.a.] : Scott, Foresman, 1988.
3. Cooper R.G. An investigation into the new product process : steps, deficiencies, and impact / Robert G. Cooper, Elko J. Kleinschmidt // *Journal of Product Innovation Management*. — 1986. — Vol. 3. — PP. 71-85.
4. Mayer C. The Assessment : Financial Innovation : Curse or Blessing? / C. Mayer // *Oxford Review of Economic Policy*, Oxford University Press. — 1986. — Vol. 2 (4), pages i-xix.

5. Маршалл Джон Ф. Финансовая инженерия. Полное руководство по финансовым нововведениям : учебн. ; пер. с англ. / Джон Ф. Маршалл, Випул К. Бансал. — М. : Инфра-М, 1998. — 784 с.
6. Merton R.C. A Functional Perspective of Financial Intermediation / Robert C. Merton // *Financial Management*. — 1995. — Vol. 24, № 2. — PP. 23-41.
7. Miller M.H. Financial Innovation : The Last Twenty Years and the Next/ Merton H. Miller // *Journal of Financial and Quantitative Analysis*. — 1986. — Vol. 21, Issue 4. — PP. 459-471.
8. Синки Дж. мл. Управление финансами в коммерческих банках : пер. с англ. / Дж. мл. Синки ; [под ред. Левиты Ф.Я., Пинскера Б.С.]. — М. : Catallaxy, 1994. — 820 с.
9. Tufano P. Financial Innovation and First Mover Advantages / P. Tufano // *Journal of Financial Economics*. — 1989. — Vol. 25. — PP. 213-240.
10. Finnerty J.D. Financial engineering in corporate finance : An overview / J. Finnerty // *Financial Management*. — 1988. — Vol. 17, № 4. — PP. 14-33.
11. Frame W.S. Empirical Studies of Financial Innovation : Lots of Talk, Little Action / W. Scott Frame, Lawrence J. White // *Federal Reserve Bank of Atlanta, Working Paper 2002-12, July 2002*.
12. Van Horne J.C. Of financial innovations and excesses / J.C. Van Horne // *Journal of Finance*. — 1985. — Vol. 40 (3). — PP. 620-631.
13. Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Б. Санто; пер. с венг. — М.: Прогресс, 2013. — 296 с.
14. Банки и банковское дело / Под ред. д.э.н., проф. И.Т. Балабанова. — СПб.: Питер, 2013. — 256 с.
15. Розвиток інновацій у сучасній банківській сфері України / Н.М. Матвійчук, Н.Ю. Бурлачук, Ж.В. Гарбар // *Молодий вчений*. — 2015. — № 5 (20). — Ч. 2.
16. Serman John D. Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World / John Serman. — Irwin/McGraw-Hill, 2000. — 982 p.
17. Key Attributes of Effective Resolution Regimes for Financial Institutions [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.fsb.org/what-we-do/policydevelopment/effective-resolution-regimes-and-policies/key-attributes-of-effectiveresolution-regimes-for-financial-institutions/>.
18. Вопросы финансового регулирования в повестке саммитов «Группы 20» // *Деньги и кредит*, 2016. — №9. — С. 20-23. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : https://www.cbr.ru/publ/MoneyAndCredit/morozov_09_16.pdf.
19. Implementing the Bank Recovery and Resolution Directive [Electronic resource]. — Mode of access : http://www.bankofengland.co.uk/prd/Documents/publications/cp/2014/cp_1314.pdf
20. Whittall C. Investors Renew Appetite for Europe's CoCo Bonds [Electronic resource]. / Christopher Whittall // *The Wall Street Journal*. — Mode of access : <http://www.wsj.com/articles/investors-renew-appetite-for-europes-coco-bonds->
21. Пантелеева Н.М. Інноваційні інструменти залучення фінансових ресурсів для розвитку національної економіки / Н.М. Пантелеева // *Фінансово-кредитна діяльність : проблеми теорії та практики : зб. наук. праць*. — Вип. № 2 (13). — Харківський інститут банківської справи УБС НБУ, 2012. — С. 290-297.
22. Депозит «Індексований» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://btabank.ua/ukr/np_deposit.php

References

- 1 Broadus A. Financial innovation in the United States — background, current status and prospects. *Economic review*, January/February (1985).
2. Campbell Tim S. *Money and Capital Markets*. Glenview, Illinois [u.a.]: Scott, Foresman, 1988.
3. Cooper Robert .G. and Kleinschmidt Elko J. An investigation into the new product process : steps, deficiencies, and impact. *Journal of Product Innovation Management*. Vol. 3 (1986): 71-85.
4. Mayer C. The Assessment : Financial Innovation : Curse or Blessing? *Oxford Review of Economic Policy*, Oxford University Press. Vol. 2 (4) (1986): i-xix.
5. Marshall, John F. *Financial Engineering. A comprehensive guide to financial innovation*. Moscow: Infra-M, 1998.
6. Merton R.C. A Functional Perspective of Financial Intermediation. *Financial Management*. Vol. 24, № 2 (1995): 23-41.
7. Miller M.H. Financial Innovation : The Last Twenty Years and the Next. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*. Vol. 21, Issue 4 (1986) 459-471.
8. Sinky J. Jr. *Financial management in commercial banks*. Moscow: Catallaxy, 1994.
9. Tufano P. Financial Innovation and First Mover Advantages. *Journal of Financial Economics*. Vol. 25. (1989): 213-240.
10. Finnerty J.D. Financial engineering in corporate finance : An overview. *Financial Management*. Vol. 17, № 4 (1988): 14-33.
11. Frame W. Scott and White Lawrence J. Empirical Studies of Financial Innovation : Lots of Talk, Little Action. Federal Reserve Bank of Atlanta, *Working Paper 2002-12*, July (2002).
12. Van Horne J.C. Of financial innovations and excesses. *Journal of Finance*. Vol. 40 (3) (1985): 620-631.
13. Santo B. *Innovation as a means of economic development*. Moskow: Progres, 2013.
14. Balabanova I.T. *Banks and Banking*. St. Petersburg: Peter, 2013.
15. Matviychuk N.M. and Burlachuk N.Y. and Garbar Z.V. Development of innovations in the modern banking sector of Ukraine. *Young Scientist*. No. 5 (20) (2015).
16. Sterman John D. *Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World*. McGraw-Hill, 2000.
17. Key Attributes of Effective Resolution Regimes for Financial Institutions. <http://www.fsb.org/what-we-do/policydevelopment/effective-resolution-regimes-and-policies/key-attributes-of-effectiveresolution-regimes-for-financial-institutions/>.
18. Issues of financial regulation in the agenda of the «Group 20» summits. Money and credit. https://www.cbr.ru/publ/MoneyAndCredit/morozov_09_16.pdf.
19. Implementing the Bank Recovery and Resolution Directive. www.bankofengland.co.uk/pradocuments/publications/cp/2014/cp1314.pdf
20. Whittall C. Investors Renew Appetite for Europe's CoCo Bonds. *The Wall Street Journal*. <http://www.wsj.com/articles/investors-renew-appetite-for-europes-coco-bonds>.
21. Pantyleeva N.M. Innovative tools for attracting financial resources for the development of the national economy. Financial and credit activity: problems of theory and practice: Sb. sciences works. Kharkiv Institute of Banking. 2012.
22. Deposit «Indexed». http://btabank.ua/ukr/np_deposit.php.

ФИНАНСОВЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ

Дыба М.И., доктор экон. наук, профессор кафедры менеджмента банковской деятельности ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

Осадчий Е.С., канд. экон. наук, докторант кафедры менеджмента банковской деятельности ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. В статье рассмотрены причины лимитированного уровня финансовых ресурсов в Украине. Автор подчеркивает, что главным фактором ограниченности в доступе к финансовым ресурсам является структура финансовой системы Украины, которая имеет выраженный банкоцентрический характер. Поэтому в статье исследования финансовых инноваций в первую очередь связаны с банковской системой. Среди проблем, которые рассматриваются в статье и имеют влияние на банковскую систему, следующие: рост инфляции, углубление девальвации национальной денежной единицы, недостаточный уровень капитализации, доходности банковских учреждений и системы в целом, недостаточная эффективность работы по регулированию ликвидности банковской системы, высокие риски. Решение этих проблем требует, наряду с другими, внедрение инновационных подходов в реформировании и укреплении банковской системы.

Ключевые слова: инновационные инструменты, финансовые ресурсы, финансовые инновации, банковские учреждения, хронология развития инноваций.

FINANCIAL INNOVATIVE INSTRUMENTS IN THE BANKING SYSTEM

Mykhaylo I. Dyba, Doctor of economy, professor, Professor of Banking Management, SHEE «Kyiv National Economic University of Vadym Hetman»

Iievenii S. Osadchyi, Ph.D., associate professor, Associate Professor of Banking Management, SHEE «Kyiv National Economic University of Vadym Hetman»

Abstract. Author in the article carry out the tasks of reforming the national economy, which depends on the ability and readiness of the banking system to finance the real sector of economy. Most domestic banks need and have desire to invest in real economy, but unfortunately they have problems with of long-term resources. In this case the state program of the development the national economy need to implement in the near future, it is recommended to extend the mechanism of long-term financial support to stimulate the development of priority sectors.

In our opinion, medium-term government policy is necessary to review and develop new business strategies, develop and use new financial instruments that will reduce costs and provide access to new sources of capital. Also it will

help optimize the ratio of risk-return of innovation projects of all stages of the life cycle, which will increase their investment attractiveness.

In the article the author considers financial innovations that solve one of the main tasks of the domestic banking system — attracting long-term financing of the real sector of the national economy and providing the dynamic of state economic development. In the medium-term, for domestic banks, the strategic trend of financial innovations based on information and communication technologies remains unchanged.

Keywords: innovative tools, financial resources, financial innovations, banking institutions, chronology of innovation development.

Стаття надійшла до редакції 15.01.2018

УДК 336.62

*Диба Олександр Михайлович**

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Анотація. У статті розглянуті теоретичні підґрунтя та прикладні аспекти інноваційного розвитку в умовах глобалізації. Звернуто увагу на основні положення теорій інноваційного підприємства та можливості їх застосування в умовах глобалізації. Досліджено напрями інноваційної діяльності підприємства залежно від сфери застосування інновацій. Обґрунтовано напрями інноваційної діяльності підприємства залежно від спонукальних мотивів інноватора та споживачів.

Ключові слова: глобалізація, інноваційний розвиток, інноваційна діяльність, інновація, інноваційне підприємство.

Вступ. Парадигмальні зсуви та трансформації світогосподарських процесів в умовах сучасності мають не лише якісний, але й системний характер. Адже, наука, технологія та інновації, які є вирішальними для розвитку сучасного суспільства та визначальними для прискорення інноваційних процесів у розвинених країнах, не обмежуються лише рівнем національної економіки. Спостерігаємо поширення різноспрямованих та нелінійних тенденцій у світі.

Протягом останніх десятиліть відбуваються численні зміни, пов'язані із усіма ключовими параметрами економіки та суспільства. Це зумовило активізацію інноваційної переорієнтації суб'єктів підприємництва за рахунок освоєння нових технологій, впровадження новітніх досягнень науки і техніки. З огляду на такі тенденції розвитку відбувається якісний стрибок підприємництва, що посилює інноваційний розвиток національної економіки, підвищення рівня та якості життя населення. Незважаючи на відмінності, що характерні для країн із різним рівнем соціального та економічного розвитку, відбувається переорієнтація па-

* **Диба Олександр Михайлович** — канд. екон. наук, доцент, докторант кафедри інвестиційної діяльності, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» *dyba_m@ukr.net*

раметрів конкурентоспроможності на міжнародному рівні, посилюється роль інноваційних процесів та тенденцій інноваційного розвитку стосовно сутнісних характеристик прогресивних змін сучасності. Це зумовлює суттєву актуалізацію дослідження питань інноваційного розвитку в умовах глобалізації, яка чинить значний вплив на умови діяльності сучасного підприємства.

У зв'язку із активізацією глобалізаційних процесів у сучасному суспільстві, глобалізація стала об'єктом та предметом гострих теоретичних дискусій під час досліджень зарубіжних та вітчизняних вчених. Впливи глобалізації на різні сфери життєдіяльності людини зумовили поширення різних за своїм змістом та сутнісними характеристиками теоретичних підходів у працях А. Тейлора [1], Т. Левітта [2], М. Кастельса [3], Н. Стукала [4], О. Власюка [5], Д. Лук'яненка, О. Білоуса [6] та ін.

Проте, тенденції сучасних світогосподарських процесів пов'язані не лише з глобалізацією. Адже, в основі концептуальних трансформацій в умовах глобалізації лежать інновації, які формують вектори інноваційного розвитку сучасного суспільства та вимагають систематичного дослідження. Наприклад, німецький учений Г. Менш пов'язує з появою базових інновацій темпи економічного зростання й циклічність [7]. П. Друкер досліджував зв'язок тенденцій розвитку промисловості із інноваційними процесами [8]. Окремою новітньою гілкою теорії інноваційного підприємництва є соціально-психологічна модель прискорення інноваційного розвитку, представниками якої є Х. Барнет, Е. Вітте, Е. Денісон [9].

Важливим напрямом теорії інноваційних процесів є концепції дифузії інновацій, у яких здійснюється спроба дати пояснення процесу розповсюдження інновацій у часі та просторі в умовах глобалізації. Ці концепції розробляються в роботах Е. Менсфілда [10], А. Грублера [11], Е. Роджерса [12], Т. Хегерстранда [13]. Проте, незважаючи на існуючий широкий спектр досліджень, як інновацій, так і глобалізації, існує низка прикладних аспектів, які потребують подальшого обґрунтування.

Постановка задачі. З огляду на попередньо визначені результати досліджень зарубіжних фахівців та наших співвітчизників, справедливо вважати, що глобалізація є невід'ємною умовою для інноваційного розвитку в умовах сучасності. В зв'язку із актуалізацією наведених вище питань, у контексті нашого дослідження ставимо за мету розглянути теоретико-прикладний аспект та основні характеристики, які притаманні для інноваційного розвитку в умовах глобалізації.

Результати. Перші економічні дослідження, у яких аналізують процес глобалізації започатковані у працях Т. Левітта, який ввів термін «глобалізація» у науковий обіг у 1983 р. та обґрунтував його, як феномен злиття ринків окремих продуктів, що виробляються різними корпораціями [2].

В умовах сучасності наші співвітчизники характеризують глобалізацію, як комплексний процес, який має місце не лише в економіці, але й в інших сферах життєдіяльності людини. Відповідно, визначальними рисами глобалізації, як системоутворюючого процесу, є:

- виникнення національних органів регулювання, що сприяють спільному вирішенню економічних завдань та уніфікації господарських механізмів;

- інтернаціоналізація грошових відносин;
- підвищення ролі транснаціональних та наддержавних економічних, політичних, галузевих інституціональних структур;
- створення глобального інформаційного простору та ін. [4, с. 12].

Тобто, на практиці глобалізаційні процеси мають властивість поширюватися на різні сфери життєдіяльності суспільства. Відповідно, важливо враховувати широкий спектр можливостей, які виступають рушійною силою інноваційного розвитку. Тому, в працях наших сучасників актуалізуються дослідження напрямів активізації інноваційної діяльності підприємств.

В умовах глобалізації практичну направленість мають теорії інноваційного підприємництва (рис. 1).



Рис. 1. — Основні положення теорій інноваційного підприємства*

*Джерело: складено автором за матеріалами [14]

Під інноваційним підприємництвом розуміють процеси створення і комерційного використання техніко-технологічних нововведень. Зазвичай, в основі іннова-

ційної діяльності підприємства лежать нововведення в області продукції або послуг, що дозволяють створити новий ринок, задовольнити нові потреби.

В залежності від способу організації інноваційного процесу можна відокремити три моделі імплементації інноваційної діяльності:

1) інноваційне підприємство на основі внутрішньої організації, коли інновація створюється і освоюється в середині фірми її спеціалізованими підрозділами на базі планування і моніторингу, їх взаємодії з інноваційного проекту.

2) інноваційне підприємство на основі зовнішніх організацій за допомогою контрактів, коли замовлення на створення та освоєння інновації розміщується між сторонніми організаціями.

3) інноваційне підприємство на основі зовнішньої організації за допомогою венчурів, коли фірма для реалізації інноваційного проекту організовує дочірні венчурні фірми, які залучають додаткові фінансові та інші засоби [15].

Для багатьох підприємств впровадження інноваційних технологій є переходом на якісно новий рівень розвитку і часто стає визначальним фактором економічного зростання. Ще одна проблема фінансування інноваційної діяльності в промисловості полягає в тому, що не багато суб'єктів бізнесу можуть застосувати останні досягнення науки і техніки через відсутність чіткої стратегії впровадження нових інноваційних і наукоємних технологій.

На практиці найбільш застосовуваними напрямками активізації інноваційної діяльності є:

- імплементація енергозберігаючих технологій, а також нетрадиційних різновидів енергоресурсів;
- практична реалізація безвідходних та маловідходних технологій;
- поширення інформаційних технологій;
- створення принципово нових матеріалів та ресурсів;
- розповсюдження наукоємних технологій;
- систематичне підвищення кваліфікації персоналу;
- здійснення якісних змін стосовно капіталу та фінансової структури підприємства;
- імплементація пріоритетів нової організації праці та виробництва;
- реалізація прогресивних систем менеджменту.

Залежно від сфери застосування інновацій виокремлюють продуктові, технологічні, ринкові, організаційно-управлінські, ресурсні напрями інноваційної діяльності підприємств (рис. 2).

В той же час, вихід інноваторів на міжнародні ринки зумовлює значне розширення спектру потенційних споживачів інноваційної продукції. Тому, актуальним є теоретичне обґрунтування розподілу напрямів інноваційної діяльності та розвитку залежно від спонукальних мотивів інноватора та споживачів.

Наші сучасники виокремлюють та обґрунтовують основні групи напрямів інноваційної діяльності підприємства:

- завоювання симпатій споживача;
- всебічні переваги;
- ефект іміджу;
- ефект чорного кола (рис. 3).

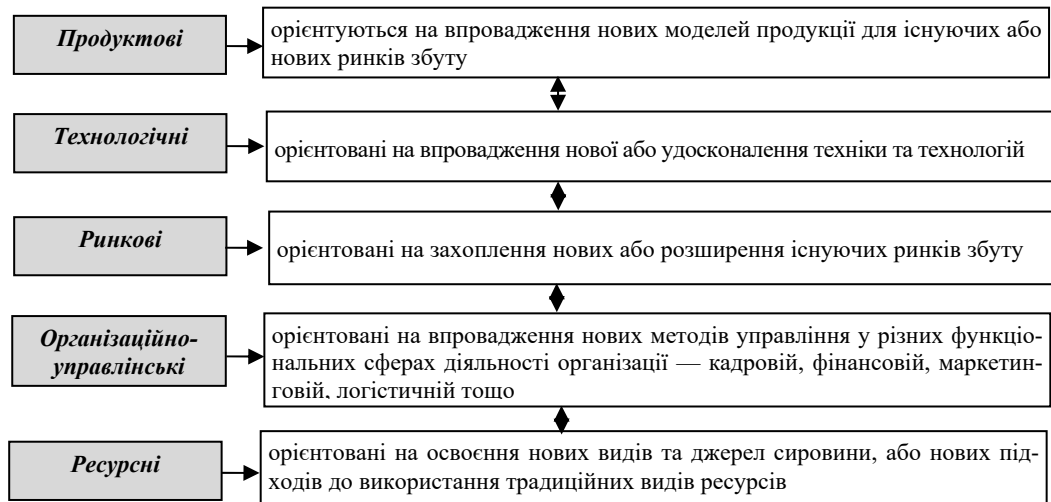


Рис. 2. — Напрями інноваційної діяльності підприємства залежно від сфери застосування інновацій*

*Джерело: узагальнено автором за [16]

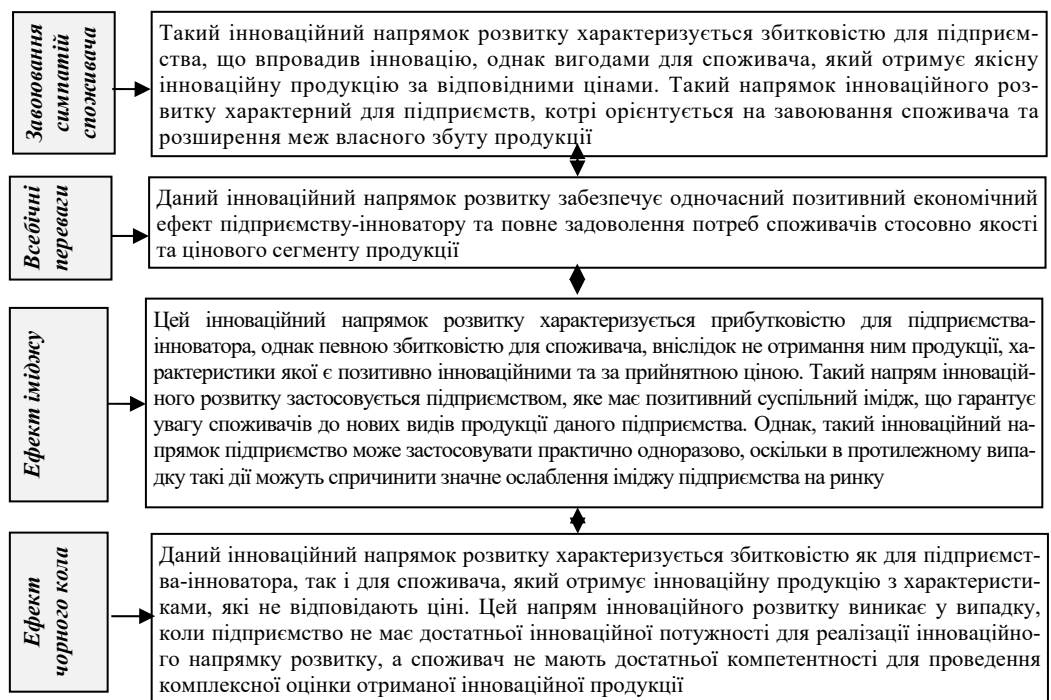


Рис. 3. — Напрями інноваційної діяльності підприємства залежно від спонукальних мотивів інноватора та споживачів*

*Джерело: узагальнено автором за [16]

Висновки. Тобто, теорії інноваційного підприємства слугують своєрідним теоретичним орієнтиром для обґрунтування можливостей для реалізації інноваційних пріоритетів в умовах глобалізації. Проте, перспективи інноваційного розвитку в умовах глобалізації межують із проблемами, які часто пов'язані із невідповідністю наукового та технологічного рівня країн, що розвиваються відповідним характеристикам розвинених країн світу. Існують питання стосовно сприйняття вітчизняними суб'єктами господарювання прогресивних ідей та їх відповідності специфіці національної економіки. Крім того, співпраця на міжнародному рівні в умовах глобалізації може спричинити надмірну конкуренцію та дестабілізацію діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання.

При розробці інноваційної моделі розвитку держави в умовах глобалізації необхідно враховувати не лише кількісний науковий потенціал (кількість науковців, оплата праці працівників наукової діяльності і т.п.), а й якісну сторону використання такого потенціалу (яким чином запропонована окремим науковцем інновація вплинула на досліджувану ним сферу чи галузь соціально-економічного середовища). Такий підхід може не лише забезпечити ефективне поширення інновацій в межах окремої держави, а й дати можливість для торгівлі ними в системі глобальних економічних відносин.

Література

1. Taylor A.M. Policymakers in two eras of globalization faced the same of «trilemma» difficult policy trade-offs / Alan M. Taylor // *Finance and Development*. — 2004. — № 3 — Pp. 28-31.
2. Levitt T. The Globalization of Markets / T. Levitt // *Harvard Business Review*. — 1983. — № 61 (3) . — Pp. 92-102.
3. Castells M. Information technology and global capitalism' in W. Hutton and A. Giddens. (eds.) *On The Edge. Living with global capitalism*, London: Vintage. — 2001. — 52 p.
4. Стукало Н.В. Глобалізація та розвиток фінансової системи України : монографія / Н.В. Стукало. — Д. : Вид-во «Інновація», 2006. — 248 с.
5. Власюк О.С. Виклики та загрози фінансової безпеки України на середньострокову перспективу / О.С. Власюк // *Фінанси України : журнал*. — 2012. — № 5. — С. 3-13.
6. Глобалізація і безпека розвитку : монографія / О.Г. Білорус, Д.Г. Лук'яненко та ін.; наук. ред. О.Г. Білорус. — К. : Вид-во КНЕУ, 2001. — 733 с.
7. Mensch G. *Stalemate in Technology: Innovation Overcome the Depression*. — Cambridge, Mass., 1979. — 247 p.
8. Drucker P. F. Our Entrepreneurial Economy // *Harvard Business Review*. — 1984, Jan.-Feb. — pp. 64 — 68.
9. Denison E. F. *Trends in American Economic Growth (1929 — 1982)*. — Washington, D.C.: The Brookings Institution, 1990. — 300 p.
10. Mansfield E. *Industrial Research and Technological Innovation. An Economic Analysis*. — New York: Norton, 1968. — 235 p.
11. *Diffusion of Technologies and Social Behavior* / Eds. Nakicenovic and A. Grubler. — Berlin: Springer, 1991. — 250 p.
12. Rogers E. M. *Diffusion of Innovations (4th ed.)*. — New York: The Free Press, 1995. — 270 p.

13. Hagerstrand T. Innovation diffusion as a spatial process. — Chicago: University of Chicago Press, 1968. — 235 p.

14. Колодійчук А.В. Огляд теорій інноваційного підприємства. / А.В. Колодійчук // Европейская наука XXI века. Экономические науки.— 2012. — Электронний ресурс. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/14_ENXXI_2012/Economics/9_110488.doc.htm

15. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения/В. М. Гранатуров. — М.: Дело и сервис, 2010. — 208 с.

16. Микитюк П. П, Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Скочиляс С. М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. — Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. — 224 с.

References

1. Taylor, A.M. “Policymarkets in two eras of globalization faced the same of «trilemma» difficult policy trade-offs“ *Finance and Development*, no. 3(2004): 28-31.

2. Levitt, T. “The Globalization of Markets“ *Harvard Business Review*. no. 61 (3)(1983): 92-102.

3. Castells, M. Information technology and global capitalism’ in W. Hutton and A. Giddens. (eds.) *On The Edge. Living with global capitalism*, London: Vintage, 2001.

4. Stukalo, N.V. Hlobalizatsiia ta rozvytok finansovoi systemy Ukrainy : monohrafiia. D.: Vyd-vo «Innovatsiia», 2006.

5. Vlasiuk, O.S. “Vykylyky ta zahrozy finansovoi bezpeky Ukrainy na serednostrokovu perspektyvu“ *Finansy Ukrainy : zhurnal*. no. 5 (2012): 3 — 13.

6. Bilorus, O.H., Lukianenko, D.H. Hlobalizatsiia i bezpeka rozvytku : monohrafiia / ta in.; nauk. red. O.H. Bilorus. K. : Vyd-vo KNEU, 2001.

7. Mensch, G. Stalemate in Technology: Innovation Overcome the Depression. Cambridge, Mass., 1979.

8. Drucker, P. F. “Our Entrepreneurial Economy“ *Harvard Business Review*. no. 1 (1984): 64 — 68.

9. Denison, E. F. Trends in American Economic Growth (1929 — 1982). Washington, D.C.: The Brookings Institution, 1990.

10. Mansfield, E. Industrial Research and Technological Innovation. An Economic Analysis. New York: Norton, 1968.

11. Grubler, A. Diffusion of Technologies and Social Behavior. Berlin: Springer, 1991.

12. Rogers, E. M. Diffusion of Innovations (4th ed.). New York: The Free Press, 1995.

13. Hagerstrand, T. Innovation diffusion as a spatial process. Chicago: University of Chicago Press, 1968.

14. Kolodiichuk A.V. Ohliad teorii innovatsiinoho pidpriemstva. Evropeiskaia nauka XXI veka. Ekonomicheskye nauky. Retrieved from: http://www.rusnauka.com/14_ENXXI_2012/Economics/9_110488.doc.htm

15. Hranaturov, V.M. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения. М.: Дело и сервис, 2010.

16. Mykytiuk, P. P, Krysko, Zh. L., Ovsianiuk-Berdadina, O. F., Skochylas, S. M. Innovatsiinyi rozvytok pidpriemstva. Ternopil: PP «Prynter Inform», 2015.

ИНОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Дыба А.М., канд. экон. наук, докторант
кафедры инвестиционной деятельности
ГВУЗ «Киевский национальный экономический
университет имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические основы и прикладные аспекты инновационного развития в условиях глобализации. Обращено внимание на основные положения теорий инновационного предприятия и возможности их применения в условиях глобализации. Исследованы направления инновационной деятельности предприятия в зависимости от сферы применения инноваций. Обоснованы направления инновационной деятельности предприятия в зависимости от мотивов инноватора и потребителей.

Ключевые слова: глобализация, инновационное развитие, инновационная деятельность, инновация, инновационное предприятие.

INNOVATIVE DEVELOPMENT UNDER GLOBALIZATION CONDITIONS

Oleksandr M. Dyba, PhD, Associate
Professor
SHEI “Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman”

Abstract. The theoretical backgrounds and applied aspects of innovative development under globalization conditions are defined within the article. The studies of foreign and Ukrainian researchers on the complex process nature of globalization and its main features within economy and other areas of human activity are underlined. The attention is paid to the essence and the main features of the innovative enterprise theories and the possibilities of their application under the globalization nowadays. The directions of innovative activity of the enterprise depending on the sphere of application of innovations are investigated. The directions of innovative activity of the enterprise depending on motives both of innovator and consumers are substantiated. The research shows the importance to pay attention not only to the quantitative features of scientific and innovative potential, but also the qualitative aspect of their potential use. Such approach is able not only to ensure the effective dissemination of innovations within an appropriate state, but also enable trade in them in the system of global economic relations.

Keywords: globalization, innovation development, innovation activity, innovation, innovative enterprise.

Стаття надійшла до редакції 30.03.2018

УДК 330.341.1

Крамаренко Анна Олександрівна*
Барабась Дмитро Олександрович**

ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ ЯК ОСНОВА ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Анотація. У статті досліджено основні складові інноваційної політики України, у т.ч. законодавчу базу, об'єкти, суб'єкти, принципи та призначення. Узагальнено світовий досвід використання фіскальних інструментів стимулювання інновацій і здійснено його порівняння з вітчизняними реаліями. Серед основних проблем імплементації інноваційної політики в Україні ідентифіковано падіння результатуючих показників, брак фіскальних засобів стимулювання інновацій, значну кількість законодавчих норм, що пригнічують підприємницьку діяльність загалом та інноваційну — зокрема. Запропоновано можливі шляхи подолання труднощів при розбудові дієвої державної інноваційної політики в Україні.

Ключові слова: державна інноваційна політика, стимулювання інновацій, інноваційна діяльність, інноваційна продукція, інновації, Україна.

Вступ. Основою формування конкурентних переваг підприємств, галузей і держави в цілому виступають різноманітні інновації. Зокрема, зростання економіки на шляху сталого розвитку дослідники часто пов'язують з темпами і масштабами інноваційного розвитку. Результативна політика держави в інноваційній сфері, яка спрямована на поєднання зусиль державного та корпоративного секторів економіки, виступає дієвим засобом запобігання та подолання економічних криз. Тому проблема активізації державної інноваційної політики як фактора підвищення конкурентоспроможності національної економіки є вкрай актуальною і має високу практичну значимість для України.

Вивченням інноваційної політики держави займаються багато вчених. Значний внесок у дослідження даного наукового напрямку зробили, серед інших: Андрощук Г.О., Бажал Ю.М., Гальчинський А.С., Гаман М.В., Геєць В.М., Головка І., Гончаренко О.А., Гусєв В.О., Дикань В.Л., Згуровський М.З., Кам'янська О.В., Лебедева Л.В., Молдован О., Мосов С.Ю., Оніщенко В.Ф., Пилипенко О., Сафонов Ю.М., Семиноженко В., Смирнов В.В., Толстова А.В., Федулова Л.І., Шкарлет С.Н., Юрченко А.Ю. та ін. При цьому доволі великий перелік питань залишається не розв'язаним, зокрема потребують теоретичного і прикладного опрацювання дієві механізми інноваційного співробітництва держави та підприємств, податкового сприяння та збалансованого адміністрування інноваційної діяльності з метою стимулювання розбудови вітчизняної економіки.

Постановка задачі. Завданням даної статті є дослідження основних складових інноваційної політики України, існуючих проблем її імплементації та можливих шляхів їх подолання.

* **Крамаренко Анна Олександрівна** — бакалавр менеджменту, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», anya_31200@ukr.net

** **Барабась Дмитро Олександрович** — канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», barabas@kneu.edu.ua

Результати. З визначень державної інноваційної політики, що наводяться в останніх публікаціях з цієї проблематики, доволі комплексним є її розгляд як складової соціально-економічної політики, спрямованої на розвиток і стимулювання інноваційної діяльності, під якою розуміється створення нової або удосконаленої продукції, нового або удосконаленого технологічного процесу, що реалізуються з використанням наукових досліджень, розробок, дослідно-конструкторських робіт або інших науково-технічних досягнень [2].

Серед численної низки нормативних актів, що регулюють правові засади інноваційної діяльності та державної інноваційної політики, є Закони України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 26.11.2015 № 848-VIII, «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011 № 3715-VI, «Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій» від 09.04.2004 № 1676-IV, «Про державні цільові програми» від 18.03.2004 (в редакції від 02.12.2012) № 1621-IV, «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 (в редакції від 05.12.2012) № 40-IV, «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки» від 11.07.2001 (в редакції від 16.01.2016) № 2623-III, «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» від 16.07.1999 (в редакції від 05.12.2012) № 991-XIV, «Про наукову і науково-технічну експертизу» від 10.02.1995 (в редакції від 05.12.2012) № 51/95-ВР, «Про науково-технічну інформацію» від 25.06.1993 (в редакції від 19.04.2014) № 3322-XII, а також Розпорядження КМУ «Про затвердження плану заходів з реалізації Концепції реформування державної політики в інноваційній сфері на 2015-2019 роки» від 04.06.2015 № 575-р, «Про схвалення Концепції реформування державної політики в інноваційній сфері» від 10.09.2012 № 691-р, «Про державне замовлення на науково-технічні (експериментальні) розробки та науково-технічну продукцію у 2016 році» від 27.07.2016 № 476, «Про затвердження Державної цільової програми розвитку системи інформаційно-аналітичного забезпечення реалізації державної інноваційної політики та моніторингу стану інноваційного розвитку економіки» від 07.05.2008 (в редакції від 21.10.2011) № 439 тощо [9].

Законодавча база з питань інноваційного розвитку має працювати в напрямку захисту вітчизняних економічних інтересів. Удосконалення існуючої законодавчої бази, її взаємоузгодження з законами, прийнятими різними відомствами, можливо здійснити шляхом розроблення та прийняття Інноваційного кодексу України. Кодекс має включати положення щодо ведення інноваційної діяльності, захисту прав інтелектуальної власності, включення держави та наукових установ до інноваційного циклу, надання податкових та митних пільг інноваційно-промисловим кластерам, інноваційно активним підприємствам [4]. Так, раніше Закон України «Про інноваційну діяльність» встановлював пільги інноваційним підприємствам, проте з 2003 р. відповідними законами «Про Державний бюджет України» вони щорічно призупинялись, а в 2005 р. їх взагалі скасовано. Тобто загальні декларації про розбудову інноваційної економіки в реальному житті не підкріплюються навіть податковими пільгами для суб'єктів господарювання, які здійснюють інноваційну діяльність. Тож не даремно у

2005–2012 роках при помірному зростанні кількості компаній, що впроваджують інновації, обсяги реалізованої інноваційної продукції знизились вдвічі [8, с. 81].

Об'єктами державної інноваційної політики виступають інноваційні процеси, пріоритетні з яких встановлені законодавством, і відповідні сегменти їх перебігу у сфері інноваційної діяльності.

Суб'єктами державної політики в сфері інновацій є всі учасники інноваційних процесів у будь-якій їх фазі, якщо вони є провідниками такої політики, зокрема, державні органи, що здійснюють підтримку генерації, розвитку та поширення інновацій в галузях національної економіки з наданням пріоритету процесам, які передбачають технологічне переозброєння виробництв на базі високих технологій, утвердження вищих технологічних укладів (п'ятого та шостого) [3, с.149].

Державна політика в цілому та окремі її напрямки спираються на загальні принципи законності, науковості, гласності, спадкоємності, інноваційності, креативності. Крім того, кожен напрямок політики детермінується групою принципів, що відображають специфіку предмета регулювання. В Україні державна інноваційна політика керується такими основними принципами:

- ✓ визнання соціальної значущості інноваційної діяльності та її визначального впливу на рівень і темпи розвитку країни;
- ✓ створення органами державної влади України і органами місцевого самоврядування сприятливих умов для здійснення інноваційної діяльності;
- ✓ надання суб'єктам інноваційної діяльності комплексної підтримки з боку органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- ✓ участь представників суб'єктів інноваційної діяльності, їх організацій, що саморегулюються, у виробленні та реалізації державної політики розвитку інноваційної діяльності, в розробці, експертизі проектів нормативних правових актів, державних і муніципальних програм з питань розвитку інноваційної діяльності;
- ✓ незастосування до суб'єктів інноваційної діяльності положень нормативних правових актів, які погіршують їхній економічний стан;
- ✓ гласність вибору пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, механізмів формування і реалізації інноваційних програм і проектів;
- ✓ інтеграція інноваційної, інвестиційної, наукової, науково-технічної та науково-освітньої діяльності з метою забезпечення їх комплексного впливу на економіку [12].

Державна інноваційна політика має багатофункціональне призначення, що полягає, зокрема: *за господарською функцією* — у введенні у господарський обіг об'єктів прав інтелектуальної власності, створених у науково-технічній сфері діяльності з метою їх комерціалізації або отримання соціально-економічного ефекту; *за гуманітарною функцією* — у сприянні розвитку творчого потенціалу людини, як головного суб'єкта інноваційних процесів та їх ініціатора; *за економічною функцією* — у забезпеченні економічного розвитку та конкурентоспроможності підприємств, галузей, регіонів, національної економіки на базі інноваційної модернізації чи реструктуризації сфер науково-технологічної, освітньої та виробничої діяльності; *за пізнавальною функцією* —

у сприянні продукуванню нових знань прикладного характеру та розробленню передових технологій; *за соціальною функцією* — у забезпеченні продукування суспільно корисних благ нової якості. Державна інноваційна політика повинна бути функціонально пов'язаною із стратегічними цілями соціально-економічного розвитку, а не тільки вирішувати поточні проблеми. Її орієнтація на соціально-економічний розвиток передбачає створення певних передумов її запровадження, зокрема досягнення в суспільстві загальноекономічної та соціальної стабільності. Для інноваційного типу економічного розвитку характерним є системний комплекс інституціонального, ресурсного та інформаційного забезпечення, що разом з мотиваційними чинниками у суб'єктів інноваційного процесу відіграють роль визначальних факторів інноваційного розвитку, а також є його загальними характеристиками. Комплекс цих факторів, взаємопов'язаний з державною інноваційною політикою, має сприяти її ефективному запровадженню [3].

На сьогодні українська промисловість базується на традиційних технологіях, започаткованих ще на ранніх стадіях індустріалізації. В результаті цього сучасний рівень економічного розвитку України характеризується скороченням рівня реального ВВП, який у 2015 році знизився на 8,7%, в той час як в 2014 році скорочення складало 6,2% (у 2016 р. нарешті почав зростати). Спостерігається поглиблення кризових явищ, що підтверджується поступовим скороченням обсягів промислової продукції, які складають в 2013р. — 95,7%, 2014 році — 89,3%, за 3 квартали 2015р. — 85,6%, скороченням розмірів капітальних інвестицій. У значній частині таке скорочення обсягів виробництва зумовлене низьким рівнем конкурентоспроможності національних підприємств і воєнним протистоянням на Сході України, що призвело до втрати більш ніж 1,2 млн підприємств та 2,7 млн фізичних осіб-підприємців. Всупереч невеликому пошквалюванню інноваційної активності вітчизняної промисловості, зокрема, протягом 2010-2013 років, у 2014 році кількість інноваційно активних промислових підприємств скоротилася та склала 1609, що становило 16,1% від загальної кількості промислових підприємств України, а в 2015 впала до 824 (17,3%) і в 2016 р. стабілізувалася на рівні 834. Зростання обсягу витрат на інноваційну діяльність на 79,5% супроводжувалось скороченням обсягу реалізованої інноваційної продукції на 10,2% [6, 7]. Зважаючи на це, рівень інноваційної діяльності підприємств важко назвати задовільним, адже потреби в інноваціях на більшості із них задовольняються за рахунок імпорту технологій, устаткування, а не шляхом власних інноваційних розробок.

Ключовим інструментом інноваційного розвитку економіки країни є державна інноваційна політика, важливим елементом якої виступає формування відповідного інституційного середовища, котре включає інструменти, механізми та інститути, орієнтовані на заохочення технологічної модернізації та розбудови інноваційного потенціалу української економіки. Спрямованість державної інноваційної політики на створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації

нових видів конкурентоспроможної продукції в Україні є пріоритетною. За умов глобальної трансформації ринків, переходу до постіндустріальних, інформаційно-мережевих економік особливу роль набуває взаємодія інноваторів, інноваційних інститутів, ринку та держави. Ключовою фігурою та джерелом інновацій є людина. Інноваційні інститути і державні органи мають створити інноваційну атмосферу розробки і реалізації новинок, а ринок — забезпечити суспільно значущу селекцію і комерціалізацію інновацій, зробивши їх фактором економічного розвитку [5].

Сучасна парадигма інноваційного розвитку економіки країни повинна бути орієнтована на ефективну організацію сукупності процесів та дій, що сприятимуть формуванню та узгодженню взаємовигідних зв'язків між підприємствами, їх внутрішньої упорядкованості. Процес організації національних інститутів повинен здійснюватися з врахуванням структурно-функціонального підходу до адміністративно-територіальних об'єднань в аспекті систематизації процесу інтеграції підприємств на основі розвитку структурних складових та найбільш вагомих функціональних взаємозв'язків. Особливого значення в даному контексті набувають технопарки, промислові парки, бізнес-інкубатори, центри трансфертних технологій [4].

Визнаючи, що тільки тривалий технологічний розвиток зможе забезпечити економіці високий рівень конкурентоспроможності, багато держав у останні десятиріччя збільшують обсяги і розширюють склад фіскальних інструментів, які стимулюють інноваційну діяльність суб'єктів господарських відносин. Навіть ринково орієнтовані країни активно запроваджують різноманітні податкові пільги компаніям, що впроваджують інновації. Так 26 із 34 країн — членів ОЕСР підтримують інноваційні підприємства за допомогою подібних інструментів. Інші країни, що активно застосовують таку практику: Бразилія, Китай, Індія, Російська Федерація, Сінгапур, Південно-Африканська Республіка тощо. Цільове застосування державами стимулюючих податкових пільг скорочує видатки товаровиробників на інноваційні інвестиції. При цьому, якщо наприкінці минулого століття державна підтримка часто обмежувалася лише звільненням інвестицій в інновації від оподаткування, то нині держбюджет вже по суті субсидує інноваційні проекти. У деяких державах завдячуючи податковим пільгам інвестор економить 20–25% витрат на інновації, в Іспанії — до 35%, у Франції — навіть до 42,5%. До того ж, у багатьох державах суб'єктам малого та середнього бізнесу з урахуванням його важливої соціальної ролі забезпечуються додаткові податкові преференції, тому державна підтримка їх інноваційної активності є ще вагомішою. Одночасно в інших країнах інноваційна діяльність ще й оподатковується. Проте якщо у Німеччині, Ізраїлі, Швейцарії, Швеції, Фінляндії брак податкових преференцій скомпенсований вагомими прямими трансфертами з держбюджету на сприяння інноваційним проектам, то в Україні даний механізм фактично існує лише на папері. Не дивно, що активність вітчизняних компаній щодо розробки і впровадження інновацій теж переважно паперова, а вагомі інноваційні проекти, на зразок розроблення й освоєння виробництва низькопідлогового трамвая львівським заводом «Електротранс», є яскравими крапками на сірому тлі вітчизняної економічної дійсності [10].

Чекати впровадження в Україні фіскального інструментарію заохочення інноваційної активності підприємств можна ще довго. Урядовці посилаються на хронічний дефіцит бюджету, що не заважає їм подекуди лобіювати закони з податковими пільгами для окремих галузей чи суб'єктів господарювання. При цьому механізми, які дозволяють активізувати інноваційну діяльність, лежать на поверхні:

1. Доцільно провести ревізію та обмежити діючі податкові пільги. Скорочення податкових ставок для окремих галузей без жорсткої прив'язки до використання зекономлених коштів на інноваційні проекти хіба що сприяє тимчасовому підвищенню рівня завантаженості потужностей, а в гіршому — лише зростанню прибутків, що отримуватиме власник компанії [11]. Цілями податкових пільг є сприяння оновленню техніко-технологічної бази підприємств, збільшення виробництва інноваційної продукції, зростання кількості висококваліфікованих робочих місць, і в кінцевому рахунку інноваційна та інвестиційна розбудова держави.

2. Необхідно змінити механізм впливу фіскальних інструментів з компенсаторного на стимулюючий. Оскільки в більшості держав податкові пільги отримують новостворені підприємства. І до того ж, цей інструмент має обмежений час дії, тому очікується, що він спрацюватиме за два-три роки. І надають такі цільові пільги саме для підтримки процесів технологічного і технічного оновлення, незалежно від галузевої приналежності чи місця розташування [1].

3. З урахуванням дефіциту фінансових ресурсів податкові преференції мають отримувати ті підприємства, приріст очікуваних результатів яких буде максимальним. Зокрема, які здатні забезпечити вагомий приріст інвестицій чи нарощування кількості робочих місць. Наприклад, в Японії та США підприємствам дозволяється списання на витрати значної частини приросту інноваційних витрат стосовно попереднього року; у Канаді малі підприємства отримують пільги зі сплати соціальних внесків при працевлаштуванні додаткового працівника. Такі податкові пільги не спричиняють вагомий втрати бюджету, і при цьому заохочують суб'єктів господарювання до інноваційного розвитку.

4. Має рацію зменшення максимальної межі для нарахувань ЄСВ щодо висококваліфікованих і талановитих працівників, бо це надасть підприємствам можливість підвищувати таким категоріям спеціалістів заробітну плату, залучаючи перспективні для НДДКР кадри [10]. Таким чином, конструювання ефективною системи фіскальних важелів слід розпочинати з імплементації до законодавства вже перевірених на практиці розвинених країн податкових пільг та інших стимулюючих інструментів, щоб обминути винаходження велосипеду. На відміну від ризикованого експериментування, цей підхід економить час і фінансові ресурси. Саме цим шляхом скористалися більшість інноваційно зорієнтованих держав, що стимулюють реалізацію інноваційного потенціалу власної економіки.

Висновки. Відсутність в Україні ефективних механізмів спонукання підприємств до інноваційної діяльності, уривчастість та суперечливість державної політики науково-технічного розвитку зумовлюють низькі показники інноваційної активності, хоча по окремих параметрах і наявні позитивні тре-

нди. Тільки послідовне вибудовування та успішна реалізація державної інноваційної політики забезпечать формування інноваційної моделі держави з конкурентоспроможною національною економікою. Розумне застосування інновацій на рівні держави, а також їх впровадження промисловими підприємствами сприятиме нагромадженню інноваційного потенціалу та створюватиме позитивний образ України, допомагаючи залучати до країни іноземних інвесторів.

Література

1. Головка І. Податкові пільги: стимул до інновацій чи пожиттєвий бонус [Електронний ресурс] / Інна Головка // Вісник. Право знати все про податки і збори. — 2016. — №14 (872), 8 квітня. — Режим доступу : <http://www.visnuk.com.ua/ru/pubs/id/9614>
2. Гончаренко О. А. Форми та методи державного стимулювання науково-технічної та інноваційної діяльності в державах — членах ЄС / О. А. Гончаренко // Право та інновації. — 2015. — № 4 (12). — С. 79–85.
3. Гусев В. О. Державна інноваційна політика: методологія формування та впровадження : монографія / В. О. Гусев. — Донецьк : Юго-Восток, 2011. — 624 с.
4. Дикань В.Л Концепція інноваційного розвитку економіки України / В.Л. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2015. — № 52. — С. 9–20.
5. Егоров І.Ю. Инновационная Украина-2020: основные положения национального доклада / И.Ю. Егоров // Экономика Украины. — 2015. — № 9. — С. 4-18.
6. Інноваційна діяльність промислових підприємств України у 2015 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/dop/04/dop_nntd15_pdf.zip
7. Наукова та інноваційна діяльність України : Статистичний збірник [Електронний ресурс]. — К. : Державна служба статистики України, 2017. — 141 с. — Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/zb/09/zb_nayka_2016.zip
8. Кам'янська О.В. Податкові пільги як складова системи стимулювання інноваційної діяльності підприємств / О.В. Кам'янська, І.О. Солов'ян // Економіка і управління. — 2013. — №3. — С. 79–85.
9. Лебедева Л.В. Сучасна інноваційна політика держави в Україні: проблеми та перспективи реформування [Електронний ресурс] / Л.В. Лебедева // Ефективна економіка. — 2014. — №1. — Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2664>
10. Молдован О. Дестимулюючі пільги [Електронний ресурс] / Олексій Молдован // Дзеркало тижня. — 2013. — №31, 30 серпня. — Режим доступу : <http://gazeta.dt.ua/macrolevel/destimulyuyuchi-pilgi-.html>
11. Пилипенко О. Через податки до інновацій — якою є формула успіху для України [Електронний ресурс] / Олег Пилипенко. — 2016. — 01 лист. — Режим доступу : <https://www.imena.ua/blog/success-innovations-ua/>
12. Сафонов Ю.М. Принципи державної інноваційної політики України / Ю.М. Сафонов // Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). — 2011. — № 1 (52). — С. 81-87.

References

1. Holovko, Inna. «Podatkovi pilhy: stymul do innovatsii chy pozhyttievyi bonus». *Visnyk. Pravo znaty vse pro podatky i zbory*, no. 14, April 8, 2016. Available at: <http://www.visnyk.com.ua/ru/pubs/id/9614>
2. Honcharenko, O. A. «Formy ta metody derzhavnoho stymuliuvannia naukovotekhnichnoi ta innovatsiinoi diialnosti v derzhavakh — chlenakh EU». *Pravo ta innovatsii*, no. 4 (2015): 79–85.
3. Husiev, V. O. «Derzhavna innovatsiina polityka: metodolohiia formuvannia ta vprovadzhennia», monograph. Donetsk: South-East, 2011.
4. Dykan, V.L «Kontseptsiiia innovatsiinoho rozvytku ekonomiky Ukrainy». *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no. 52, (2015): 9–20.
5. Ehorov, Y.Iu. «Ynnovatsyonnaia Ukrayna-2020: osnovnie polozheniia natsyonalnoho doklada». *Ekonomyka Ukrainy*, no. 9, (2015): 4-18.
6. Innovatsiina diialnist promyslovykh pidpriemstv Ukrainy u 2015 rotsi, 2016. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/dop/04/dop_nntd15_pdf.zip.
7. Naukova ta innovatsiina diialnist Ukrainy : Statistical zb. — Kyiv : Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2017. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/zb/09/zb_nayka_2016.zip.
8. Kamianska, O.V. «Podatkovi pilhy yak skladova systemy stymuliuvannia innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv». *Ekonomika i upravlinnia*, no. 3 (2013): 79–85.
9. Lebedeva, L.V. «Suchasna innovatsiina polityka derzhavy v Ukraini: problemy ta perspektyvy reformuvannia». *Efektivna ekonomika*, no. 1 (2014) Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2664>
10. Moldovan, Oleksii. «DEstymuliuyuchi pilhy». *Dzerkalo tyzhnia*, no. 31, August 30, 2013. Available at: <http://gazeta.dt.ua/macrolevel/destimulyuyuchi-pilgi-.html>
11. Pylypenko, Oleh. «Cherez podatky do innovatsii — yakoiu ye formula uspikhu dlia Ukrainy». November 1, 2016. Available at: <https://www.imena.ua/blog/success-innovations-ua/>
12. Safonov Yu.M. «Pryntsypy derzhavnoi innovatsiinoi polityky Ukrainy». *Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu DPS Ukrainy (ekonomika, pravo)*, no. 1 (2011): 81-87.

ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА КАК ОСНОВА ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Анна Крамаренко, бакалавр менеджмента
Дмитрий Барабась, к.э.н., доцент
Киевский национальный экономический университет им. В.Гетьмана

Аннотация. В статье исследованы основные составляющие инновационной политики Украины, в т.ч. законодательную базу, объекты, субъекты, принципы и назначение. Обобщен мировой опыт использования фискальных инструментов стимулирования инноваций и осуществлено его сравнение с отечественными реалиями. Среди основных проблем имплементации инновационной политики в Украине идентифицировано паде-

ния результирующих показателей, недостаток фискальных инструментов стимулирования инноваций, значительное количество законодательных норм, которые подавляют предпринимательскую деятельность в целом и инновационную — в частности. Предложены возможные пути преодоления трудностей при развитии действенной государственной инновационной политики в Украине.

Ключевые слова: государственная инновационная политика, стимулирование инноваций, инновационная деятельность, инновационная продукция, инновации, Украина.

INNOVATIVE POLICY OF THE STATE AS THE BASIS OF ITS COMPETITIVENESS

Anna O. Kramarenko, bachelor of management

Dmytro O. Barabas, PhD, associate professor

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

Abstract. The study of the main components of Ukraine's innovation policy in the article begins with the characteristic of the Ukrainian legislative framework on this aspect. As subjects of state policy in the field of innovation are all participants in innovation processes in any phase if they are the guides of such a policy. Principles of state innovation policy are highlighted and characterized. An analysis of global experience of using fiscal instruments to stimulate innovation is indicative of an increase in volumes and an expansion of the composition of fiscal instruments that stimulate the innovative activity of business entities. Against this background, the comparison with the domestic realities shows the reverse processes. Among the main problems of the implementation of innovation policy in Ukraine: the fall of the resulting indicators of such policies has been identified; deficit of fiscal instruments to stimulate innovation; a significant number of legislative norms that suppress entrepreneurial activity in general and innovation — in particular. The article suggests possible ways to overcome the difficulties in developing an effective state innovation policy in Ukraine, including: revision of existing tax benefits; change in the mechanism of influence of fiscal instruments from compensator to stimulator; selective provision of tax preferences, taking into account the ability to provide a massive increase in investment or growth in the number of jobs, etc.

Keywords: state innovation policy, innovation stimulation, innovative activity, innovative products, innovations, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 18.01.2018

УДК 336.71

Андрущак Євгенія Михайлівна *
Щуревич Оксана Ігорівна **

ПРОБЛЕМИ КАПІТАЛІЗАЦІЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню сучасних аспектів капіталізації банківського сектору України. Розглянуто сутність капіталізації. Проведено кількісний та якісний аналіз структурних показників власного капіталу банків. Висвітлено суть проблеми капіталізації банківської системи, особливості здійснення Національним банком України регулювання капіталізації. З'ясовано, що капітал банківської системи можна штучно збільшити за допомогою емісійних різниць й резервів переоцінки, проведено детальний аналіз щодо визначення їхніх часток на балансах банків. Сформульовано пропозиції стосовно підвищення рівня капіталізації банків на макро- та мікроекономічному рівнях.

Ключові слова: банківська система, капіталізація, власний капітал, статутний капітал, емісійні різниці, резерви переоцінки.

Вступ. Банківська система України є важливою компонентою національної економіки, від стабільності, ефективності діяльності якої значною мірою залежить економічне зростання. Для повноцінного виконання банками основних функцій необхідним є формування достатнього обсягу капіталу.

Банківський капітал є найважливішим показником, що дає змогу оцінити перспективи банківського сектору загалом та конкретного банку зокрема. Крім того, його розмір визначає масштаби операцій банку. Необхідним є визначення достатнього обсягу капіталу фінансових установ для їх рентабельного функціонування на ринку. При цьому варто врахувати, що негативною є також надлишкова капіталізація, яка призводить до зменшення прибутковості банківського бізнесу. Водночас недостатній рівень капіталізації звужує можливості банку щодо розміщення фінансових ресурсів. Тому актуальним завданням є підтримання необхідного розміру капіталу банків, щоб з однієї сторони банк мав достатній «рівень захисту», з іншої — працював рентабельно.

Теоретичне обґрунтування сутності капіталу банку, капіталізації банківської системи, дотримання банками вимог щодо достатності капіталу, проблема капіталізації, напрями її вирішення проаналізовано у працях таких вітчизняних науковців: Вдовенко Л.О. [2], Грудзевич У.Я. [3], Грудзевич Я.В. [3], Манжос С.Б. [4], Онищенко В.О. [4], Островська Н.С. [5], Пурій Г.М. [6], Стойка В.С. [7], Чайковський Я.І. [8], Черненко О.С. [2], Швець О.Ю. [5], Шевчук А.М. [9] та ін.

* *Андрущак Євгенія Михайлівна* — кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту Львівського національного університету імені Івана Франка

** *Щуревич Оксана Ігорівна* — аспірантка кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту Львівського національного університету імені Івана Франка. sh-oi@ukr.net

Однак варто зауважити, що у зв'язку зі зміною тенденцій у банківському середовищі, появою нового регуляторного поля, зростаючими вимогами до банків потребує перегляду і додаткового дослідження проблематика забезпечення адекватного рівня капіталізації банківської системи, що у перспективі має сприяти зростанню національної економіки.

Постановка задачі. Періодичні банківські кризи, зростаючі вимоги до банків зі сторони як регулятора, так і міжнародних фінансових установ актуалізують необхідність пошуку нових напрямів щодо удосконалення процесу забезпечення банківської системи необхідним обсягом капіталу.

Метою даної статті є визначення сучасного стану капіталізації банківської системи України та шляхів підвищення її рівня у банках.

Результати. Капітал банку є якісним показником, що відображає надійність банківських установ, стійкість до можливих криз, а також здатність до успішного розвитку. Крім того, він є своєрідною «подушкою безпеки», яка захищає банк від ризиків, несприятливих економічних умов; достатній його рівень є гарантом забезпечення успішної діяльності банку. Таким чином, необхідний обсяг капіталу є підґрунтям ефективного функціонування на ринку банківських послуг, а також створює можливості для конкуренції з іншими фінансовими посередниками.

Проблема забезпечення необхідного розміру власного капіталу банку, а також капіталізації всієї банківської системи є особливо актуальною у період кризи та наступні роки після неї, оскільки при недостатньому обсязі капіталу банк стикається з різними фінансовими проблемами, для вирішення яких першочерговим завданням є формування потрібного обсягу капіталу для підтримання платоспроможності та забезпечення функціонування у банківському середовищі.

Події у банківському секторі України протягом 2014-2016 рр. є наслідком низького рівня капіталізації банків, що підтверджується кількістю банків, які визнано неплатоспроможними, та щодо яких проводиться процедура ліквідації. Зокрема, упродовж 2014-2016 рр. з ринку виведено 90 банків. Це доводить, що у стресові періоди банки не мали достатнього рівня захисту у вигляді якісного капіталу.

Національний банк України для оцінювання рівня капіталізації використовує нормативи: Н1 як показник абсолютного рівня капіталізації та Н2 — норматив достатності регулятивного капіталу як відносний визначник.

Варто зазначити, що проблема капіталізації банківської системи України полягає не лише в абсолютному розмірі регулятивного капіталу, а у його здатності поглинути існуючі ризики. Тобто, капітал банку має бути адекватним обсягу здійснюваних банком активних операцій. Це означає, що елементи капіталу повинні бути якісними з точки зору можливостей поглинання ризиків. Структура складових власного капіталу банків України відображена у табл. 1.

Таблиця 1

СТРУКТУРА ЕЛЕМЕНТІВ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ БАНКІВ УКРАЇНИ*

Складові ВК, млн грн.	01.01. 2014	01.01. 2015	01.01. 2016	01.01. 2017	01.01. 2018	Частка складових у ВК, %				
						01.01. 2014	01.01. 2015	01.01. 2016	01.01. 2017	01.01. 2018
Статутний капітал	183 978	179 208	196 358	296 331	485 042	95,52	121,03	209,63	240	296,49
Емісійні різниці	13 676	12 542	20 560	19 762	13 026	7,10	8,47	21,95	15,98	7,96
Незарєстровані внески до статутного капіталу	15 444	27 732	11 447	117 427	10 335	8,02	18,73	12,22	94,93	6,31
Нерозподілений прибуток	-46 913	-100 841	-157 699	-317 023	-391 973	-24,36	-68,1	-168,35	-256,31	-239,59
Резервні та інші фонди банку	12 415	14 226	11 829	11 667	17 382	6,44	9,6	12,62	9,43	10,62
Резерви переоцінки	13 999	15 195	10 724	-5 300	23 379	7,27	10,26	11,44	-4,28	14,29
Всього ВК	192 599	148 063	93 670	123 687	163 597	100	100	100	100	100

* Джерело: розроблено автором на основі: [1].

Детальний аналіз структури власного капіталу відповідно до даних табл. 1 упродовж 2014-2018 років дав змогу зробити такі висновки. Позитивною є тенденція щодо зростання статутного капіталу банків, починаючи з 01.01.2016р. Це зумовлено у тому числі вимогами НБУ щодо збільшення мінімального розміру статутного капіталу банків. У структурі власного капіталу частка статутного щороку збільшується, що викликано систематичною збитковою діяльністю банків, внаслідок чого інші складові для забезпечення зростання власного капіталу є недоступними.

Складна макроекономічна ситуація у країні, політична нестабільність, зниження інвестиційної привабливості, погіршення платіжної дисципліни позичальників, значна девальвація гривні призвели до зростання проблемних активів на балансах банків. Збільшення частки непрацюючих активів вимагає додаткових відрахувань до страхових резервів. Таким чином, витрати банків зростають, а процентні доходи не надходять належним чином. Частка резервного фонду у структурі власного капіталу коливається у межах від 9,43 до 12,62% протягом аналізованого періоду.

Також на особливу увагу відповідно до даних табл. 1 заслуговує аналіз такого елемента структури власного капіталу як нерозподілений прибуток, який існує у вигляді непокритого збитку та щороку демонструє тенденцію до зростання. Тобто, банківський сектор є систематично збитковим: за 2014 р. фінансовий результат є від'ємним — 52 млрд грн, за 2015 р. ситуація є аналогічною — зби-

ток 66 млрд грн, за 2016 р. банківська система оновила історичний максимум — 159 млрд грн збитків.

Банківський сектор перебуває у кризовому стані протягом 2014-2016 рр. та поступово починає відновлювати свою діяльність після значних потрясінь, викликаних реформою «очищення», вилучення третини депозитної бази населенням, колосального знецінення гривні. Вимагати лише від банків у такій ситуації забезпечити зростання реального сектору економіки через вливання значного обсягу ресурсів у нього поки що не є цілком обґрунтованим. У даному випадку важливою є також економічна політика уряду.

Національний банк України своїми рішеннями, діями намагається вирішити проблему недостатнього рівня капіталізації. Зокрема, постановою №58 від 04.02.2016р. було затверджено, що мінімальний розмір статутного капіталу має становити 500 млн грн., а банки з меншим розміром капіталу повинні поступово його збільшувати до досягнення визначеного рівня. Далі цей графік було прищвидшено з введенням у дію постанови № 242 від 07.04.2016 р. У зв'язку з кризовими подіями у банківському секторі, нестабільною економічною ситуацією власники багатьох банків не мали змогу вчасно докапіталізуватись. Регулятор пом'якшив графік докапіталізації. Такі рішення знайшли відображення у постанові №2 від 11.01.2017 р. Таким чином, до 11.07.2018р. банки повинні сформувати статутний капітал у розмірі не менше 300 млн грн.

У табл. 2 висвітлено обсяги капіталу банків.

Таблиця 2

РОЗМІРИ КАПІТАЛІВ БАНКІВ УКРАЇНИ*

На період	01.01.2014		01.01.2015		01.01.2016		01.01.2017		01.01.2018	
Кількість банків	СК	ВК	СК	ВК	СК	ВК	СК	ВК	СК	ВК
До 500 млн грн	135	131	115	113	80	80	65	57	51	46
500 млн — 1 млрд грн	14	21	14	20	8	12	7	15	9	13
1-5 млрд грн	23	22	21	18	13	13	9	15	10	14
Більше 5 млрд грн.	9	7	8	7	8	4	12	6	12	9
Загальна кількість банків	181	181	158	158	109	109	93	93	82	82

*Джерело: розроблено автором на основі: [1].

Кількість банків зі статутним та власним капіталом до 500 млн грн упродовж 2014-2018 рр. зменшується, що можна пояснити загальним скороченням банків. З 2014-2017 рр. зменшується кількість фінансових установ, які мають статутний та власний капітал у межах 500-1000 млн грн. Станом на 01.01.2018 р. 12 банків володіють статутним капіталом більше 5 млрд грн та 9 банків сформували вла-

сний капітал понад 5 млрд грн. У відносних величинах ситуація є такою: 62,2% від загальної кількості банків мають статутний капітал менше 500 млн грн та 56,1% — власний капітал нижче цієї суми.

Ці дані свідчать про недостатній рівень капіталізації банків України. Водночас така тенденція не дає змогу банкам брати активну участь у процесі зростання національної економіки. Банки не мають достатнього обсягу ресурсів для насичення грошовими коштами реального сектору економіки. Не менш важливою проблемою на сьогодні є відновлення довіри до банківської системи, адже, на руках у населення перебуває значний обсяг коштів, який необхідно перетворити на інвестиційні ресурси.

Крім того, варто дослідити, чи присутнє штучне збільшення капіталу, тобто, зростання відбувається не за рахунок реального вливання грошових коштів, а лише за допомогою бухгалтерських проводок. На нашу думку, таке «роздування» капіталу є можливим, оскільки складовими елементами власного капіталу є емісійні різниці та резерви переоцінки.

Для проведення детального аналізу частки емісійних різниць (табл. 3) та резервів переоцінки (табл. 3) було обрано різні банки, навіть ті, що знаходяться на стадії ліквідації, щоб наочно продемонструвати важливість цієї проблеми.

Таблиця 3

ЧАСТКА ЕМІСІЙНИХ РІЗНИЦЬ У СТРУКТУРІ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ БАНКІВ*

Назва банку	Частка емісійних різниць, %, станом на 1 січня кожного року				
	2014	2015	2016	2017	2018
РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	41,92	49,33	48,39	30,11	27,81
УКРСОЦБАНК	19,13	26,53	59,55	63,82	31,57
ФІДОБАНК	55,11	54,80	101,05	-	-
«ПІВДЕННИЙ»	19,85	18,08	16,63	16,08	14,58
УНІВЕРСАЛ БАНК	162,37	150,84	208,14	175,95	148,13
ПРАВЕКС-БАНК	136,76	189,89	202,07	310,64	338,61
КРЕДИТПРОМБАНК	154,96	130,63	-	-	-
ПАТ «ІДЕЯ БАНК»	13,3	15,04	54,07	42,55	28,57
ПАТ «МАРФІН БАНК»	12,8	15,10	17,68	16,67	16,67
УКРСИББАНК	30,61	45,56	44,99	19,77	14,56
СІТІБАНК	27,02	14,06	10,29	12,06	13,89

* Джерело: розроблено автором на основі: [1].

Отже, частка емісійних різниць відповідно до даних табл. 3 в обраних банків є різною та коливається протягом 2014-2018 рр. у межах від 10-208%, що означає переважання неякісних джерел у структурі власного капіталу.

У випадку реалізації фінансових ризиків банки не матимуть змоги вчасно покрити збитки. Так, наприклад, питома вага емісійних різниць у Фідобанку,

який перебуває на стадії ліквідації, на 01.01.2014 р. становила 55,11%, на 01.01.2015 р. — 54,8%, на 01.01.2016 р. — 101,05%.

Райффайзен Банк Аваль упродовж 2014-2016 років демонструє частку емісійних різниць більше 40%, тобто майже половина власного капіталу представлена емісійними різницями як нестабільним джерелом. Загрозливим для фінансової стабільності є стан речей в Універсал Банку, тут частка емісійних різниць за аналізований період є більшою 100%, а на 01.01.2016 р. становить 208,14%.

Таким чином, розглянувши, яку частку у структурі власного капіталу займають емісійні різниці, можна зробити висновок, що така ситуація має руйнівний вплив на надійність банківського сектора, його ефективність та можливість протистояти кризовим шокам, оскільки емісійні різниці є нестабільним інструментом для покриття збитків банківських установ.

Таблиця 4

ЧАСТКА РЕЗЕРВІВ ПЕРЕОЦІНКИ У СТРУКТУРІ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ БАНКІВ*

Назва банку	Частка резервів переоцінки, %, станом на 1 січня кожного року				
	2014	2015	2016	2017	2018
РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	13,93	34,42	15,95	9,30	8,16
УКРСОЦБАНК	24,05	35,21	17,36	17,68	18,62
ПРОМІНВЕСТБАНК	38,96	29,65	-11,24	27,23	21,64
ПУМБ	14,74	16,05	14,62	13,34	11,36
БАНК КРЕДИТ ДНІПРО	16,38	12,95	303,34	16,32	10,40
ПРАВЕКС-БАНК	22,65	33,88	18,21	23,73	25,46
КРЕДОБАНК	23,90	28,08	17,48	12,68	9,10
ФОРТУНА-БАНК	33,54	33,20	36,48	62,22	-
МІСТО БАНК	19,87	18,91	22,16	39,96	25,29
ПОЛТАВА — БАНК	30,51	27,22	48,29	41,81	36,04

* Джерело: розроблено автором на основі: [1].

Дані табл. 4 демонструють, що частка резервів переоцінки в аналізованих банках коливається у межах від 8 до 303%. Особливістю цього елемента власного капіталу є те, що він залежить від валютно-курсової політики та ситуації на ринку нерухомості.

Райффайзен Банк Аваль мав найбільшу частку резервів переоцінки на 01.01.2015р. — 34,42%, надалі вона зменшувалась. У Правекс-Банку така частка коливається у межах 18-33%. Полтава-Банк фокусує значення цього показник у діапазоні 27-48%.

Загалом майже третина власного капіталу банків представлена резервами переоцінки як нестабільними та неякісними джерелами для покриття збитків.

Також варто зазначити, що окремі банки одночасно фігурують у таблицях 3 і 4, що демонструє низьку якість елементів капіталу таких установ.

Деякі банки з великою часткою емісійних різниць та резервів переоцінки з часом визнавались НБУ неплатоспроможними та перебувають на стадії ліквіда-

ції. Тому Національному банку необхідно відслідковувати структурні показники власного капіталу банківської системи для відстеження тенденцій щодо зростання питомої ваги емісійних різниць та резервів переоцінки. Зростання їхніх часток понад 15% мало б насторожувати наглядовий орган. У такому випадку регулятор повинен інтенсивніше здійснювати моніторинг діяльності таких банків для недопущення ситуації їх банкрутства та створити на законодавчому рівні необхідні умови для стимулювання нарощування банками якісних елементів власного капіталу.

Проблему недостатнього рівня капіталізації у банківській системі загалом потрібно вирішувати комплексно. Варто приділити увагу цим питанням у межах окремих банків і на рівні всієї банківської системи (рис. 1).

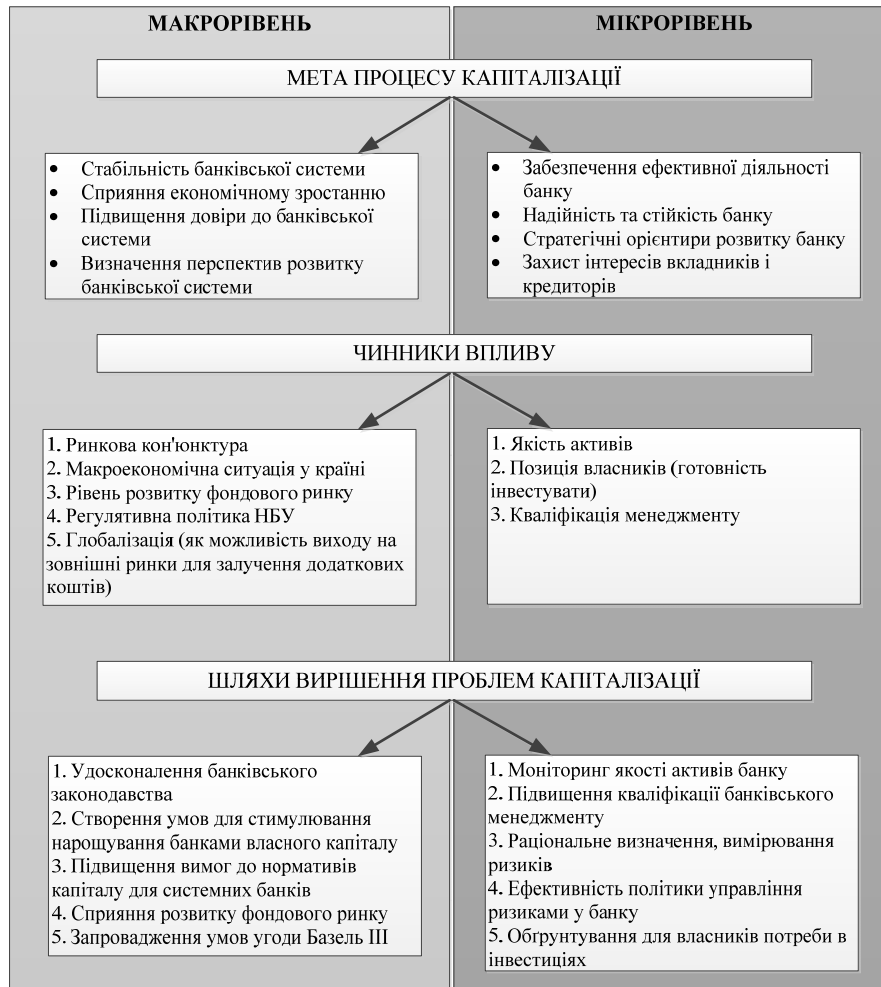


Рис. 1. Проблематика стану капіталізації банківської системи України

Джерело: розроблено автором

Основними чинниками, які впливають на процес капіталізації на макрорівні, є:

– ринкова кон'юнктура — певна економічна ситуація на ринку, що складається сприятливим чином для підвищення рівня забезпечення капіталом банківської системи;

– макроекономічна ситуація у країні — наявність чи відсутність позитивних умов для розвитку національної економіки, що мають безпосередній вплив на банківський сектор;

– рівень розвитку фондового ринку — як один зі чинників підвищення капіталізації банків України, що створює можливості залучення капіталу через відповідні канали;

– регулятивна політика НБУ — система методів та інструментів управління банківським сектором з метою гарантування його стабільного розвитку і підтримання оптимального рівня капіталізації системи.

Серед чинників мікрорівня необхідно виділити:

1. Якість активів — частка проблемних активів у балансах банків, які призводять до вичерпування страхових резервів, отже, впливають на капіталізацію.

2. Позиція власників — бажання і спроможність акціонерів інвестувати в установу.

3. Кваліфікація менеджменту — прийняття грамотних, послідовних, своєчасних рішень щодо управління банком, від обґрунтованості яких залежить успішність розвитку банківської установи.

Висновки. Отже, проведене дослідження дає підстави стверджувати, що якісний та кількісний склад власного капіталу у банках України є незбалансованим, оскільки значну питому вагу займають емісійні різниці та резерви переоцінки. Це є негативним явищем через те, що у періоди економічних спадів та фінансових криз вони можуть коливатись, тому не є надійними з точки зору можливостей їхнього використання для покриття збитків.

Вирішувати проблему недостатнього рівня капіталізації необхідно комплексно, враховуючи специфіку вітчизняної фінансової сфери, на макро- та мікроекономічному рівнях. Запропоновано такі шляхи розв'язання проблеми капіталізації на макрорівні: удосконалення банківського законодавства, створення умов для нарощування банками власного капіталу, підвищення вимог до системних банків, запровадження умов угоди Базель III, сприяння розвитку фондового ринку. Заходи на мікрорівні мають передбачати таке: проведення моніторингу якості активів у банку, підвищення кваліфікації банківського менеджменту, здійснення ефективної політики управління ризиками. Особливу увагу варто приділити роботі з власниками щодо можливостей додаткового інвестування.

Література

1. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua/>
2. Вдовенко Л.О., Черненко О.С. Високий рівень капіталізації — основа зміцнення банківської системи України // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. Вип №4. С. 84-93.

3. Грудзевич Я.В., Грудзевич У.Я. Капіталізація банківської системи України на сучасному етапі // Вісник Університету банківської справи. 2016. Вип. № 1-2. С. 24-29.
4. Онищенко В.О., Манжос С.Б. Капіталізація банків як інструмент підвищення конкурентоспроможного потенціалу банківської системи України // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. 2012. Вип. №35. С. 41-50.
5. Островська Н.С., Швець О.Ю. Капіталізація банківської системи: сучасний стан та перспективи у трансформаційних умовах розвитку економіки України. // Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. № 21. С. 145-150.
6. Пурій Г.М. Сучасний стан та перспективи розвитку банківської системи України // Фінансовий простір. 2017. Вип. № 3. С. 41-45.
7. Стойка В.С. Проблеми капіталізації комерційних банків України в сучасних умовах // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. 2014. Вип. № 2. С. 98-103.
8. Чайковський Я.І. Проблеми та напрямки підвищення ефективності функціонування банківської системи України // Економічний аналіз. 2016. Том №23. С. 153-160.
9. Шевчук А.М. Аналіз капіталізації банківської системи України // Наукові записки НУ «Острозька академія», серія «Економіка». 2017. Вип. № 4. С. 186-192.

References

1. Oficijnyjsajt Nacional'nogo banku Ukrai'ny. <http://www.bank.gov.ua>
2. Vdovenko, L. and O.Chernenko «Vysokyi riven kapitalizatsii — osnova zmitsnennia bankivskoi systemy Ukrainy». *Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky*. No. 4 (2017): 84-93.
3. Hrudzevych, Ya. and U.Hrudzevych «Kapitalizatsiia bankivskoi systemy Ukrainy na suchasnomu etapi». *Visnyk Universytetu bankivskoi spravy*. No. 1-2 (2016): 24-29.
4. Onyshchenko, V. and S.Manzhos «Kapitalizatsiia bankiv yak instrument pidvyshchennia konkurentospromozhnoho potentsialu bankivskoi systemy Ukrainy». *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy*. No. 35 (2012): 41-50.
5. Ostrovska, N. and O.Shvets «Kapitalizatsiia bankivskoi systemy: suchasnyi stan ta perspektyvy u transformatsiinykh umovakh rozvytku ekonomiky Ukrainy». *Prychornomorski ekonomichni studii*. No. 21 (2017): 145-150.
6. Purii H. «Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy». *Finansovyi prostir*. No. 3 (2017): 41-45.
7. Stoika V. «Problemy kapitalizatsii komertsiiinykh bankiv Ukrainy v suchasnykh umovakh». *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu*. Seriiia Ekonomika. No. 2 (2014): 98-103.
8. Chaikovskyyi Ya «Problemy ta napriamky pidvyshchennia efektyvnosti funktsionuvannia bankivskoi systemy Ukrainy». *Ekonomichnyi analiz*. No. 23 (2016): 153-160.
9. Shevchuk A. «Analiz kapitalizatsii bankivskoi systemy Ukrainy». *Naukovi zapysky NU «Ostrozka akademiia»*, seriiia «Ekonomika». No. 4 (2017): 186-192.

ПРОБЛЕМЫ КАПИТАЛИЗАЦИИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ УКРАИНЫ

Андрущак Е.М., кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, денежного обращения и кредита Львовского национального университета имени Ивана Франко

Щуревич О.И., аспирантка кафедры финансов, денежного обращения и кредита Львовского национального университета имени Ивана Франко.

Аннотация. Статья посвящена исследованию современных аспектов капитализации банковского сектора Украины. Рассмотрены сущность капитализации. Проведен количественный и качественный анализ структурных показателей собственного капитала банков. Рассмотрены суть проблемы капитализации банковской системы, особенности осуществления Национальным банком Украины регулирования капитализации. Выяснено, что капитал банковской системы можно искусственно увеличить с помощью эмиссионных разниц и резервов переоценки, проведен детальный анализ по определению их долей в балансах банков. Сформулированы предложения по повышению уровня капитализации банков на макро- и микроэкономическом уровнях.

Ключевые слова: банковская система, капитализация, собственный капитал, уставный капитал, эмиссионные разницы, резервы переоценки.

**PROBLEMS OF CAPITALIZATION
OF THE BANKING SYSTEM OF UKRAINE**

Yevheniia M. Andrushchak, PhD
(Economics), Associate Professor of the
Department of Finance, Money Turnover and
Credit, Ivan Franko National University of Lviv

Oksana I. Shchurevych, Postgraduate
Student of the Department of Finance, Money
Turnover and Credit, Ivan Franko National
University of Lviv

Banking capital is a factor that helps to evaluate the perspectives of development of the banking sector in general and a specific bank in particular. Its size determines the scale of bank's operations. It is necessary to create sufficient amount of capital for effective functioning on the market. It is also necessary to take into consideration the fact that excessive capitalization is negative due to the fact that cash is not used in credit and investment operations. It reduces the profitability of banking business. The insufficient level of capitalization narrows the possibilities of a bank. The purpose of this article is to make recommendations concerning the improvement of bank capitalization.

In the Ukrainian banking sector, there is a phenomenon of the artificial overvaluation of capital, that is, when in the structure of equity capital are

significant volumes share premium reserve and revaluation reserves. Under conditions of devaluation of the hryvnia, they automatically increase the capital of banks. Therefore, banks should optimize the structure of their equity capital and enlarge it at the expense of quality sources.

On the basis of the research of the current state of domestic banking system, it was possible to elaborate a model, which defines the peculiarities of the process of capitalization on the macro- and microeconomic levels and describes the following structural elements: the aim, impact factors and the solutions to the problem of capitalization of Ukrainian banking system.

Стаття надійшла до редакції 30.03.2018

УДК 336.132.1

Жибер Тетяна Василівна *

ЦІЛЬОВЕ ПУБЛІЧНЕ БЮДЖЕТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Анотація. Правильне і ретельне розмежування методів публічного бюджетування, які запроваджуються в Україні через реформи у бюджетній сфері, з урахуванням нормативної теорії науки, може забезпечити вибір політики бюджетування з більшою вірогідністю бажаного результату. Метою статті є систематизація методів публічного (макрофінансового) бюджетування у бюджетному процесі України для визначення повноти їхнього використання у порівнянні зі світовим досвідом. Отримані результати стосуються потенціалу інструментів та методів публічного бюджетування під час реалізації задекларованого законодавством України програмно-цільового методу управління бюджетними коштами. За результатами дослідження сформульовано концепцію використання цільового методу бюджетування на рівні державного бюджету.

Ключові слова: публічне бюджетування, методи бюджетування, цільовий метод бюджетування, бюджетний процес.

Вступ. У сучасній вітчизняній економічній науці «бюджетування» як термін, запозичений з англійського «budgeting», використовується за різним призначенням: як стосовно підвищення ефективності використання публічних коштів (у тому числі бюджетів), так і для характеристики способу організації фінансової діяльності суб'єкта господарювання мікрорівня з метою збалансування фінансових планів. У цій публікації «публічне бюджетування» прирівнюється до англійського «public budgeting» і означає історично сформовану сукупність методів, інструментів, способів та технологій, які їх поєднують, з управління публічними коштами. Поєднання методів та інструментів публічного (макрофінан-

* Жибер Тетяна Василівна — канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» tzhiber@gmail.com

сового) бюджетування потребує подальшого вивчення, оскільки результати застосування різних методів бюджетування не повністю відповідають очікуванням [1].

У статті зосереджено увагу лише на чотирьох методах публічного бюджетування: «performance budgeting» (англ.) [2], “performance-based budgeting”(англ.), “program budgeting”(англ.) та “target-based budgeting”[3] (англ.). Всі вони передбачають такі інструменти бюджетування як програми і показники виконання (результативні показники в українському законодавстві), але застосування кожного з них має особливості. Вважаємо, що у сучасному бюджетному процесі України вони переплелися внаслідок реформ.

Більшість вітчизняних публікацій за темою бюджетування на макрорівні датовані другою половиною минулого десятиліття і зосереджені на прикладних моментах бюджетних реформ в Україні, обмежених запровадженням програмно-цільового методу. На противагу закордонні, зокрема публікації американських вчених минулого століття, містять первинні визначення та пошук найбільш ефективних методів публічного бюджетування у його становленні. Теорію американського досвіду розвитку публічного бюджетування як частини державного управління, спрямованого на фінансові ресурси, виклав колектив авторів під редакцією А. Хана [4]. М. Робінсон [5] досліджував роль бюджетування на макрорівні, визначав його завдання з урахуванням передумов та наслідків фінансових криз, які послідовно охопили планету. Автор наполягає на збільшенні ролі публічного бюджетування як потужного інструменту досягнення максимальної ефективності у сфері фінансових відносин. Сандра ВанТіль і Франц Лю у своїй роботі [1] приходять до висновку, що за результатами вимірювання і оцінки упродовж певного часу діяльності установ публічного сектору, зокрема тих, що надають знеособлені державні послуги з управління, виявлена парадоксальність у розумінні і, відповідно, оцінці ефективності роботи державних установ.

Девід Новік у праці 1966 року[6] досліджує сутність і передумови появи програмного методу публічного бюджетування. Фредерік Мошер [7] описує цей метод з урахуванням його використання у армії США. Роберт Герц[3] та Ірен Рубін [8] у своїх дослідженнях показують особливості цільового (такого, що «орієнтоване на цілі») бюджетування: наслідки, умови, деталі його використання. Автори Д. Мойніхан та І. Безлі [2] у публікації 2016 року за підтримки Світового Банку систематизують досвід використання, напрямки розвитку і вдосконалення результативного та результативно-залежного методів макрофінансового бюджетування у обраних країнах.

Вітчизняну теорію макрофінансового бюджетування та бюджетного менеджменту одними з перших [9] описували у своїх працях українські вчені В. Андрущенко, В. Опарін, В. Федосов, Л. Сафонова. Авторство терміну «макрофінансове бюджетування» належить професору В. Федосову.

У перекладі на українську метод «performance budgeting» (англ.) можна назвати методом «результативного бюджетування». Ідея методу з'явилась, згідно з багатьма публікаціями, у 1949 році на засіданні Комісії Гувера [10], а нове життя отримала після прийняття *Government Performance and Results*

Act 1993 року в США. Результативне бюджетування відрізняється від методу «performance-based budgeting» (англ.) або «бюджетировання, ориєнтованого на результат» (рос.) — результативно-залежного бюджетування. Якщо перший метод використовує результативні показники як звітні з наступним прийняттям рішення, другий метод, що розвивався поруч у складі результативного менеджменту, в першу чергу має на меті автоматичне відмежування суто політичних чинників впливу у бюджетному процесі, приборкує і обмежує їх на користь раціональних шляхом вбудованих результативних показників у планування.

Метод «програмного бюджетування» (program budgeting — англ.) передбачає групування публічних ресурсів за допомогою інструменту «програма». Застосований починаючи з середини 50-х років ХХ століття у армії США [7], цей метод найчастіше розглядають у вітчизняних публікаціях.

Метод цільового бюджетування (target-based budgeting — англ.) виокремили у 80-х роках ХХ століття. Його основне призначення — зв'язати наявні фінансові ресурси із досягненням визначених (а тому пріоритетних) цілей. При цьому, як помітно із англійської назви, цілі мають дуже чіткий вимір і невелику кількість однозначних показників досягнення. Головна мета методу — запобігти розпорошенню обмежених публічних коштів. Він відрізняється від результативного та результативно-залежного методів бюджетування саме зосередженням на вимірній меті, адже результати цілком собі можуть вимірюватися без змістовної мети. Так, результативний метод бюджетування може застосовувати показник «кількість прийнятих заяв від населення», тоді як цільовий метод спочатку поставить під сумнів потребу у цих заявах.

Постановка задачі. Метою цієї статті є виокремлення серед чотирьох вищезазначених методів цільового бюджетування та формулювання концепції його використання в Україні. «Програмно-цільовий метод управління бюджетними коштами» (далі — ПЦМ) в українському бюджетному процесі — це правовий, затверджений юридично конструкт, що окреслює заходи бюджетної реформи, яка розпочалася з 2002 року. Згідно із ст. 20 Бюджетного кодексу України, де конкретизовано складові і організацію ПЦМ, поняття «цілі» стосується бюджетних установ, а у бюджетних програмах заміщується результативними показниками виконання програм та їхньою оцінкою.

Використовуючи методи наукової абстракції, логічного підходу, системного аналізу та порівняння, окреслимо перспективи використання вищезазначених методів публічного бюджетування в Україні з урахуванням світового досвіду.

Результати. У табл. 1 систематизовані ознаки окремих методів публічного бюджетування у бюджетному процесі України на рівні державного бюджету згідно із нормативно-правовими документами.

Таблиця 1

ОЗНАКИ МЕТОДІВ ПУБЛІЧНОГО БЮДЖЕТУВАННЯ У БЮДЖЕТНОМУ ПРОЦЕСІ

Метод бюджетування	Ознаки методу у бюджетному процесі	Застосування показників
Результативне бюджетування	Оцінка діяльності установи в цілому та державних службовців зокрема (наприклад, Методичні рекомендації ¹ НАДС). При цьому не так важливо, виконує установа бюджетну програму чи ні, оцінка її діяльності може не співпадати із змістом бюджетних програм. Бюджетний кодекс не вказує прямо на потребу у оцінці результатів діяльності бюджетних установ, у пп.1 і 4 ст. 26 згадані оцінка управління бюджетними коштами та оцінка фінансово-господарської діяльності відповідно.	Встановлюються ключові показники ефективності, які для працівників запропоновано, наприклад, поділити на такі що: - вимірюють кінцевий ефект діяльності державного органу (<i>якщо він буде затверджений у вигляді цілі, говоримо про цільове бюджетування</i>); - вимірюють безпосередній (проміжний — <i>авт.</i>) результат від виконання управлінських рішень; - є індикаторами процесів забезпечення виконання таких рішень [11].
Результативно-залежне бюджетування	Зупинення бюджетних програм у випадку їхньої неефективності передбачене п.6 ст.20 БКУ*. Не передбачене припинення діяльності бюджетних установ у цілому чи їхніх підрозділів у випадку не досягнення ними результатів використання коштів. * хоча реакції на результати прописані, вбудовані критерії, за якими має бути реакція, не затверджені публічно.	Передбачене припинення бюджетних програм за результатами оцінки ² показників, але не опубліковані чіткі критерії критичного невиконання показників для такого рішення. Не передбачений чіткий зв'язок між показниками досягнення цілей бюджетною установою та її фінансуванням*. * Але прикладом може стати вплив результатів атестації наукової діяльності вишів (за рішенням МОН у 2018 році) на частку фінансування науки у них за бюджетні кошти.
Програмне бюджетування	Програмне бюджетування використовується на рівні державного бюджету. Але в Україні використовують ряд інших програмних документів, які стосуються бюджетної системи — це цільові програми різних рівнів.	Показники вимірюють результати виконання бюджетних програм у кількісному і якісному вимірах (наказ Міністерства фінансів України № 1536 від 10.12.2010 р. «Про результативні показники бюджетних програм»).
Цільове бюджетування	Використання цілей передбачено назвою ПЦМ. Узгодження пріоритетності цілей вимагає ситуація в Україні. У ряді європейських країн за цілі бюджетування відповідають виконавці (головні розпорядники коштів в Україні). Цільове бюджетування також мало успіх серед місцевого самоврядування як інструмент досягнення цілей за допомогою бюджетів міст США [8].	Вказані у бюджетній резолюції, наприклад у «Основних напрямках бюджетної політики на 2018-2020 рр.», показники дефіциту, боргу чи граничних видатків по головних розпорядниках — це індикатори фінансової безпеки. Цілі центральних органів влади та інших виконавців не мають публічних затверджених чітких критеріїв виміру, і не згруповані за рівнем пріоритетності.

Джерело: складено автором.

¹ Наказ Національного агентства України з питань державної служби від 27.11.2017 р. № 237 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо визначення ключових показників результативності, ефективності та якості службової діяльності державних службовців, які займають посади державної служби категорій «Б» і «В».

² Наказ Міністерства фінансів України від 17 травня 2011 року N 608 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо здійснення оцінки ефективності бюджетних програм»

Чому в Україні основним є саме програмний метод бюджетування, а не цільовий — назви бюджетних програм, які мають відобразити мету витрачання ними публічних коштів як підставу для існування виконавців замість цього описують їхню діяльність. Виміряти сенс чи пріоритетність видатків бюджетної програми за допомогою однозначних критеріїв практично неможливо. Приклади запитань, які виникають до бюджетних програм Державного бюджету України:

1. Виконавець: *Апарат Державного управління справами*. Бюджетні програми «Оздоровлення і відпочинок дітей в дитячих закладах оздоровлення» (2014 рік), укрупнена у складі «Фінансова підтримка санаторно-курортних закладів та закладів оздоровлення» (2018 рік). Як мета бюджетної програми співвідноситься із призначенням установи?

2. Виконавець: *Державна міграційна служба України*. Бюджетні програми «Керівництво та управління у сфері міграції, громадянства, імміграції та реєстрації фізичних осіб» (2014, 2018 рр). «Забезпечення виконання завдань та функцій у сфері громадянства, імміграції та реєстрації фізичних осіб» (2014, 2018 рр.). Описують функції органу — як визначити пріоритетні напрями і доцільність видатків?

3. Виконавець: *Міністерство енергетики та вугільної промисловості України*. Бюджетна програма: «Прикладні наукові та науково-технічні розробки, виконання робіт за державними цільовими програмами і державним замовленням, підготовка наукових кадрів та фінансова підтримка розвитку наукової інфраструктури у сфері паливно-енергетичного комплексу й вугільної промисловості» (2018 рік) «Відшкодування витрат, пов'язаних з похованням депутата Верховної Ради УРСР десятого та одинадцятого скликання, колишнього члена Ради Міністрів УРСР Лісничого Г.О.» (2014 рік). Чому у видатках міністерства така мета? Як визначити необхідну суму витрат, як оцінити кореляцію цих бюджетних програм із профільними функціями міністерства?

Ці та інші запитання виникають через те, що метою бюджетної програми в Україні стало обґрунтування самих видатків, а не їхньої доцільності. Це — програмне бюджетування, де програма виступає підставою-аргументом. Починаючи з 2015 року кількість бюджетних програм державного бюджету скоротили, укрупнивши їх, чим формально прибрали частину незручних питань. Але зовнішню оцінку стало здійснювати ще важче, а у внутрішньому аудиті розпорядник коштів не зацікавлений. Висока залежність від запозичень і рівень державного боргу України вимагають негайного позбавлення від непотрібних для розвитку публічних видатків. Цільове бюджетування найбільш доцільне в умовах політичної нестабільності і розпорошення фінансових ресурсів.

І. Рубін у 2001 році підкреслила: «найбільш спрощена модель цільового бюджетування — це встановлення лімітів для бюджетних запитів розпорядників коштів... де фінансується лише частина, яка співвідноситься з ціллю, все інше отримує відмову (або паузу) у фінансуванні за кошти бюджету» [8]. З огляду на це та публікацію Р. Герца [3], далі сформулюємо умови для застосування цільового методу бюджетування.

Всі органи центральної влади та, при необхідності, інші надавачі публічних послуг (навіть непублічної форми власності, але які користуються перевагою надання обов'язкових публічних послуг чи природною монополією) повинні мати обґрунтовані, законодавчо затверджені місії та пов'язані з ними вимірні цілі, публічні та нормативно затверджені проміжні та кінцеві індикатори (бенч-марки) досягнення цих цілей, тісно пов'язані з цілями результативні показники бюджетних програм у разі їх виконання. Впорядкувати це питання варто у законах окремо для кожного органу центральної влади. Наприклад, функції Міністерства фінансів України та Державної казначейської служби України не затверджені і не розмежовані окремим законом ще з часу набуття Україною незалежності. Створення прозорої системи таких цілей дасть змогу їх аналізувати, ранжувати за пріоритетністю, визначати прозору і однозначну державну політику здійснення публічних видатків.

Оскільки установа розпоряджатиметься обмеженою сумою («стеля видатків» за риторикою сучасного Міністерства фінансів України), застосування цільового методу бюджетування потребуватиме чіткого розуміння місії та вимірності аспектів її досягнення від керівника бюджетної установи-головного розпорядника. І керівник, і установа повинні розвиватися у бік оптимізації діяльності у межах певної суми коштів без шкоди для результатів.

Для бюджетних запитів при цільовому методі бюджетування використовується або окремий стратегічний план діяльності установи, або список завдань (цілей) розпорядника, який обґрунтовує запит. Розпорядник вільно розпоряджається коштами у межах відведеної суми, але відповідає за виконання показників досягнення цілі. Установа також повинна доводити необхідність свого існування за публічні кошти через показники-індикатори. План використання установою бюджетних коштів в Україні згідно із законодавством не містить критеріїв досягнення нею місії (цілей). Відповідно, бюджетний план теж обов'язково має бути середньостроковим, а ще поділятися на звичні поточні видатки та видатки нові, які не входили у базис бюджетування попередніх років.

Значна перевага правильно організованого цільового методу бюджетування порівняно з програмним чи результативним методами полягає у тому, що розпоряднику коштів не вигідні перевитрати і зловживання публічними коштами у перспективі: керівник установи у такому випадку несе відповідальність, установа припиняє роботу, співробітників звільняють, по факту недосягнення поставлених установі цілей виконують розслідування. У випадку ефективно налагодженої роботи установи при досягненні результатів діяльності унаслідок, наприклад, підвищення продуктивності праці, кошти можуть вивільнитися і розпорядник має право спрямувати їх на матеріальне стимулювання працівників, на поліпшення умов роботи в установі, на підвищення кваліфікації, нове обладнання тощо. Також для досягнення цілі можуть бути використані власні надходження бюджетних установ, важливою умовою подальшого вивільнення чи отримання додаткових коштів є право виконавця формувати резервні фонди коштів на випадок скорочення доходів бюджету. Виконавець захищений у випадку досягнення ним запланованих результатів у межах цілі — дискусії щодо меж видатків на устанovu можливі лише на етапі встановлення цілей. Тоді КРІ

держслужбовців, які почали просувати в Україні нещодавно, будуть орієнтованими на місію установи.

У цьому випадку більшість державних та регіональних цільових програм будуть непотрібними, адже нові завдання слід відображати у планах та бюджетних запитах установ. Якщо цілі не можна досягнути зусиллями однієї бюджетної установи чи групи однотипних установ — свою роль і відповідно частку обґрунтованого фінансування у досягненні цієї цілі враховуватиме у своєму плані діяльності кожен виконавець.

Висновки. Цільовий метод бюджетування більш ефективний, ніж результативне чи програмне бюджетування у бюджетному процесі України. Нові реформи, зокрема декларовані Міністерством фінансів України середньострокове планування та «стелі» видатків, означають використання цільового методу публічного бюджетування, але про ключовий елемент цього методу — законодавчо затверджені місії і вимірні цілі їхніх виконавців, за які належить відповідати, мова не йде. Знову посилюється роль результативного бюджетування через розробку і насадження КРІ. Без необхідної системи цілей виконавців запроваджені ліміти видатків у середньостроковому плануванні і бенчмарки у вигляді результативних показників та КРІ не створять стимулу до оптимізації, а значить розвитку, способів досягнення цих цілей і покращення якості публічних послуг. Ці способи досягнення цілей найефективніше запроваджуються самими виконавцями, якщо вони вмотивовані. Цільовий метод може усунути основну проблему бюджетного процесу в Україні — низьку вмотивованість розпорядників та одержувачів коштів у результатах своєї діяльності. Додатковою перевагою використання цільового методу макрофінансового бюджетування могла б стати санація органів державної служби через оцінку корисності кожного підрозділу центральних органів влади для досягнення цілі та уникнення дублювання їхніх функцій.

З огляду на те, що методи публічного бюджетування винаходять і застосовують у багатьох країнах світу одночасно, але завдання уніфікувати та скоординувати наукову термінологію лишається вторинним, в англійському, українському та російськомовному науковому середовищі виникли і використовуються різні терміни в публікаціях на ці теми. У подальших наукових розвідках пропонується додатково систематизувати і уточнити теоретичні основи обраних методів макрофінансового бюджетування, аспекти їхнього застосування з огляду на досвід різних країн та ознаки використання у сучасному українському бюджетному процесі.

Література

1. Van Thiel S. The performance paradox in the public sector [Text] / S. Van Thiel, F. L. Leeuw — Public Performance & Management Review. — 2002 — 25.3 — P. 267-281
2. Moynihan D. Toward Next-Generation Performance Budgeting: Lessons from the Experiences of Seven Reforming Countries. [Text] / D. Moynihan, I. Beazley — World Bank Publications. — 2016 — 168 p.; [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу:

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/25297/9781464809545.pdf?sequence=2>.

3. Goertz R. K. Target-based budgeting and adaptations to fiscal uncertainty [Text] / R. K. Goertz — *Public Productivity & Management Review*. — 1993 — 425-429 p.
4. Khan A. Budget theory in the public sector. Quorum books A. Khan, W. Bartley (ed.) — Greenwood Publishing Group, 2002. — 297 p.
5. Robinson M. Budget reform before and after the global financial crisis. M. Robinson — *OECD Journal on Budgeting*. — 2016 — 16.1 — P. 29
6. Novick D. The origin and history of program budgeting. D. Novick — *California Management Review*. — 1968. — 11.1 — P. 7-12.
7. Mosher F. C. Program budgeting: theory and practice with particular reference to the U. S. Department of the Army [Text] / Frederick C. Mosher — Chicago, Public Administration Service. — 1954 — xiii — 258 p.
8. Rubin I. S. Budgeting for our times: Target base budgeting [Text] / I. S. Rubin — *Public Budgeting & Finance*. — 1991 — 11.3 — P. 5-14.
9. Бюджетний менеджмент: Підручник / В. Федосов, В. Опарін, Л. Сафонова та ін.; За заг. ред. В. Федосова. — К.: КНЕУ, 2004. — 864 с.
10. Frederickson H. G. Public management reform and innovation: research, theory, and application. [Text] / H. G. Frederickson; J. M. Johnston (Ed.) — University of Alabama Press. — 1999.
11. Беляєв А. Нюанси визначення завдань і КРІ службової діяльності держслужбовців за професійною ознакою окремих груп працівників [Електронний ресурс] / Андрій Беляєв // *Журнал Держслужбовець*. — 2018. — №1 — Режим доступу до ресурсу: <https://i.factor.ua/ukr/journals/ds/2018/january/issue-1/>

References

1. Van Thiel, Sandra; Leeuw, Frans L. *The performance paradox in the public sector*. *Public Performance & Management Review*, 2002
2. Moynihan, Donald; Beazley, Ivor. *Toward Next-Generation Performance Budgeting: Lessons from the Experiences of Seven Reforming Countries*. World Bank Publications, 2016.
3. Goertz, Robert K. Target-based budgeting and adaptations to fiscal uncertainty. *Public Productivity & Management Review*, 1993.
4. Khan, Aman; Hildreth, W. Bartley (ed.). *Budget theory in the public sector*. Greenwood Publishing Group, 2002.
5. Robinson, Marc. *Budget reform before and after the global financial crisis*. *OECD Journal on Budgeting*, 2016.
6. Novick, David. *The origin and history of program budgeting*. *California Management Review*, 1968.
7. Mosher, Frederick C. *Program Budgeting: Theory and Practice with Particular Reference to the US Department of the Army*. AIMD-97-46 Performance Budgeting, 1954.
8. Rubin, Irene S. *Budgeting for our times: Target base budgeting*. *Public Budgeting & Finance*, 1991.
9. Fedosov, Viktor ta in. *Biudzhetniyi menedzhment*, K.: KNEU, 2004.

10. Frederickson, H. George; Johnston, Jocelyn M. (ed.). *Public management reform and innovation: research, theory, and application*. University of Alabama Press, 1999.

11. Bieliaiev, Andrii. *Niuanasy vyznachennia zavdan i KPI sluzhbovoi diialnosti derzhsluzhbovtsiv za profesiinoiu oznakoju okremykh hrup pratsivnykiv*, Zhurnal Derzhsluzhbovets, January 1, 2018.

ЦЕЛЕВОЕ ПУБЛИЧНОЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЕ В УКРАИНЕ

Т.В. Жибер, канд. экон. наук, доц. кафедры финансов

ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. Правильное и тщательное разграничение методов публичного бюджетирования, которые вводятся в Украине из-за реформ в бюджетной сфере, с учетом нормативной теории науки, может обеспечить выбор политики бюджетирования с большей вероятностью желаемого результата. Целью статьи является систематизация методов публичного (макрофинансового) бюджетирования в бюджетном процессе Украины для определения полноты их использования по сравнению с мировым опытом. Полученные результаты касаются потенциала инструментов и методов публичного бюджетирования при реализации задекларированного законодательством Украины программно-целевого метода управления бюджетными средствами. По результатам исследования сформулирована концепция использования целевого метода бюджетирования на уровне государственного бюджета.

Ключевые слова: публичное бюджетирования, методы бюджетирования, целевой метод бюджетирования, бюджетный процесс.

TARGET-BASED PUBLIC BUDGETING IN UKRAINE

Teniana V. Zhyber, PhD,
SHEI “Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman”

Abstract. The sharp increase in demand for measurement and evaluation of the results of budget expenditures occurred in Ukraine almost half a century later than in the United States. The expansion in demand for productivity, which was due to limited resources of public funds, compared to political needs, led to search and reform the ways of budgeting. Their combinations could be predicted on the world experience basis. Ministry of Finance of Ukraine recently declared another reform with the medium-term planning and fiscal limits implementation within the program-target method. However, did not show any efforts about the key element of target-based budgeting supplying — legislative responsibility for the unreached settled targets. The performance method of budgeting is further enhanced by the KPI multiplied and implantation. Without the system of targets essential the

medium-term planning and benchmarks implementation will not create an incentive for optimization, and hence development of the efficiency tools and improve the quality of public services. The best methods of performance are most effectively carry out by the performers themselves, if they are motivated. The target-based method of the budgeting can eliminate the main problem of the budgetary process in Ukraine — low motivation of managers and recipients of funds in their activities results. So the target-based method of public budgeting had been involved in Ukraine budget process, but still not complete properly yet. Correct and thorough budgeting methods separation, based on their features, can ensure for the desired result of using them considering the normative economics. This paper offers the concept of the target-based public budgeting to determine the essential budgeting tools in comparison with the world experience, and to ensure a more close connection of their using with the expected and desired results. The obtained results describe the possibilities of target-based budgeting will have been performed under the program-target method in Ukraine. The proposals on the prospects for using the target-based public budgeting method at the state budget level are formulated. The target-based budgeting obtain a possibility of the responsible spending units' involvement into efficiency performance, which will grow with the further refine.

Keywords: public budgeting, budgeting methods, target-based budgeting, budgetary process.

Стаття надійшла до редакції 31.03.2018

УДК 336.76

Стукан Ірина Юріївна*

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЛІКВІДНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

Анотація. У статті досліджено основні теоретичні та методичні положення щодо оцінки ліквідності банківської системи України. Визначено структурні елементи ліквідності, проведено аналіз її сучасного стану та, на основі отриманих результатів, розроблено коефіцієнти для ефективної оцінки ліквідності банківської системи. Крім того, розраховано оптимальний та надлишковий рівень ліквідності на основі розрахунку системного рівня залишків коштів банків на коррахунках у НБУ.

Ключові слова: банк, банківська система, ліквідність, ризик ліквідності, вільні резерви, коефіцієнтний аналіз.

* Стукан Ірина Юріївна — аспірант кафедри менеджменту банківської діяльності, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» *iryn_asp@ukr.net*

Вступ. Структурні зрушення, притаманні сучасному етапу розвитку економіки України, найбільше відображаються на її основному посереднику — банківській системі. Важливим критерієм оцінки поточного фінансового стану банківської системи є рівень ліквідності. На динаміку ліквідності банків мікрорівня впливає якість ресурсної бази, збалансованість термінів, диверсифікація зобов'язань та стан банківських активів. Ліквідність макrorівня зазнає постійного впливу зовнішніх чинників, таких як рівень інфляції, динаміка ВВП, фінансові результати діяльності підприємств, доходи і заощадження населення, розвиток ринку цінних паперів, а також стан світової економіки. Зміни відповідних показників мають враховуватися як при оцінці ризику незбалансованої ліквідності на рівні комерційних банків, так і при створенні оптимального запасу ліквідності на рівні центрального банку.

У стабільних умовах комерційні банки розглядали питання управління ліквідністю як творчу аналітичну функцію, не зіставлену з чинниками формування ризиків та загроз у банківській системі. Під впливом кризи відношення до ризиків ліквідності змінилося, а ефективна оцінка ліквідності банківської системи в умовах сьогодення набуває широкої актуальності у напрямку зменшення структурних диспропорцій фінансової системи.

Зважаючи на глобальні зміни та трансформації, з якими зіштовхується сучасна банківська система, з'являється велика кількість критеріїв для її оцінки. Враховуючи особливості даних трансформацій, маємо ряд теоретичних підходів до аналізу (Генлі Дж.), прогнозування (Грей С. і Телбот Н.) та визначення оптимального рівня (Савлук М. І., Дзюблюк О. В., Сомик А. В., Міщенко В. І., Буздалин А.В.) ліквідності банківської системи. Дослідженням та оцінці ризику ліквідності присвячено ряд наукових праць Фроста С. М., Лобанова А. А., Примостки Л. О., Карчевої Г. Т., Краснової І. В., Гуцала І. С. та ін. Однак, враховуючи стратегічні напрямки економічного відтворення в країні, постає необхідність у створенні методу оцінки ліквідності банківської системи, адаптованого до перспектив реалізації європейських вимог.

Постановка задачі. Метою дослідження є визначення структурних елементів ліквідності банківської системи, аналіз її сучасного стану та розробка коефіцієнтного методу оцінки ліквідності банківської системи.

Результати. Повний обсяг ліквідності комерційних банків за межами мінімального рівня резервів, необхідного Центральному банку, не може розглядатися як надмірний та згубний для ефективності грошово-кредитної політики. Дійсно, комерційні банки зберігають ліквідність з різних причин, які можна узагальнити за допомогою мотивів утримання грошових коштів, визначених Кейнсом: мотиви транзакції, запобіжні причини та спекулятивні цілі. Якщо дві перші причини виправдані для виконання посередницької ролі комерційних банків та необхідності задовольнити клієнтів, то остання причина може спричинити несправність системи. Окрім рівня ліквідності, який вважається необхідним і який можна розглядати як резервну вимогу в цілому, проведення надмірної ліквідності комерційними банками призводить до зниження ефективності грошово-кредитної політики, зокрема через жорсткість зростання процентної ставки або неефективність експансіоністської грошово-кредитної політики.

За рівнем достатності ліквідності можна поділити на:

- недостатню;
- достатню або оптимальну;
- надлишкову.

Слід зазначити, що в досліджуваних підходах щодо аналізу ліквідності банківської системи «вільна ліквідність» ототожнюється із «надлишковою ліквідністю». Зокрема, за визначенням Генлі Дж., надлишкові резерви виникають при наявності постійного перевищення притоку ліквідності над її відтоком у балансі центрального банку. Це означає, що банківські робочі баланси (рахунки банків в центральному банку) постійно будуть перевищувати необхідні (обов'язкові) резерви [1]. За визначенням Грей С., надлишкова пропозиція або надлишковий попит на ліквідність визначається на основі порівняння прогнозованого попиту (який складається із попиту на резервні вимоги і надлишкові резерви) і запланованих автономних факторів пропозиції банківських резервів (ліквідності) [2].

У балансовому підході Генлі Дж. проблема регулювання ліквідності банківської системи зводиться до підтримання центральним банком ліквідності банків за умови структурного дефіциту ліквідності. Він виділяє чотири основних автономних складових постачання резервів (ліквідності): чисті іноземні активи, чисті зобов'язання уряду, внутрішня валюта в обігу та інші зобов'язання (капітал центрального банку і резерви) та два неавтономних: обов'язкові резерви, чисті зобов'язання ринку.

Проведення двосторонніх операцій центрального банку з регулювання ліквідності (операції на відкритому ринку, операції РЕПО) дає змогу визначити структуру чистих зобов'язань ринку наступним чином:

$$\text{ЧЗР} = \Delta\text{ОМО} + \Delta\text{SF} + \Delta\text{ІО} + \Delta\text{ПР} \quad (1.1)$$

де, ЧЗР – чисті зобов'язання ринку; $\Delta\text{ОМО}$ – нові чисті операції (вливання/стерилізація) центрального банку на відкритому ринку; ΔSF – чисте вливання/стерилізація ліквідності через використання постійних механізмів центрального банку (Standing Facilities); $\Delta\text{ІО}$ – інші чисті операції по регулюванню ліквідності; $\Delta\text{ПР}$ – залишок попередніх операцій з регулювання ліквідності минулих періодів.

Чиста позиція центрального банку в регулюванні ліквідності (кредитна емісія або стерилізація) визначається за формулою:

$$\text{E(C)} = \Delta\text{ЧІА} + \Delta\text{ЧЗУ} + \Delta\text{ІЧС} + \Delta\text{К} - \Delta\text{Г} + \Delta\text{ПР} + \Delta\text{ОМО} + \Delta\text{SF} + \Delta\text{ІО} \quad (1.2)$$

де, перші 6 показників – автономні фактори; E(C) – кредитна емісія (стерилізація) центрального банку; $\Delta\text{ЧІА}$ – чисті іноземні активи; $\Delta\text{ЧЗУ}$ – чисті зобов'язання уряду; $\Delta\text{ІЧС}$ – інші чисті статті; $\Delta\text{К}$ – капітал і резерви центрального банку; $\Delta\text{Г}$ – готівка в обігу

Зміни у вільних резервах банків складаються із суми змін в автономній позиції ліквідності ринку та змін у позиційній політиці центрального банку. Звідси, граничні (маргінальні) зміни у вільних резервах (ліквідності), якими є кошти на поточних рахунках банків за виключенням обов'язкових резервів, розраховуються за формулою:

$$M3 = \Delta CIA + \Delta CZU + \Delta ICS + \Delta K - \Delta G - \Delta OP + \Delta CZP \quad (1.3)$$

де, M3 – маргінальні(граничні) зміни в ліквідності банківської системи; OP – обов’язкові резерви банків; ΔCZP – чисті зобов’язання ринку.

На відміну від вищевказаного, підхід Грей С. і Телбот Н. відрізняється методикою розрахунку вільних резервів (вільної ліквідності) банківської системи, яка включає операції як з підтримки структурного дефіциту ліквідності банківської системи, так і стерилізації її профіциту та є, по суті доповненням підходу Генлі Дж. [2]

$$Вл = CIA + CZU + KO + ICS + K - G - OP - CO \quad (1.4)$$

де, Вл – вільна ліквідність (вільні резерви) банків; CIA – чисті іноземні активи; CZU – чисті зобов’язання уряду; KO – кредитні операції центрального банку; ICS – інші чисті статті; K – капітал і резерви центрального банку; G – готівка в обігу; OP – обов’язкові резерви; CO – стерилізаційні операції центрального банку.

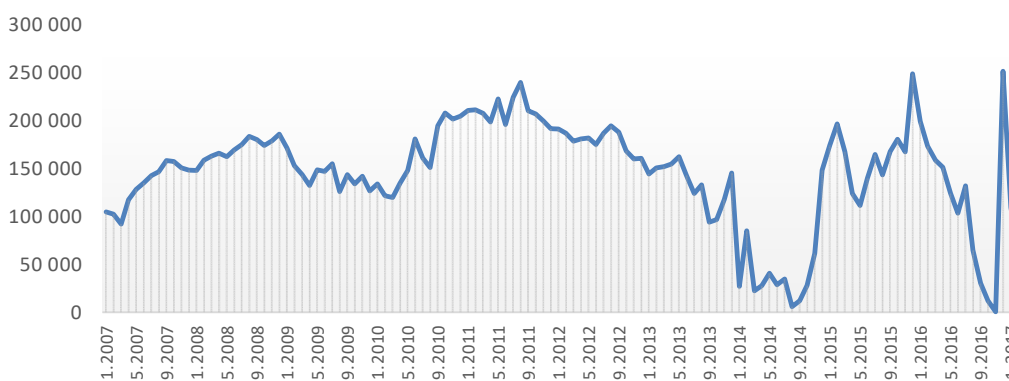


Рис. 1 Вільна ліквідність банківської системи України, млн грн

Регулярні операції відкритого ринку забезпечують основні потреби у рефінансуванні комерційних банків в умовах недостатньої ліквідності або стерилізації ліквідності кредитних установ, якщо вона виявляється надлишковою. В умовах постійного профіциту НБУ використовує облігації внутрішньої державної позики (ОВДП) та проводить тендери з розміщення депозитних сертифікатів.

За підходом Грей С. і Телбот Н. вільна ліквідність банківської системи України в даний момент складає 41 088 млн грн. Дані, отримані в минулих періодах, можуть містити неточності через відсутність операцій з мінімізації надлишкової ліквідності (рис. 1)

Для української практики виокремлюємо три основних підходи до оцінки ліквідності банківської системи (табл. 1.1).

Таблиця 1

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЛІКВІДНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Автор	Формула розрахунку	Спільне	Відмінне
Савлук М. І., Дзюблюк О. В.	$R_b = R_o + R_v$	Банківські резерви включають обов'язкові та вільні резерви	В структуру банківських резервів включено залишки готівки в касах банків
Сомик А. В. та Міщенко В. І.	$L_{bc} = OPB + V_l (Ovl + Nl) = K_{kr}$		Вільна ліквідність розподілена на надлишкову та оптимальну вільну ліквідність
Буздальн А.В.	Всі розрахунки відбуваються за допомогою побудови кореляційно-регресійного рівняння		Оптимальний рівень ліквідності банківської системи (сума залишків коштів банків на кореспондентських і депозитних рахунках в ЦБ) визначається її оптимальними значеннями активності і надлишкової ліквідності

Проте, проведені дослідження сутності ліквідності дозволяють стверджувати про нетотожність економічних категорій “вільна” та “надлишкова” ліквідність. Вільна ліквідність, як видно з формули 1.8, є показником, який розраховується як різниця між обсягами коштів на коррахунках банків у Національному банку України і необхідною сумою обов'язкових резервів, у той час як надлишкова ліквідність є складовою вільної ліквідності разом із оптимальною вільною ліквідністю.

А. В. Буздальн визначає оптимальну ліквідність банку як забезпечення банком усіх обов'язкових резервів, а також своєчасне виконання всіх своїх зобов'язань, й здатність нарощувати обсяги операцій відповідно до попиту який склався на основі наявного обсягу оптимальної вільної ліквідності [3].

У положенні про регулювання ліквідності банків України Національний банк України визначає надлишкову ліквідність, як перевищення платіжних можливостей над грошовими зобов'язаннями [4].

Відповідно до чинної нормативної бази в Україні [5] обов'язкові резерви банків зберігаються на кореспондентських рахунках банків в Національному банку України, тому ліквідність банківської системи доцільно досліджувати за станом коррахунків банків. Отже, основними складовими ліквідності, а відповідно й складовими, що формують попит на ліквідність, є обсяг коштів обов'язкових резервних вимог, які зберігаються на рахунках банків у центральному банку та вільна ліквідність (вільні резерви — кошти на кореспондентських рахунках банків понад необхідний обсяг коштів обов'язкових резервних вимог) (рис. 2)

Відповідно до наведеної структури, Сомик А. В. та Міщенко В. І. для розрахунку ліквідності банківської системи пропонують наступну формулу:

$$L_{bc} = OPB + V_l (Dl) = K_{kr}, \quad (1.5)$$

де L_{bc} — ліквідність банківської системи, млн грн;

OPB — обов'язкові резервні вимоги, млн грн;

Вл — вільна ліквідність банківської системи, млн грн;
 Дл — дефіцит ліквідності в банківській системі (недостатня ліквідність), млн грн;
 Ккр — кошти на кореспондентських рахунках у Національному банку України, млн грн.

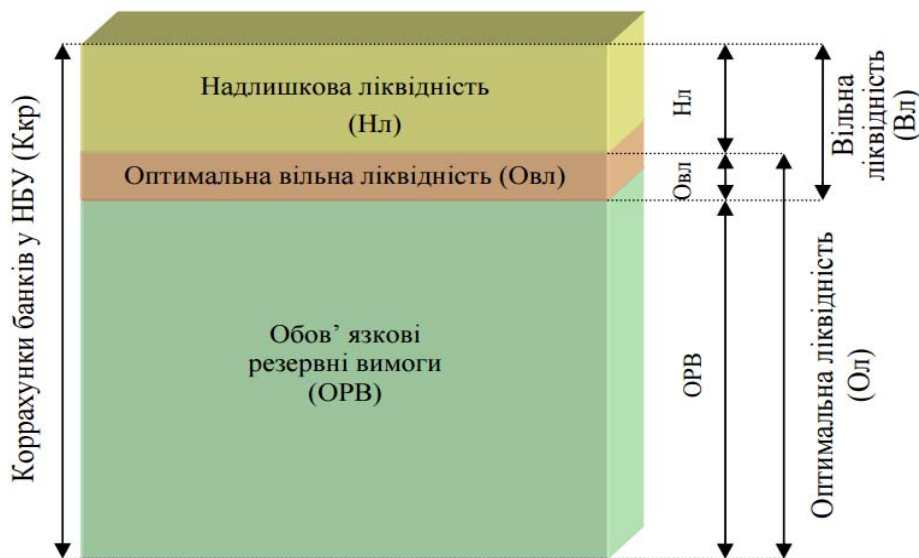


Рис. 2 Структура ліквідності банківської системи [6]

За визначенням Савлука М. І., банківські резерви (Рб) — це сукупність грошових коштів, які є в розпорядженні комерційних банків і не використані для активних операцій. Вони включають залишки готівки в касах банків та їх вклади на кореспондентських рахунках у центральному банку.

За економічним змістом формування резерву окремого комерційного банку можна подати у такому вигляді [7]:

$$Рб = К + Зк + МБК - ФГВ - Ао \quad (1.6),$$

де К — власний капітал банку;

Зк — залучені банком кошти;

МБК — заборгованість банку за міжбанківським кредитом, включно з кредитом НБУ;

ФГВ — відрахування у фонд гарантування вкладів;

Ао — вкладення банку в активні операції, не повернуті на даний момент.

За своїм призначенням банківські резерви поділяються на обов'язкові резерви (Ро) та вільні (Рв):

$$Рб = Ро + Рв \quad (1.7)$$

Обов'язкові резерви — це та частина загальних резервів, яка бронюється на вимогу і за нормативами центрального банку і яка не може бути використана для активних операцій комерційного банку та призначена для задоволення потреб, що контролюються центральним банком.

Вільні резерви — це сукупність грошових коштів, які є в розпорядженні банків і які можуть вільно використовуватися для активних операцій [7]. Позитивне значення цього показника свідчить про наявність вільної ліквідності (профіциту ліквідності) в банківській системі, у той час як від'ємне значення показника — про проблеми недостатньої ліквідності (дефіциту) в банківській системі країни.

$$\text{Вл (Дл)} = \text{Ккр} - \text{ОРВ} \quad (1.8)$$

Норми обов'язкового резервування встановлюються у відсотковому відношенні до обсягу залучених банками коштів і можуть диференціюватися за видами залучених коштів. На власний капітал банків і на позичені ними кошти обов'язкове резервування не поширюється.

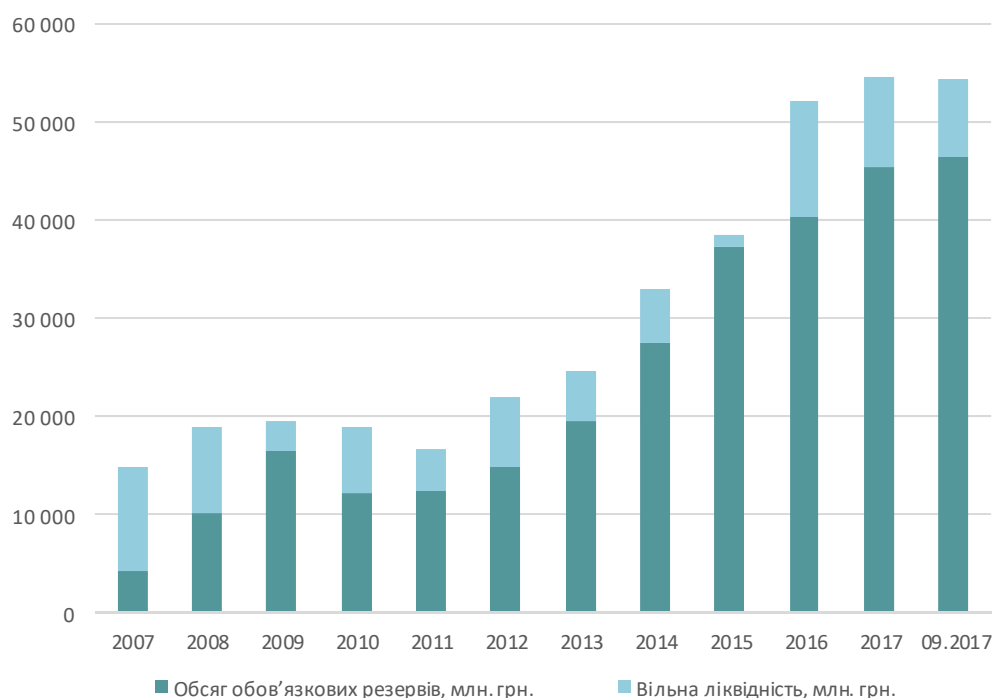


Рис. 3 Залишки коштів на коррахунках НБУ, млнгрн

Як показано на рис. 3, найменша частка вільних резервів у загальному обсягу коштів на коррахунках НБУ зафіксована в кризові періоди (у 2009 р. — 14% та у 2015 р. — 3%). У 2016 р. обсяг вільної ліквідності досягає свого пікового

стану: 11893 млн грн. (23%) та має тенденцію до зниження (17% на початку, та 14% в кінці 2017 р.)

Треба зазначити, що випадок, коли обсяг обов'язкових резервів буде меншим за обсяг коррахунків малоімовірний, можливий теоретично. На практиці граничне значення вільної ліквідності у системі дорівнюватиме 0 (у випадку, коли на кореспондентських рахунках буде знаходитись тільки сума обов'язкових резервів). І лише в часи гострої фази банківської кризи можливий випадок, при якому банківська система виявиться не в змозі сформувати навіть мінімальний об'єм ліквідності, що дорівнює сумі обов'язкових резервів. Але в цьому випадку слід вже говорити не про кризу ліквідності, а про системну кризу, або навіть дефолт банківської системи.

Кількісно обсяг надлишкової ліквідності можна визначити як різницю між наявним обсягом вільної ліквідності (Вл) та рівнем оптимальної вільної ліквідності (Овл), необхідної для функціонування та розширеного розвитку банківської системи (формула 1.9).

$$Нл = Вл - Овл, \quad (1.9)$$

де Нл — надлишкова ліквідність банківської системи, млн грн.;

Вл — вільна ліквідність банківської системи, млн грн.;

Овл — оптимальна вільна ліквідність банківської системи, млн грн.

В Україні в умовах профіциту ліквідності особливої актуальності набуває питання обґрунтування оптимального рівня вільної ліквідності та оптимального рівня ліквідності банківської системи в цілому, а також визначення критеріїв їх оцінки та методів прогнозування на коротко- та довгострокову перспективу.

Із наведених на рис. 3 методичних засад щодо складових ліквідності банківської системи впливає економічна сутність показника оптимальної ліквідності банківської системи (Ол), що кількісно визначає такий рівень її ліквідності, який забезпечує виконання банками обов'язкового рівня резервних вимог (ОРВ) і дозволяє своєчасно виконувати свої зобов'язання та нарощувати обсяги операцій відповідно до потреб розвитку економіки на основі наявного обсягу оптимальної вільної ліквідності (Овл) (формула 1.10).

$$Ол = ОРВ + Овл, \quad (1.10)$$

де Ол — оптимальна ліквідність банківської системи, млн грн.;

ОРВ — обсяги обов'язкових резервних вимог, млн грн.

Аналізуючи існуючі статистичні дані, що характеризують стан залишків коштів на кореспондентських рахунках в Національному банку України, бачимо закономірність, що виявляється в стабільності цих залишків протягом досліджуваного періоду. З 2016 по 2017 рр. обсяг коштів, що зберігались на коррахунках українських банків, залишався стабільним навіть при постійному збільшенні обсягів обов'язкових резервів (рис. 4). Про це свідчить і статистичний аналіз коливань ліквідності. Коефіцієнт варіації за вибіркою становить 19,78%, що свідчить про однорідність сукупності, а коефіцієнт осциляції — 79%, тобто в системі існують шоки, що проявляються в розкиді мінімальних та максимальних значень.

З огляду на це, можна припустити існування певного природного рівня залишків на кореспондентських рахунках банківської системи, який майже не залежить від обсягів обов'язкових резервів. Цей природний рівень, з одного боку, формується через дії національного банку в межах його монетарної політики як відповідь системи на дію регулятора щодо стерилізації або ін'єкції ліквідності, а з іншого — як прояв стійкості системи, яка прагне повернутись до стаціонарного стану після зовнішніх шоків [8].

Побудувавши графік динаміки обсягу залишків на коррахунках та обов'язкових резервів (рис. 4), а також лінійний тренд до залишків коштів на коррахунках, можна зробити висновок про те, що середнім є обсяг коштів у 42 963 млн грн. Стандартне відхилення за вибіркою складає 6 421 млн грн.

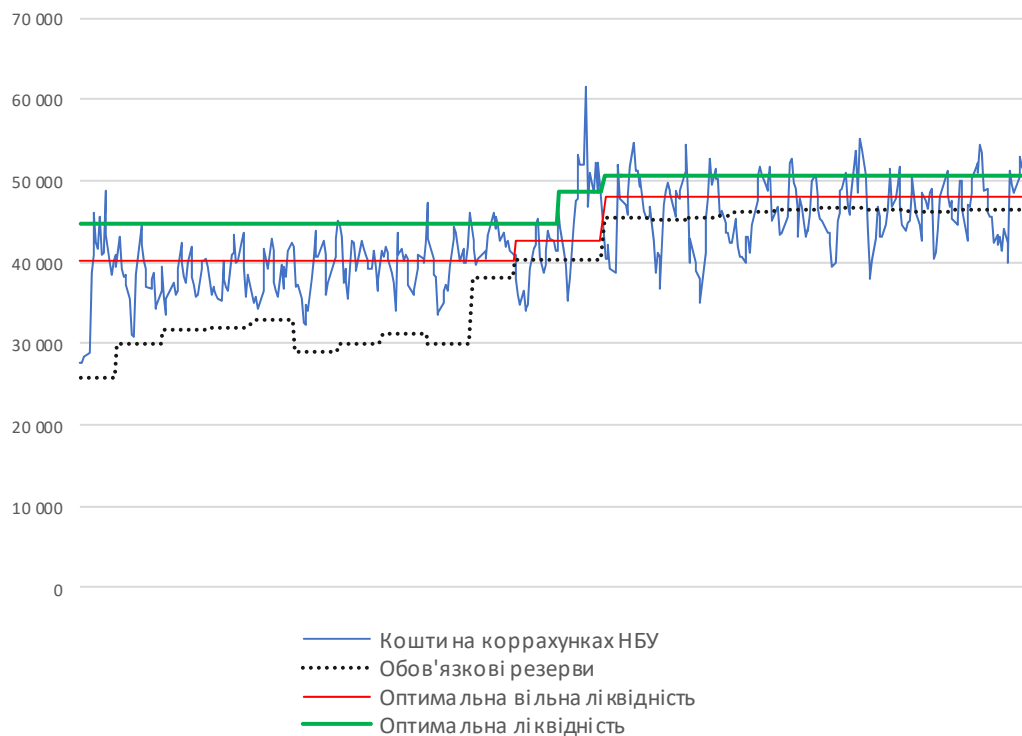


Рис. 4 Оптимальна ліквідність банківської системи України, млн грн.

Природний рівень залишків на кореспондентських рахунках банківської системи знаходиться в межах:

$$KPr = KPr \pm s \quad (1.11)$$

де KPr — середнє значення залишків на кореспондентських рахунках;
 s — стандартне відхилення.

Отже, прийнявши гіпотезу існування природного або системного рівня залишків на коррахунках, можна стверджувати, що вільна ліквідність банківської системи залежить основним чином від обсягів обов'язкових резервів. У 2016 році різниця між даним показником та оптимальною вільною ліквідністю складає 8 198 млн грн., а в 2017 — 1 575 млн грн. Оптимальна ліквідність для банківської системи в даний момент сягає 50 726 млн грн. Незначний надлишок в системі спостерігається в середині кожного місяця, що пояснюється прагненням банків до виконання встановлених норм [9] (рис. 4)

Даний метод є актуальним для побудови динаміки і виміру оптимальних значень на основі історичних даних. Для отримання прогнозу необхідно враховувати ризики ліквідності.

На думку банківського аналітика А.В. Буздаліна [3], розрахунок оптимального рівня ліквідності банківської системи має враховувати два чинники, які формують ризик ліквідності.

1. Активність кредитних організацій, яка задається потребами економіки, а саме попитом на банківські послуги з боку населення і реального сектора економіки. В даному контексті необхідно враховувати сезонність попиту на кредити.

2. Структура міжбанківських відносин і перш за все ринку міжбанківського кредитування. У ситуації непрацюючого ринку МБК і низького рівня міжбанківської довіри потрібен завищений рівень оптимальної ліквідності, тоді як в умовах розвиненої системи міжбанківських відносин даний показник теоретично може досягати до нуля. В умовах кризи банківської довіри як з боку клієнтів, так і всередині банківської системи ринок МБК для переважної більшості кредитних організацій просто перестає існувати. Ставки по чисельним здійснюваним операціям в такий період перевищують рекордні позначки. Банківська система перетворюється в сукупність не пов'язаних між собою елементів. Такі структурні зміни в функціонуванні банківської системи не можуть не відбитися на розрахунковому рівні рівноважної ліквідності.

Для розрахунку активності кредитних організацій взято коефіцієнт співвідношення кредитів до депозитів. Цей коефіцієнт визначається як відношення суми всіх активів із нормальним ризиком (дисконти, кредити й авізо) до основних депозитів (включаючи депозити до запитання, строкові й ощадні депозити, за винятком короткострокових і довгострокових позик грошового ринку). Це співвідношення характеризує здатність банків залучати депозити для підтримання своїх кредитних операцій і їх можливості надавати в кредит ці депозити. Високе значення цього коефіцієнта традиційно асоціюється з підвищеним ризиком, оскільки свідчить про слабшу ліквідність (і впливу з боку дій кредиторів), негативні економічні умови або наслідки відпливу депозитів (рис. 5).

При цьому забезпеченні кредити повинні бути покриті за рахунок відповідних резервів, які, у свою чергу, повинні мати форму забезпечення під збитки по кредитах. Таким чином, обсяг кредитів, які беруться для розрахунку цього коефіцієнта, зменшуються на суму сформованого резерву під збитки по кредитах.

У розрахунку коефіцієнт K_1 — співвідношення кредитів до депозитів, K_2 — довгострокових кредитів до довгострокових депозитів та K_3 — кредитів в іноземній валюті до депозитів в іноземній валюті.

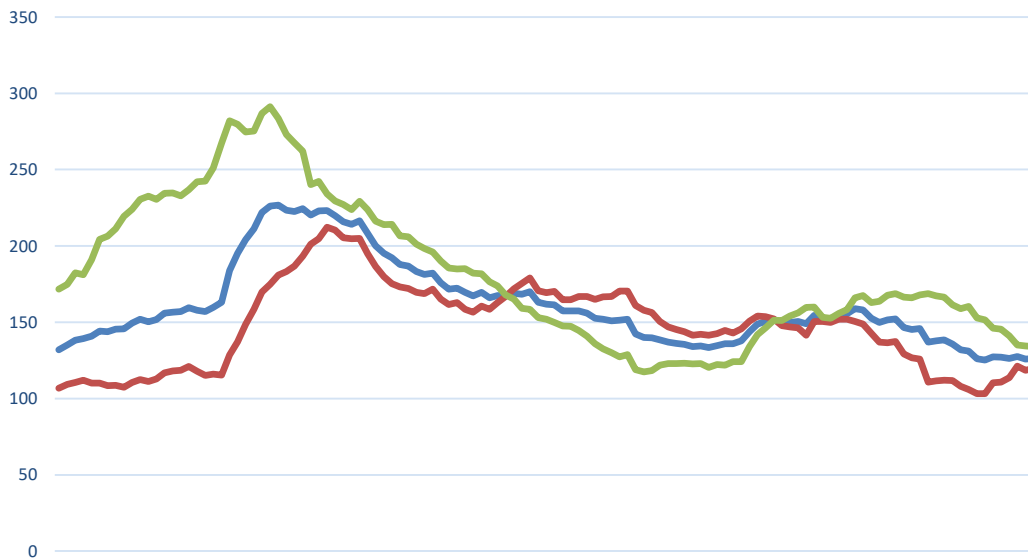


Рис. 5 Динаміка коефіцієнтів ліквідності, %

Значення цього коефіцієнта багато в чому залежить від ступеня розвитку країни, але 70-80% залежить від співвідношення між ліквідністю і дохідністю. Якщо у всій банківській фінансовій системі цей показник перевищує 100%, тоді в будь-якій галузі можуть виникати структурні проблеми, як наприклад в Україні останні 10 років. Рекордне перевищення кредитів (майже в 3 рази) над депозитами зафіксовано на початку 2009 року, що є логічним продовженням кризи та наслідком валютної політики НБУ.

Частка кредитів в іноземній валюті в кредитному портфелі залишається високою (46,8% на 01.10.2017), що свідчить про високий рівень доларизації економіки. Близько 20% кредитів в іноземній валюті були надані населенню (у т.ч. значна частка кредитів в іноземній валюті була надана ще в 2008-2009 рр. на придбання і будівництво нерухомості) [9].

На кінець 2016 року співвідношення обсягу кредитів до ВВП, тобто фінансова глибина економіки (financial deepening), становить 42%, що значно нижче цього показника для інших країн, зокрема, у Данії 180%, у Японії 187%, у країн Єврозони у середньому вище 100%, у країн з найбільшими доходами вище 150% (рис. 6).

Професор економіки Політико-економічного дослідницького інституту Роберт Поллін у своїй праці «The Great U.S. Liquidity Trap Of 2009-2011: Are We Stuck Pushing On Strings?» довів, що високі ціни на кредити, припинення кредитування малого і середнього бізнесу та важкі умови для отримання кредитів малим суб'єктам господарювання у сукупності з нагромадженням банками надлишкової ліквідності не сприяють стимулюванню національної економіки і, у

свою чергу, поглиблюють «пастку ліквідності» у такій ситуації [10]. Тому одним з основних завдань НБУ мало б стати стимулювання комерційних банків України щодо кредитування малого і середнього бізнесу, що у свою чергу призвело б до збільшення ВВП України і прибутків як підприємців, так і самих банків. У свою чергу розвиток малого і середнього бізнесу створив би умови для формування середнього класу з доходами достатніми для того, щоб направляти їх «надлишки» у банківську систему у вигляді нових депозитів і тим самим підтримувати ліквідність комерційних банків.

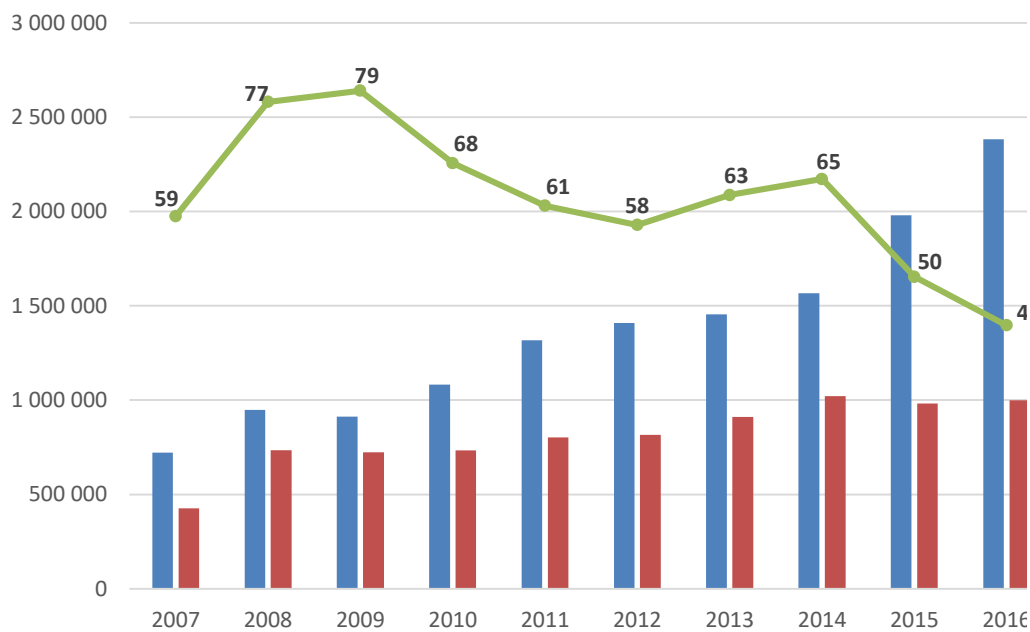


Рис. 6 Коефіцієнт співвідношення кредитів до ВВП, %

Висновки. Зважаючи на те, що проблемні кредити були і залишаються основною складовою ризику ліквідності банківської системи України, запропоновано коефіцієнтний розрахунок ліквідності (K1, K2 і K3), основними змінними для яких взято співвідношення кредитів до депозитів за строками та видами валют. Аналіз даних коефіцієнтів дасть змогу відслідковувати проблематику даного питання під час створення необхідного запасу ліквідності центральним банком України.

На основі дослідження обґрунтовано застосування підходу, що базується на визначенні оптимального рівня ліквідності банківської системи як такого обсягу банківської ліквідності, який має забезпечити виконання обов'язкового рівня резервних вимог та усіх грошових зобов'язань банківської системи, а також проведення операцій банків та нарощення їх обсягів відповідно до потреб розвитку економіки без створення дисбалансів та загрози фінансовій стійкості банківської системи та розвитку інфляційних процесів у країні. Розуміння і

врахування зазначених складових ліквідності банківської системи та чинників, які впливають на її рівень, дозволить створити адекватну модель для прогнозування ліквідності банківської системи в коротко- та середньостроковому періоді, а також обґрунтувати підхід до визначення її оптимального рівня.

Література

1. Ganley J. Surplus Liquidity: Implications for Central Banks Lecture Series no.3 / Centre for Central Banking Studies Bank of England // http://www.bankofengland.co.uk/education/ccbs/handbooks_lectures.htm
2. Grey S. Central Bank management of surplus liquidity / Handbooks in Central Banking Lecture Series no.6. — august 2006 // http://www.bankofengland.co.uk/education/ccbs/handbooks_lectures.htm
3. Буздалін А. В. Фактори оптимальної ліквідності / А. В. Буздалін // Банківська справа. — 2005. — № 1. — С. 48-54
4. Про регулювання Національним банком України ліквідності банків України [Електронний ресурс] : Положення, затверджене постановою Правління Національного банку України № 259 від 30.04.2009 // Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1028.722.45&nobreak=1>
5. Постанова НБУ “Положення про порядок формування та зберігання обов’язкових резервів банками України та філіями іноземних банків в Україні” від 11.12.2014 № 806 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0806500-14>
6. Ліквідність банківської системи України: Науково-аналітичні матеріали. Вип. 12 / В.І. Міщенко, А.В. Сомик та ін. — К.: Національний банк України. Центр наукових досліджень, 2008. — 180 с.
7. Савлук М.І., Мороз А.М. та ін. Гроші та кредит: Підручник ; за наук. ред. М. І. Савлука. — 6-те вид., перероб. і доп. — К. : КНЕУ, 2011. — 589 с.
8. Макаренко М.І., Дмитрієв Є.Є. Ліквідність банківської системи: структура та чинники формування в Україні / Інноваційна економіка. — 2013. — №2. — С. 253 — 259.
9. Стукан І.Ю. Забезпечення ліквідності банківської системи / Економічний потенціал країни: наукові підходи та практика реалізації: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (26-27 лютого 2016 року) / відп. за випуск д.е.н., проф. С.О. Якубовський. — Одеса: ОНУ імені І.І. Мечникова, 2016. — С. 185 — 188.
10. The Great U.S. Liquidity Trap Of 2009-2011: Are We Stuck Pushing On Strings? [Електронний ресурс] : Political Economy Research Institute (PERI), University of Massachusetts Amherst: Review of Keynesian Economics, Inaugural Issue / R. Pollin. — 2012. — pp. 55–76. — Режим доступу: <https://www.elgaronline.com/view/journals/roke/0-1/roke.2012.01.04.xml>

References

1. Ganley J. Surplus Liquidity: Implications for Central Banks Lecture Series no.3. Center for Central Banking Studies Bank of England. http://www.bankofengland.co.uk/education/ccbs/handbooks_lectures.htm

2. Grey S. Central Bank management of surplus liquidity. Handbooks in Central Banking Lecture Series no.6. — august 2006. http://www.bankofengland.co.uk/education/ccbs/handbooks_lectures.htm
3. Buzdalin A. V. Faktory optimalnoi likvidnosti. *Bankivska sprava*. No. 1 (2005): 48-54.
4. Pro rehulivannia Natsionalnym bankom Ukrainy likvidnosti bankiv Ukrainy. Polozhennia, zatverdzhene postanovoiu Pravlinnia Natsionalnoho banku Ukrainy. No. 259 (30.04.2009). <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1028.722.45&nobreak=1>
5. Postanova NBU "Polozhennia pro poriadok formuvannia ta zberihannia oboviazkovykh rezerviv bankamy Ukrainy ta filiiamy inozemnykh bankiv v Ukraini". No. 806 (11.12.2014). <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0806500-14>
6. Likvidnist bankivskoi systemy Ukrainy: Naukovo-analitychni materialy. K.: Natsionalnyi bank Ukrainy. Tsentr naukovykh doslidzhen. Vol. 12 (2008).
7. Savluk M.I., Moroz A.M. ta in. *Hroshi ta kredyt*. K. : KNEU, 2011.
8. Makarenko M.I., Dmitriev Y. Likvidnist bankivskoi systemy: struktura ta chynnyky formuvannia v Ukraini. *Innovatsiina ekonomika*. No. 2 (2013): 253 — 259.
9. Stukan I. Zabezpechennia likvidnosti bankivskoi systemy. Ekonomichniyi potentsial krainy: naukovi pidkhody ta praktyka realizatsii: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (26-27 liutoho 2016 roku) / vidp. za vypusk d.e.n., prof. S.O. Yakubovskiy. Odesa: ONU imeni I.I. Mechnykova (2016): 185 — 188.
10. The Great U.S. Liquidity Trap Of 2009-2011: Are We Stuck Pushing On Strings? Political Economy Research Institute (PERI), University of Massachusetts Amherst: Review of Keynesian Economics, Inaugural Issue (2012): 55–76. <https://www.elgaronline.com/view/journals/roke/0-1/roke.2012.01.04.xml>

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЛИКВИДНОСТИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

И.Ю. Стукан, аспирант кафедры менеджмента банковской деятельности
ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. В статье исследованы основные теоретические и методические положения по оценке ликвидности банковской системы Украины. Определены структурные элементы ликвидности, проведен анализ ее современного состояния и на основе полученных результатов, разработаны коэффициенты для эффективной оценки ликвидности банковской системы. Кроме того, рассчитан оптимальный и избыточный уровень ликвидности на основе анализа системного уровня остатков средств банков на корсчетах в НБУ.

Ключевые слова: банк, банковская система, ликвидность, риск ликвидности, резервы, коэффициентный анализ.

THEORETICAL AND PRACTICAL APPROACHES TO ASSESSING LIQUIDITY OF THE BANKING SYSTEM

Iryna Y. Stukan, postgraduate student,
SHEI "Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman"

Abstract. The article deals with the main theoretical and methodological provisions for assessing the liquidity of the banking system of Ukraine. Also there were determined the structural elements of liquidity and was considered the world experience in forming reserves of banks. The article carried out the analysis of the current state of liquidity of the banking system was and on the basis of the obtained results, were developed coefficients for its effective evaluation. In addition, article investigates the dynamics of optimal and excess liquidity level, and gives definitions of these concepts. The value of the optimum level was obtained on the basis of the analysis of the system level balance of banks' funds on correspondent accounts in the NBU. Considered the need to improve existing approaches to liquidity management, to build an effective mechanism for predicting the liquidity of commercial banks in order to adapt them to the current conditions of functioning of the banking system of Ukraine.

Keywords: bank, banking system, liquidity, liquidity risk, free reserves, coefficient analysis.

Стаття надійшла до редакції 31.03.2018

**ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ У ПРОЦЕСІ
СТРАХУВАННЯ АГРАРНИХ РИЗИКІВ**

Анотація. Статтю присвячено розкриттю значення формування системи інформаційного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників у процесі страхування аграрних ризиків. Визначено специфіку процесу підготовки інформації для використання сільськогосподарськими товаровиробниками з метою аграрного страхування та основні вимоги до якості інформації, яка використовується в процесі страхування аграрних ризиків. Представлено типовий алгоритм інформаційного забезпечення системи страхування ризиків сільськогосподарської діяльності. Визначено сутність та значення інформаційного забезпечення страхування аграрних ризиків, охарактеризовані основні його складові. Запропоновано заходи щодо покращення інформаційного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників та формування загальнонаціональної єдиної централізованої бази даних інформаційних ресурсів для аграрного страхування.

Ключові слова: страхування аграрних ризиків, інформація, інформаційне забезпечення, інформаційні ресурси, єдина централізована база даних інформаційних ресурсів для аграрного страхування.

Вступ. Аграрний бізнес потребує розвиненої системи інформаційного забезпечення страхування сільськогосподарських ризиків, яка б базувалася на сукупності якісних і кількісних оцінок умов та чинників, що діють у внутрішньому і в зовнішньому середовищі страхувальника. Відсутність потрібної інформації унеможливорює швидкість виявлення та оцінки всіх чинників, які визначають реальний стан середовища, в якому працюють аграрні підприємства. Труднощі, пов'язані з відсутністю кваліфікованих спеціалістів, які б могли чітко сформулювати проблеми та вирішувати їх за допомогою інформаційного забезпечення, запропонувати шляхи оптимізації страхування аграрних ризиків, перешкоджають доведенню процесу автоматизації сільськогосподарського страхування до етапу реалізації.

Дослідженням різних аспектів інформаційного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників займалися багато вітчизняних та іноземних учених-економістів, серед них: В.І Кнорринг [1], Л.А. Матвеев [2], С.А. Навроцький [3], А.А. Осадець, О. Павленко [4], Л.В. Шірінян [6] та ін. Але, незважаючи на значні наукові напрацювання у сфері аграрного страхування, аналіз останніх публікацій переконливо свідчить про необхідність подальших досліджень у галузі

* *Писаренко Надія Василівна* — аспірантка кафедри обліку, аналізу та аудиту Центральноукраїнського національного технічного університету (м. Кривіпільський) nadezda_pisarenko@ukr.net

інформаційного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників у процесі страхування аграрних ризиків.

Постановка задачі. Метою статті є виявлення особливостей формування системи інформаційного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників у процесі страхування аграрних ризиків та визначення напрямів оптимізації інформаційного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників, обґрунтування доцільності створення єдиної централізованої бази даних інформаційних ресурсів для страхування аграрних ризиків.

Результати. У сучасних умовах господарювання особливої уваги заслуговує питання щодо інформаційного забезпечення страхування ризиків сільськогосподарських товаровиробників. Нині інформаційне забезпечення аграріїв відіграє виняткову роль в успішному функціонуванні господарської діяльності, тому розвиток інформаційного забезпечення є потрібною умовою для вдосконалення системи страхування сільськогосподарських ризиків.

Ефективність системи страхування ризиків сільськогосподарської діяльності забезпечують трудові, матеріальні, фінансові та інформаційні ресурси. Особливістю інформаційного ресурсу є те, що існує постійна потреба у достовірній інформації. Інформація необхідна для забезпечення прийняття ефективних управлінських рішень зі страхування аграрних ризиків, тому що її відсутність породжує невизначеність.

В науковій літературі поширеною є думка стосовно того, що поняття «інформація» походить від латинського *informatio*, що означає виклад, роз'яснення фактів, подій, явищ. Водночас більшість науковців вважає, що під інформацією слід розуміти сукупність відомостей про зміни, які здійснюються в системі та навколишньому середовищі, що зменшують ступінь невизначеності наших знань про конкретний об'єкт [1, с. 96]. Таке розуміння є доречним, але, крім цього, треба враховувати, що інформація пов'язує між собою різні види діяльності людей та є найважливішим засобом життєдіяльності та співпраці. Також слід наголосити на тому, що характерною особливістю інформаційних ресурсів аграрної страхової діяльності є те, що вони безперервно зростають, створюючи умови для накопичення досвіду, чим сприяють розробленню та прийняттю ефективних та зважених рішень страхувальниками стосовно страхування сільськогосподарських ризиків.

Для покращення динаміки страхування сільськогосподарської продукції та відчуття захищеності та стабільності аграрних товаровиробників потрібно комплексно підходити до вирішення проблеми довіри у страховій сфері. Як показує міжнародний досвід страхування аграрних ризиків та вітчизняний, однієї допомоги держави замало, потрібна реформа всієї сфери аграрного страхування, а розпочати перш за все потрібно з інформаційних ресурсів для страхувальників, страховиків та органів державної влади. На сучасному етапі розвитку аграрної страхової діяльності в Україні питання інформаційного забезпечення набуває актуальності, — аграріям необхідна інформація для покращення управлінських рішень та вибору страхового продукту оскільки асортимент страхових послуг збільшується. Для страховиків інформація необхідна, щоб враховувати конкурентні способи страхування з ціллю кращої страхової пропозиції на внутріш-

ньому ринку з метою охоплення більшої кількості аграрних страхувальників. Для державних органів такі інформаційні ресурси потрібні, щоб регулювати страхову діяльність та краще реалізувати адресну допомогу аграріям або вчасно завадити та попередити про стихійні погодні фактори для збереження врожаю для сільгоспвиробників.

Аграрній страховій галузі необхідно вдосконалити систему інформаційного забезпечення аграрного сектора економіки, постійно досліджувати і аналізувати внутрішню та зовнішню інформацію: факти, оцінки, прогнози, конфіденційна інформація. Структура надходження інформаційних ресурсів для аграрної сфери у страховій діяльності, представлені на рис. 1.

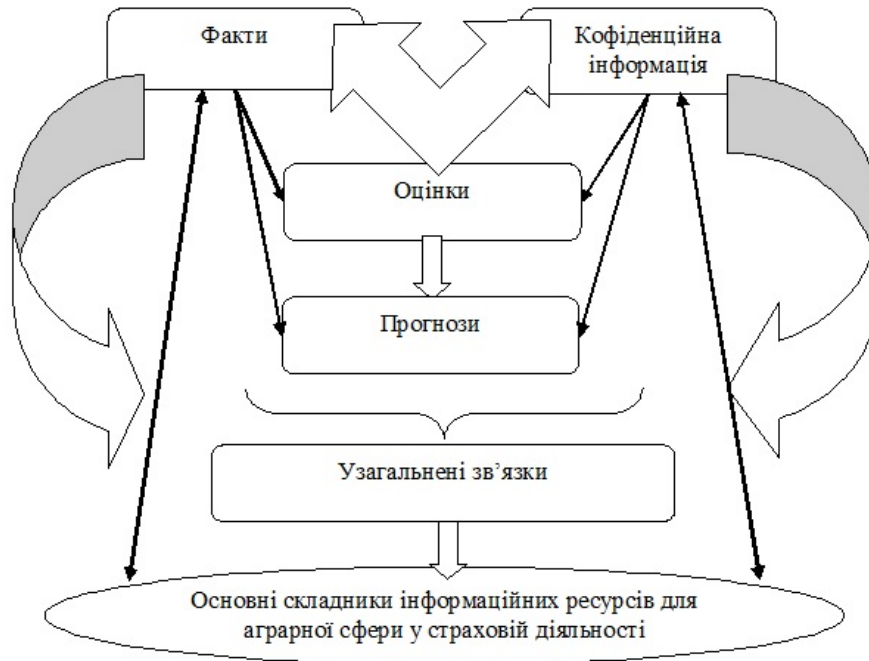


Рис. 1. Структура надходження інформаційних ресурсів для аграрної сфери у страховій діяльності

Джерело: розроблено автором

Досліджуючи забезпечення інформаційними ресурсами ми дійшли висновку, що інформацію сфери аграрного страхування можна поділити на кілька складників, а саме: факти, оцінки, прогнози, узагальнені зв'язки та конфіденційна інформація (суттєва для розроблення інформаційних технологій).

Розглянемо такий компонент інформації, як факт, який являє собою інформацію про подію, процес, наявний стан, які мають місце в середовищі страхувальника. Фактична інформація, що використовується в процесі страхування сіль-

ськогосподарських ризиків, дуже різноманітна, оскільки формується із різних джерел. Вона має великі масштаби та підлягає накопиченню в базі даних і подальшій обробці. Слід зазначити, що в основній масі фактична інформація циклічно поновлюється.

Оцінка ґрунтується на висновках, отриманих у результаті обробки інформації в минулому та сьогодні. Інформація, що містить оцінку процесу, явища, стану, є основою для прийняття рішень страхувальником та страховиком, а тому її необхідно зберігати в базах даних для подальшого аналізу її достовірності й набуття знань на майбутнє, особливо за умови використання баз знань та експертних систем.

Наступний складник страхової інформації — прогноз — інформація, отримана шляхом розрахунків основних показників діяльності страхувальника, враховуючи економічно-політичні фактори та дані метеорологічних станцій на майбутній період. Для прогнозу використовується безліч методів і моделей розрахунків, зокрема: екстраполяція тенденцій, кореляційний і регресивний аналіз, знання експертів і спеціалістів у сфері страхування та агробізнесу, інформація метеорологічних станцій. Достовірність прогнозу можна оцінити шляхом використання іншого методу прогнозу та порівняння отриманих результатів. Також, можна порівняти прогнозну й фактичну інформацію та зробити певні висновки.

Узагальнені зв'язки характеризують ступінь залежності досліджуваних показників страхування сільськогосподарських ризиків від інших економічних, погодних показників і надають можливість побачити не лише очевидні дані, а й системний зв'язок між показниками. Тому вони повинні використовуватися в ситуаційному аналізі та розробленні планів стосовно страхування сільськогосподарських товаровиробників.

Конфіденційна інформація (також джерело її отримання) не підлягає розголошенню та має різний рівень надійності. Страхувальники повинні використовувати та застосовувати зібрану конфіденційну інформацію про плани конкурентів, про можливі зміни у законодавстві у сфері регулювання аграрного страхового ринку, про економічні чинники які впливатимуть на собівартість продукції.

Таким чином, інформаційне забезпечення страхування ризиків сільськогосподарської діяльності являє собою процес безперервного цілеспрямованого підбору всіх поданих типів інформації (рис. 1).

Під інформаційним забезпеченням системи страхування ризиків сільськогосподарської діяльності необхідно розуміти сукупність уявлень, понять, даних, які отримані від внутрішніх і зовнішніх джерел надходження, тобто комплекс взаємопов'язаних методів і заходів, які систематизовані, збережені та поширені компетентними особам у аналітичному вигляді.

Ефективність страхування аграрних ризиків значною мірою залежить від якості його інформаційного забезпечення. Вичерпна, достовірна, своєчасна та зрозуміла інформація є запорукою прийняття оптимальних управлінських рішень для аграріїв в питаннях страхування сільськогосподарських ризиків, спрямованих на зменшення витрат фінансових ресурсів, зростання прибутку та зниження ринкової вартості сільськогосподарської продукції [4].

Інформаційне забезпечення страхування ризиків сільськогосподарської діяльності — це основа наукового пізнання системи аграрного страхування, яка вміщує

різноманітну економічну, фінансову, комерційну інформацію та має відображати стан страхувальника в певний момент часу з певним рівнем деталізації.

Процес підготовки інформації для використання в системі страхування ризиків сільськогосподарських товаровиробників повинен складатися з двох етапів. На першому етапі інформація має готуватися у вигляді баз даних, під якими розуміють структурно організовані, але аналітично неопрацьовані масиви показників, що характеризують стан внутрішнього і зовнішнього середовища аграрного ринку та стан страхового ринку. Другим етапом підготування інформації є накопичення системи даних та їх аналіз.

Наявність і використання підготовленої інформації надають можливість приймати ефективні, обґрунтовані рішення стосовно страхування сільськогосподарських ризиків, тому метою формування системи інформаційного забезпечення аграрного страхування є отримання повної, достовірної та своєчасної інформації, необхідної для вирішення складних завдань агрострахування. Від того, як організовані етапи збору, обробки та розподілу інформації, суттєво залежить результативність системи сільськогосподарського страхування в цілому.

Для детального визначення сутності інформаційного забезпечення страхування ризиків сільськогосподарських ризиків необхідно визначитись з конкретними вимогами до інформації та сформувані перелік необхідної інформації [2]. Тому доцільно буде визначити основні вимоги, яким має відповідати інформація для використання в аграрному секторі страхування (табл. 1).

Крім того, інформація має бути порівнянною, що досягається за рахунок використання єдиної методологічної бази спостережень і реєстрації різноманітних показників.

Додатковими вимогами до інформаційних ресурсів системи аграрного страхування можуть бути:

- аналітичний та прогнозний характер наданої інформації;
- релевантність (відповідність між сутністю інформаційного запиту й отриманого повідомлення) інформації;
- адекватність (тотожність структури отриманого повідомлення інформаційному запиту) інформації.

Щоб прийняти правильне рішення про страхування, перш за все необхідно проаналізувати всі ризики на які наражається сільськогосподарське підприємство. Тому що не всі ризики можна та потрібно страхувати [5]. Аграрії повинні систематизувати власний багаторічний досвід вирощування сільськогосподарських культур, на основі знань про природно-кліматичні ризики в даній місцевості, визначити найбільш небезпечні сільськогосподарські ризики для вирощування відповідних культур та частоту настання страхових випадків, спричинених цими ризиками. За відсутності такого досвіду, необхідно зібрати інформацію у сусідів, та поцікавитися частотою страхових випадків сільськогосподарських ризиків у своїй місцевості у статистичних даних страхових компаній. Також необхідно проконсультуватися з головним агрономом управління агропромислового розвитку обласної адміністрації, який може поради та надати інформацію щодо небезпечних страхових ризиків сільськогосподарської діяльності на підставі зібраних статистичних даних та власного досвіду.

Таблиця 1

ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАХУВАННЯ СІЛЬСЬКОГО-СПОДАРСЬКИХ РИЗИКІВ

Основні вимоги до інформаційного забезпечення	Характеристика джерел інформаційних ресурсів
Надійність	Надійна інформація — це данні яким довіряють, це надійність джерела або автора висвітлених документів, показників, результатів, розрахунків, а також відсутність помилок. Надійність інформації узгоджується просторовими показниками часу. Надійність інформації перевіряють, виправляють прорахунки, помилки, а сама інформатизація конкретизується.
Достовірність	Інформація достовірна, коли не спотворює істини. Така вимога досягається шляхом використання методологічно правильної техніки отримання даних, та їх ретельної перевірки. Непереверена або недостовірна інформація, може призвести до прийняття помилкових рішень в аграрному страхуванні та стати причиною значних грошових втрат.
Коректність	Коректна інформація за формою та змістом повинна забезпечувати однозначне сприйняття її всіма споживачами. Виконання цієї вимоги забезпечується за рахунок відповідної обробки та аналізу даних, їхнього поєднання та подання у формі, що легко сприймається, тобто у вигляді таблиць, схем, діаграм, графіків тощо.
Достатність	Інформація є достатньою, якщо її вистачає для розуміння та прийняття рішень стосовно страхування аграрних ризиків. Для раціонального прийняття рішень стосовно страхування аграрних ризиків потрібна інформація, яка буде конкретною за змістом, урахуватиме всі фактори, які характеризують досліджувану ситуацію, і достатньо ґрунтовною для прийняття рішень зі страхування.
Своєчасність	Своєчасність інформації передбачає — актуальність. Інформація своєчасна, коли вона потрібна та починає використовуватися страхувальниками. Своєчасна інформація відображає реальний стан страхового аграрного ринку, економічної ситуації на внутрішньому та зовнішньому ринках та забезпечує прийняття доречних господарських рішень. Аграрій потребує інформації для своєчасного реагування на різноманітні непередбачені ринкові коливання та явища, які виникають на зовнішньому та внутрішньому ринках і мають визначальний вплив на систему аграрного страхування, базовим має стати положення стосовно того, що неповнота інформації не лише стримує прийняття рішень, а й може стати причиною помилок.
Комплексність	Комплексність інформації відображає цілісність знання про аграрну страхову діяльність. Комплексність передбачає систематизацію даних, що значно спрощує страхову діяльність в аграрному середовищі.
Цінність	Інформація повинна бути цінністю, інакше вона лише відволікатиме увагу та заважатиме розумінню суті господарських процесів, подій та операцій у аграрному страхуванні. Цінність інформації залежить від обсягу та значущості завдань, які вирішуються на її основі.

Джерело: складено автором

Статистичну інформацію стосовно страхових випадків: вимерзання, посухи, злив тощо можна отримати в найближчій метеостанції, обласному гідрометцентрі або від досвідчених агрономів сусідніх господарств.

Необхідно зауважити, що для сільськогосподарських товаровиробників, окрім розроблення прогнозів щодо розвитку власної господарської діяльності та потреби страхувати аграрні ризики, необхідні ще прогнози розвитку економічної сфери країни у цілому, а також політичний і правовий прогнози, які нададуть можливість прогнозувати майбутній стан агропромислового комплексу в цілому та страхового середовища з масштабних позицій.

Проаналізувавши складові зовнішніх та внутрішніх джерел інформації аграрного страхового ринку, ми пропонуємо модель взаємодії сільськогосподарського товаровиробника з інформаційним середовищем в процесі страхування аграрних ризиків (рис. 2).

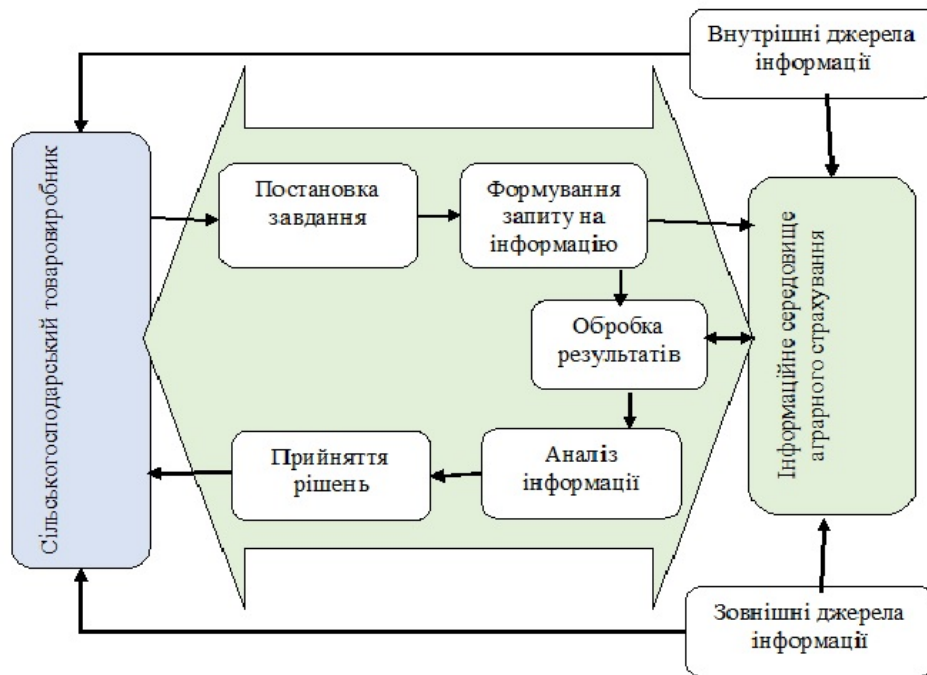


Рис.2. Модель взаємодії сільськогосподарського товаровиробника з інформаційним середовищем в процесі страхування аграрних ризиків

Джерело: розроблено автором

Варто врахувати, що інформаційне забезпечення системи страхування ризиків сільськогосподарської діяльності суттєво впливає на прийняття рішення стосовно страхування аграрних ризиків сільгоспвиробниками, а це вплине на загальноекономічний ефект діяльності конкретного аграрія. Тому пропонуємо типовий алгоритм інформаційного забезпечення агрострахування (рис. 3).



Рис. 3. Алгоритм інформаційного забезпечення системи страхування ризиків сільськогосподарської діяльності

Джерело: розроблено автором

Характерною особливістю аграрного страхового ринку є непередбачуваність можливих результатів, тобто його ризиковий характер [3]. Це передбачає цілеспрямований пошук та організацію роботи щодо зниження ступеню ризику, вміння отримання та збільшення прибутку у невизначеній господарській ситуації. Тому доцільно для аграріїв розпочати формування єдиної централізованої бази даних інформаційних ресурсів для аграрного страхування.

Забезпечення інформаційними ресурсами єдиної централізованої бази даних страхових ризиків сільськогосподарських підприємств є основою послідовного

ланцюга етапів підготовки, прийняття та реалізації страхування аграрних ризиків. Тому вважаємо за доцільне визначити складові системи формування інформаційного забезпечення страхування ризиків сільськогосподарської діяльності (рис. 4).

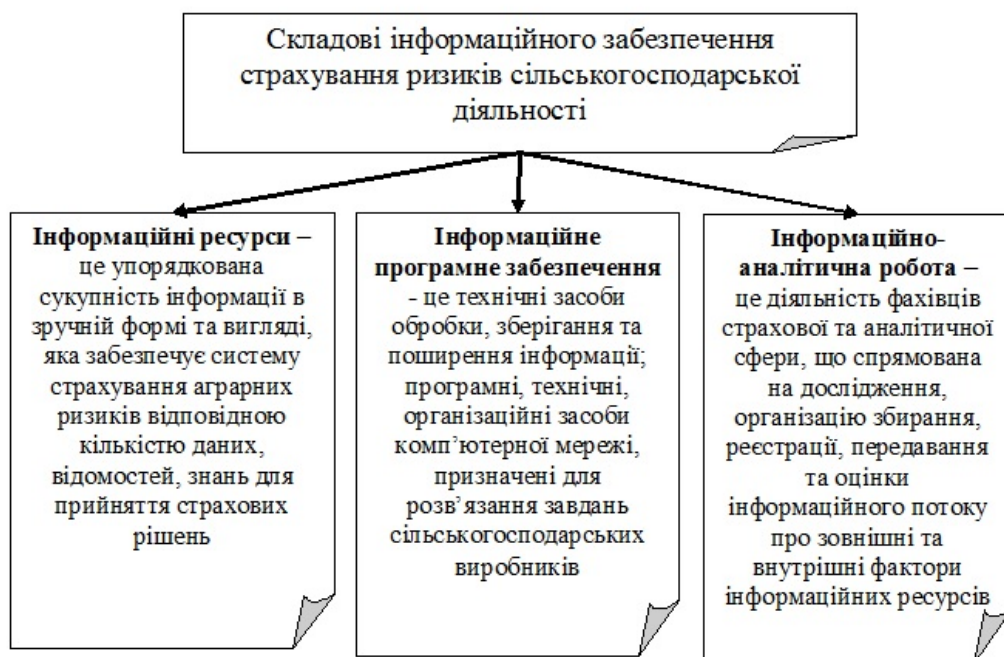


Рис. 4. Складові інформаційного забезпечення страхування ризиків сільськогосподарської діяльності

Джерело: розроблено автором

Інформаційне забезпечення страхування ризиків сільськогосподарської діяльності та його складові охоплюють надходження, систему руху й перетворення інформації, включаючи класифікаційні переліки всіх даних, методи їх кодування, зберігання та передавання.

Головним напрямком удосконалення обробки інформації для забезпечення інформаційними ресурсами єдиної централізованої бази даних страхових ризиків сільськогосподарських підприємств нині є створення автоматизованої інформаційної системи, що базується на застосуванні економіко-математичних методів, засобів обчислювальної техніки і розвиненої мережі передавання даних. Застосування таких методів дає змогу підвищити рівень планової та аналітичної роботи для аграріїв, удосконалити методи і способи ведення страхових операцій та їх прискорити, форми обліку й звітності, прискорюється обробка різного роду звітних даних і підвищується обґрунтованість необхідних управлінських рішень.

Призначення автоматизованої інформаційної системи полягає в забезпеченні збору, зберіганні, обробки і передавання інформації на базі використання засобів обчислювальної техніки й зв'язку із урахуванням взаємодії страхових компаній між собою та страхувальниками і взаємодією інших міністерств і відомств, Державним комітетом України з нагляду за страховою діяльністю.

Забезпечувальна частина автоматизованої системи єдиної централізованої бази даних інформаційних ресурсів аграрного страхування охоплює інформаційне, програмне, технічне, організаційне та інші види забезпечення.

Для покращання інформаційного забезпечення системи страхування ризиків сільськогосподарської діяльності України необхідно:

- розробити загальнонаціональну єдину централізовану базу даних інформаційних ресурсів аграрного страхування;
- вирішити питання автоматизації розкриття інформації;
- та формування бази даних страхових компаній та їх страхових продуктів актуальних для сільськогосподарських товаровиробників;
- забезпечити можливість оперативного прийняття рішень щодо страхових випадків;
- зробити доступною інформацію про скарги страхувальників та рейтинг страховиків.

Саме відсутність доступної аналітики у аграрній сфері страхування, на думку багатьох дослідників, стримує його розвиток в Україні [4].

Аграрній сфері необхідний перелік інформації, що надається в обов'язковому порядку органами державної влади, страховиками, страхувальниками іншими особами для формування єдиної централізованої бази даних інформаційних ресурсів аграрного страхування. Потрібний порядок надання користувачам інформації, що знаходиться у єдиній централізованій базі та наявність органів та організацій, відповідальних за збір та обробку вказаних інформаційних ресурсів, а також порядок користування централізованою базою даних та інформацією, отриманою з централізованої бази даних, повинно визначатися в положенні про єдину централізовану базу даних щодо страхування сільськогосподарських ризиків. Таку інформацію потрібно отримати та систематизувати із зовнішнього та внутрішнього середовища інформаційних потоків, узагальнити інформацію нормативних і статистичних інформаційних потоків. Вона буде корисною як для сільськогосподарських товаровиробників так і для страхових компаній. Це полегшить процес збирання інформації та вплине на прийняття вірних рішень стосовно вибору страхування сільськогосподарських ризиків та спростить прийняття управлінських рішень у аграрному страхуванні.

Із зовнішнього середовища та нормативно-правових інформаційних потоків, потрібно зібрати наявну інформацію для сільськогосподарських товаровиробників з метою успішного процесу страхування аграрних ризиків, представлено у табл. 2.

Таблиця 2

ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

Джерела інформації	Характеристика отриманої інформації
Інформаційні потоки зовнішнього середовища	
Звіти страхових компаній, аналітичні записки	- містять дані про обсяги продажів страхових продуктів в розрізі комунікаційних каналів збуту і клієнтів;
Бухгалтерська та статистична звітність страхових компаній	- містить інформацію про структуру витрат і цін на страхові продукти, а також про їх рентабельність, сприяє проведенню загального фінансового аналізу ресурсного потенціалу страхової компанії;
Публікації в друкованих та електронних засобах масової інформації, інтернеті	- можуть включати статті про страховий ринок, страхових продуктах, діяльності страхових компаній (звіти для акціонерів, прес-релізи), рекламні повідомлення;
Відкриті інформаційні джерела різних міністерств, відомств і комітетів	- містять корисні інформаційні повідомлення;
Результати експертних опитувань	- професійних учасників ринку, представників міжнародних організацій, державних структур, вчених науково-дослідних установ і закладів освіти, аргументовані висновки і прогнози;
Результати інтернет-опитувань	- відносно дешевий метод дослідження сектора страхових послуг, так як надходження інформації здійснюється дуже швидко, але може мати низьку якість і контроль вибірки;
Нормативні і статистичні інформаційні потоки:	
Інформація сайтів державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг, Ліги страхових організацій України	містять статистичні данні страхового ринку
Інформація сайту Державного комітету статистики України	- містить основні макроекономічні показники
Нормативно-правові акти, закони про державне регулювання страхового ринку України	

Джерело: складено автором

Вагомим джерелом інформації для аграріїв при виборі продукту страхування — всесвітня мережа Інтернет.

В єдиній централізованій базі інформаційних ресурсів сільськогосподарських підприємств для страхування аграрних ризиків інформація повинна бути обумовлена основними споживчими показниками її якості, які представлені на рис. 5.

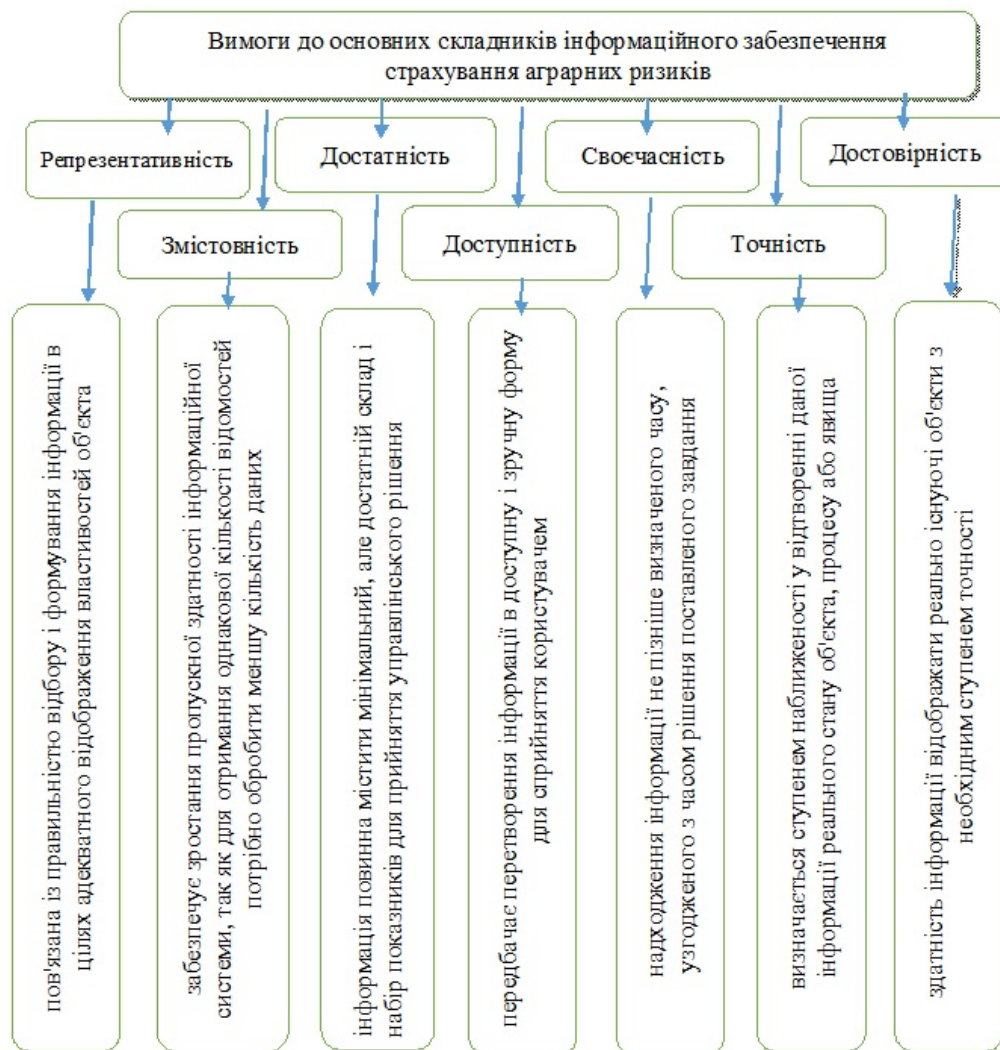


Рис. 5. Вимоги до основних складників інформаційного забезпечення єдиної централізованої бази інформаційних ресурсів аграрного страхування

Джерело: складено автором

Основними вимогами до технологій інформаційного забезпечення єдиної централізованої бази інформаційних ресурсів аграрного страхування в процесах страхування ризиків повинні бути в наявності складові (рис. 6).

Повноцінне функціонування інформаційної системи та інформаційних технологій можливе за наявності всіх структурних елементів інформаційного забезпечення страхування аграрних ризиків (рис 7).



Рис 6. Основні вимоги до технологій інформаційного забезпечення єдиної централізованої бази інформаційних ресурсів для страхування аграрних ризиків

Джерело: складено автором

У сучасних умовах економічної нестабільності недостатньо розвинені системи інформаційного забезпечення аграрного страхування обмежують дієвість страхового процесу в аграрному бізнесі.



Рис. 7. Структурні елементи інформаційного забезпечення єдиної централізованої бази інформаційних ресурсів для страхування аграрних ризиків

Джерело: розроблено автором

Успішність управління господарством та можливість захисту аграрних ризиків можливі лише при створенні широкої інформаційної бази. Аграрній страховій галузі необхідно вдосконалювати систему інформаційного забезпечення сільськогосподарського сектору економіки. Тому необхідний аналіз інформаційних ресурсів, вивчення інформаційного програмного забезпечення та проведення ефективної інформаційно-аналітичної роботи.

Висновки. Таким чином, розвиток аграрного страхування в Україні неможливий без належного інформаційного забезпечення та створення загальнонаціональної єдиної централізованої бази даних інформаційних ресурсів аграрного страхування. Саме тому для вирішення даної проблеми обґрунтовано теоретичні аспекти щодо інформаційного забезпечення страхування ризиків сільськогосподарської діяльності, а саме: запропоновано типовий алгоритм інформаційного забезпечення системи страхування аграрних ризиків; узагальнено та допрацьовано основні завдання прогнозування в аграрному середовищі в контексті страхування ризиків.

В процесі дослідження визначено, що наявність інформації виступає основою управління сільськогосподарським підприємством, а отже відповідає за його прибутковість та рентабельність. Розроблено основні напрями вдосконалення отримання достовірної, повної та своєчасної інформації, яка необхідна для вирішення складних завдань страхування сільськогосподарських ризиків в умовах сучасності та отримання високоякісних страхових послуг.

Отже, можемо стверджувати, що результативність страхування ризиків аграрного товаровиробника суттєво залежить від організації збору, обробки, розподілу інформації для забезпечення процесу прийняття страховальником ефективних рішень. Однак основною проблемою сектора страхових послуг у сфері інформаційного забезпечення є не брак інформації, а неправильний підхід до її збору, зберігання та надання. Таким чином, точний і вичерпний збір даних і системи управління даними є принципово важливими елементами усіх успішних програм агрострахування.

Література

1. Кнорринг В.І. Теория, практика и искусство управления / В.І. Кнорринг. — М. : НОРМА-ИНФРА, 1999. — 96 с.
2. Матвеев Л.А. Информационные системы: поддержка принятия решений : [учеб. пособ.] / Л.А.Матвеев. — СПб. : УЭФ, 2007. — 241 с.
3. Навроцький С. А. Страхування майна сільськогосподарських товаровиробників [Текст]: дис.. канд.. екон. наук: 08.00.08 / Навроцький Степан Аркадійович. — Київ, 2012. — 236 с.
4. Павленко О. Український страховий ринок: можливості фінансування росту / О. Павленко // Фінансовий ринок України. — 2007. — № 10. — С. 11-16.
5. Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою : закон України від 09.02.2012 р. № 4391-VI [Текст] // Офіційний вісник України, від 16.03. 2012, — Ст. 708.

6. Шірінян Л. Фінансова надійність і фінансова стійкість страховиків / Л. Шірінян // Актуальні проблеми економіки. — 2007. — № 9. — С. 173-178.

References

1. Knorring V.I. *Teorija, praktika i iskusstvo upravlenija*. M.: NORMA-INFRA, 1999.
2. Matveev L.A. *Informacionnye sistemy: podderzhka prinjatija reshenij*. SPB.: UJeF, 2007.
3. Navrots'kyj S. A. Strakhuvannia majna sil's'kohospodars'kykh tovarovyrobnykiv: dys.. kand.. ekon. nauk: 08.00.08. Navrots'kyj Stepan Arkadijovych. Kyiv, 2012.
4. Pavlenko O. Ukrain's'kyj strakhovuj rynok: mozhyvosti finansuvannia rostu. *Finansovyy rynok Ukrainy*. No. 10 (2007): 11-16.
5. Pro osoblyvosti strakhuvannia sil's'kohospodars'koi produktsii z derzhavnoiu pidtrymkoiu : zakon Ukrainy vid 09.02.2012 r. № 4391-VI. *Ofitsijnyj visnyk Ukrainy*, vol. 16.03 (2012): 708.
6. Shirinian L. Finansova nadijnist' i finansova stijkist' strakhovykiv. Aktual'ni problemy ekonomiky. No. 9 (2007): 173-178.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В ПРОЦЕССЕ СТРАХОВАНИЯ АГРАРНЫХ РИСКОВ

Н. В. Писаренко, аспирантка кафедры
учета, анализа и аудита Центральнаціонального
технічного університета

Аннотация. Статья посвящена раскрытию значения формирования системы информационного обеспечения сельскохозяйственных товаропроизводителей в процессе страхования аграрных рисков. Определена специфика процесса подготовки информации для использования сельскохозяйственными товаропроизводителями в целях аграрного страхования и основные требования к качеству информации, используемой в процессе страхования аграрных рисков. Представлен типичный алгоритм информационного обеспечения системы страхования рисков сельскохозяйственной деятельности. Раскрыта сущность и значение информационного обеспечения страхования аграрных рисков, охарактеризованы основные его составляющие. Предложены меры по улучшению информационного обеспечения сельскохозяйственных товаропроизводителей и формирование общенациональной единой централизованной базы данных информационных ресурсов для аграрного страхования.

Ключевые слова: страхование аграрных рисков, информация, информационное обеспечение, информационные ресурсы, единая централизованная база данных информационных ресурсов для аграрного страхования.

FORMATION OF THE SYSTEM OF INFORMATIONAL SUPPORT OF AGRICULTURAL PRODUCERS IN THE PROCESS OF INSURANCE OF AGRARIAN RISKS

Nadiia V. Pysarenko,

graduate student of department is an account, analysis and audit

Ukrainian Central National technical University

Abstract. In the modern terms of economic instability the developed not enough systems of dataware of agrarian insurance limit effectiveness of insurance process in agrarian business. For this reason for the decision of this problem theoretical aspects are reasonable in relation to the dataware of insurance of risks of agricultural activity. T

he article is sanctified to opening of value of forming of the system of dataware of agricultural commodity producers in the process of insurance of agrarian risks. Offer events are in relation to the improvement of dataware of agricultural commodity producers and forming of the national only centralized base of these informative resources for agrarian insurance.

Research of different aspects of dataware of agricultural commodity producers many home and foreign scientists-economists engaged in, among them: V. I. Knorring, L.A. Matveyev, S.A. Navrotsky, A.A. Osadets, O. Pavlenko, L.V. Shirinyan, and other.

The aim of the article is an exposure of features of forming of the system of dataware of agricultural commodity producers in the process of insurance of agrarian risks and determination of directions of optimization of dataware of agricultural commodity producers; a ground of expediency of creation of the only centralized base of these informative resources is for insurance of agrarian risks.

A research object are processes of insurance of agrarian risks.

The aim of research is totality of theoretical, methodical and applied aspects of forming of the system of dataware of agricultural commodity producers in the process of insurance of agrarian risks.

The system of scientific and special methods of scientific cognition is fixed in basis of research.

Development of agrarian insurance in Ukraine is impossible without the proper dataware and creation of the national only centralized base of these informative resources of agrarian insurance. Thus, the presence of information comes forward as a government an agricultural enterprise base, and thus responsible for his profitability and profitability. Successfully to manage an economy and manage to protect the risks agrarians must require creation of wide infobase.

Keywords: insurance of agrarian risks, information, dataware, informative resources, global centralized base of these informative resources for agrarian insurance.

Стаття надійшла до редакції 20.04.2018

УДК. 339.9

Тіпанов Владислав Вікторович*
Ткаленко Світлана Іванівна****СУЧАСНА СТРУКТУРА СВІТОВОГО РИНКУ БІОТЕХНОЛОГІЙ**

Анотація. У статті акцентується увага на біоекономіці, яка в умовах розвитку інформаційної економіки стала новим пріоритетним її напрямком. Авторами розглянуті найбільш типові підходи щодо типології біотехнологічних галузей, які використовуються, як національними технологічними платформами та підприємствами, так і науковцями, що досліджують біотехнологічні сегменти; проаналізовано та систематизовано різні підходи щодо класифікації світового ринку біотехнологій. Досліджено основні профільні напрямки розвитку біотехнологій та показано, які сектори економіки найбільше зацікавлені у розвитку біоекономіки. Виявлені та досліджені країни, на які припадає найбільша частка біотехнології НДДКР у приватному секторі та найбільша частка витрат на біотехнології НДДКР. Показані подальші перспективи розвитку біоекономіки на основі біотехнологій. Доведено, що найбільш потужним потенціалом майбутньої біоекономіки буде біомімікрія. Запропоновано кроки щодо розвитку біоекономіки в Україні.

Ключові слова: біоекономіка, світовий ринок біотехнологій, біотехнологічні сегменти, кольорова класифікація біотехнологій, біомімікрія.

Вступ. В першій чверті XXI століття світ та світова економіка опинилися перед новими глобальними загрозами та викликами, що вимагає адаптації до нових геополітичних реалій. Збільшення населення у світі, забруднення навколишнього середовища, військові конфлікти, світова продовольча проблема — це виклики щодо подальшого розвитку світової спільноти. Сьогоднішні реалії, в тому числі зростаюча роль глобалізації, характеризуються трансформаційними процесами в усіх сферах суспільного життя. Отже, в умовах подальшого становлення, формування та розвитку інформаційної економіки новим пріоритетним напрямком стає біоекономіка.

Дослідженням світового біотехнологічного сегменту як основи інноваційного розвитку займається багато відомих дослідників-економістів: зокрема, Глазьев С. розглядає біоекономіку як основу п'ятого технологічного укладу та інноваційної економіки; Іванова Н. розглядає біотехнології та біоекономіку як основу майбутньої економіки; Едгар Дж. Дасіла — вплив біотехнологій на науку, розвиток і людство; Фріман К., Лундваль Б., Нельсон Р. — досліджували інноваційні системи у сфері біотехнологій; Карлссон Б. и Станкевич Р. досліджують біоіндустрію та зазначають складність дослідження її динаміки; тощо.

Постановка задачі. Зважаючи на вищезазначене, метою даного дослідження є узагальнення різних підходів щодо класифікації світового ринку біотехнологій, дослідження основних напрямів, секторів розвитку біоекономіки та вияв-

**Тіпанов Владислав Вікторович* — канд. економ. наук, доцент кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», *tirpanov.vlad@ukr.net*

***Ткаленко Світлана Іванівна* — канд. економ. наук, доцент кафедри європейського бізнесу, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», *sv.tkalenko@gmail.com*

лення перспективних її сегментів. Оскільки біотехнології використовуються в різних галузях промисловості й зачіпають різноманітні сфери життя людини, вкрай актуальними постають питання, що пов'язані з їх класифікацією. Актуальним є дане дослідження й для України, як держави, яка мінімальними витратами повинна увійти у новий технологічний уклад економіки, та ідентифікувати себе як державу, яка формує і розвиває біоекономіку.

Результати. В інформаційній економіці біоекономіку слід розглядати як таку, що заснована на знаннях з використанням біоресурсів на основі біотехнологій, які призведуть до синергійного ефекту і подолання викликів людству. Біотехнології є важливим аспектам дослідження економічного розвитку. Термін «біотехнологія» походить від трьох грецьких слів: *bios* (βίος) — життя, *techne* (τεχνη) — технології та логотипи (λόγος) — мислення [11]. Існує широка різноманітність визначень та підходів до визначення біотехнології. Зазначимо, що сьогодні є кілька підходів щодо типології біотехнологічних галузей, які використовуються, як національними технологічними платформами та підприємствами, так і науковцями, що досліджують біотехнологічні сегменти.

Так, деякі науковці, у своїх дослідженнях поділяють біотехнології на п'ять галузей: біофармацевтику, агробіотехнології, промислові біотехнології, біоенергетику, хімічні речовини з поновлювальних джерел. Водночас, існує й інший підхід, де група фахівців, вчених виокремлює дев'ять таких галузей: біофармацевтику і біомедицину, промислові біотехнології і біоенергетику, сільськогосподарську (с/г), харчову, лісову, екологічну та морську біотехнології. Але, найбільш повною класифікацією біотехнологій є поділ її галузей за кольорами. В таблиці 1 наведено приклад розширеної типології, що була опублікована в одній з статей журналу «Electronic Journal of Biotechnology» французом Едгар Дж. Дасіла.

Таблиця 1

КОЛЬОРОВА КЛАСИФІКАЦІЯ ПРОФІЛЬНИХ НАПРЯМКІВ БІОТЕХНОЛОГІЙ

№	Кольори	Сфера застосування
1	червоний	охорона здоров'я, медицина, діагностика
2	жовтий	харчова біотехнологія
3	блакитний	аквакультура, морська біотехнологія
4	зелений	сільське господарство, біотехнологія навколишнього середовища — біодобрива
5	коричневий	біотехнологія аридних/зелених зон та пустель
6	чорний	біотероризм, біозброя, біопаливо, біопрепарати
7	фіолетовий	патенти, винаходи, публікації, права на інтелектуальну власність
8	білий	біоіндустрія, що заснована на генній інженерії, біопаливо
9	золотий	біоінформатика, нанобіотехнологія
10	сірий	технології класичної ферментації та біопроектів

Джерело: [8]

Разом з тим, в міжнародній практиці, для спрощення, прийнято поділяти біотехнології на три основні кольорові напрямки: «червоний» (медична біотехнологія; біофармацевтична промисловість, у т. ч. біомедицина та біотехнологічне приладобудування), на який припадає біля 60% всього світового виробництва; «білий» (промислові технології, у т.ч. біоенергетика) — 28%; та «зелений» (сільськогосподарський напрям) — на який припадає 12% світового виробництва [1]. За такий поділ на три кольори вперше виступив директор Національної Фундації США доктор Р. Колвелл на засіданні Комітету з питань біотехнологій США-ЄС у 2003 році; разом з тим, він зазначив, що з часом можуть додаватися інші кольори, що обумовлено розвитком екологічних, морських та інших біотехнологій.

У 2005 році на 12-му Європейському конгресі з біотехнологій було використано 4 біотехнологічних двигуна, тобто кольори: «білий» (промисловий); «червоний» (фармацевтичний), «зелений» (їжа та корм) та «синій» (навколишнє середовище).

Отже, «червона біотехнологія» безпосередньо пов'язана з забезпеченням здоров'я людини та потенційною корекцією її генома, з виробництвом біофармацевтичних препаратів і медичною діагностикою; «біла біотехнологія» з виробництвом біопалива, ферментів і біоматеріалів для різних галузей промисловості (харчової, хімічної і нафтопереробної тощо); «зелена біотехнологія» спрямована на розробку і створення генетично модифікованих (ГМ) рослин, стійких до біотичних і абіотичних стресів, визначає сучасні методи ведення сільського і лісового господарства.

Подальші дослідження, в розрізі трьох вищезазначених сегментів дають можливість виявити наступні тенденції розвитку світової біотехнологічної галузі. Отже, на сьогодні одним з найбільш перспективних сегментів ринку біотехнологій є охорона здоров'я, медицина або фармацевтика. При цьому, на особливу увагу заслуговує біофармацевтичний сектор, як особливий напрям фармацевтики (за прогнозними даними, частка біопрепаратів до 2017-2018 рр. складе 19-20% світового фармацевтичного ринку) [2] де лікарські засоби та субстанції розробляються з використанням біотехнологій. Ця галузь є відносно молодою, але і такою, що стрімко набирає обертів (швидкий приріст як кількості ухвалених для маркетингу біопрепаратів, так і щорічних обсягів продажу цих продуктів). Згідно результатів дослідження консалтингової компанії «Global Data» в 2019 р. обсяг світового ринку біологічних препаратів складатиме 262 млрд дол. США, а його середньорічний темп приросту у період 2014-2019 р. складе 8,3% [9]. Наприклад, польські компанії, що займаються червоною біотехнологією, складають 50% усіх біотехнологічних компаній та їх кількість все ще зростає.

Використання біотехнології в с/г орієнтоване на стабільний розвиток с/г виробництва, вирішення проблеми продовольчої безпеки, здобуття високоякісних і екологічно чистих продуктів харчування, переробку відходів с/г виробництва, відновлення родючості ґрунтів. У даному напрямі найбільш пріоритетним є виробництво біопрепаратів для рослинництва, кормових добавок для с/г тварин, ветеринарних біопрепаратів, а також створення нових сортів корисних рослин і тварин з використанням сучасних генетичних і біотехнологічних методів.

До основних видів біопрепаратів для с/г відносяться: біологічні засоби захисту рослин і стимулятори їх росту; ветеринарні препарати для тваринництва; пробіотики; кормові антибіотики; кормовий білок; амінокислоти; вітаміни; білково-вітамінні комплекси. При чому, обсяг світового ринку біопестицидів (як різновиду біопрепаратів у с/г), за оцінками, компанії BCC Research, в 2019 р. складатиме 6,9 млрд дол. США; більше 80% всього ринку припадатиме на Північну Америку і Європу. Очікується, що вже у 2017 р. в цих країнах третина доходів від продажів засобів захисту рослин припадатиме саме на реалізацію біопестицидів [7].

Ключовим напрямком розвитку с/г біотехнологій у сфері рослинництва є створення нових високопродуктивних сортів сільськогосподарських рослин, стійких до хвороб, несприятливих умов середовища тощо. За цих умов, досягнення, що засновані на використанні молекулярних маркерів і направленої генно-інженерної модифікації рослин набувають вагомого значення. Тільки за період з 1996 по 2013 рр. світові площі посівів культурами, отриманими із застосуванням біотехнології, у тому числі і генетично модифікованими зросли більш ніж в 100 разів, досягнувши 175,0 млн га (близько 12% від всієї частки оброблених ґрунтів) [5, с.9]. У 2013 р. ГМ культури вирощували 27 країн, у тому числі — 5 країн ЄС. За даними International Service for the Acquisition of Agri-biotech Applications (ISAAA), у 2012 р. частка ГМ сої становила 81% від обсягу усієї продукції, вирощеної в світі, частка ГМ кукурудзи — 35%, частка ГМ рапсу — 30% [6].

Аналізуючи світовий ринок промислових біотехнологій, необхідно зазначити, що значну частку на цьому ринку займають біополімери (біопластики) та біопрепарати промислового призначення (промислові ферменти, органічні кислоти, біодеструктори нафти і реагенти для виробництва целюлозно-паперової продукції), біопаливо — це біла біотехнологія або промислова біотехнологія.

Так, обсяг міжнародного ринку технологічних ферментів без врахування обсягів виробництва ферментів для біопалива у 2010 р. складав 2,8 млрд дол. США, а ринок біологічних методів обробки забруднених вуглеводнями територій близько 4,2 млрд дол. США відповідно [3]. В той же час, однією з новітніх тенденцій розвитку міжнародного ринку промислової біотехнології є тренд у сфері екологічності сировини, а саме розвиток сегменту біополімерів (найчастіше застосовуються у сфері виробництва пакувальних матеріалів і виробів медичного призначення). Багато в чому це пов'язано із законодавчими змінами у цілій низці країн (насамперед, ЄС), які спрямовані на обмеження використання пластикових пакетів. Якщо в 2010 р. обсяг даного ринку оцінювався в 3,2 млрд дол. США, то вже у 2015 р. він склав — 4,9 млрд дол. США і очікується, що в перспективі до 2018 р. ринок зростатиме на 30% щорічно [3].

Найбільшим споживачем біорозкладаних полімерів є Європа, частка якої складає близько 55% від світового обсягу, на Північну Америку припадає 29%, на Азію — 16%. За оцінками IHS Chemicals, попит на біо-поліолефіни продовжуватиме зростати високими темпами (приблизно на 15% в рік до 2017 р.), але, при цьому частка даного сегменту в загальній структурі пластиків не перевищить 1% до 2022 р. [4, с.11]. Відмітимо, що основними видами сировини, що

використовується при виробництві біополімерів є кукурудза, картопля, цукровий буряк, рослинні олії.

Головним імпульсом зростання міжнародного ринку біопалива є державна політика провідних країн світу щодо стимулювання використання джерел палива з поновлюваної сировини. Основними цілями, що переслідуються при цьому — зменшити залежність від традиційних джерел енергії і поліпшити екологічність транспорту. За прогнозом ОЕСР і ФАО до 2022 р. обсяг виробництва біоетанолу збільшиться до 168 млрд літрів, а біодизеля — до 41 млрд літрів [5, с.8]. До того ж, відповідно до прогнозних індикаторів використання поновлюваних джерел енергії (ПДЕ) в країнах ЄС до 2020 р. лідерами в цій сфері будуть Швеція (частка ПДЕ повинна досягти 49,0%), Латвія (40,%), Фінляндія (38,0%), Австрія (34,0%) і Португалія (31,0%) [6].

Також слід відмітити, що світовий ринок харчових інгредієнтів в 2015 р. досягнув відмітки у 28 млрд дол. США, з яких на сегмент ароматизатори припадало 28%, підсилювачі смаку і аромату — 14%, регулювальники кислотності — 12%, замінники цукру — 9%, крохмаль і желатин — 7%.

Найбільше увагу розвитку біотехнологій приділяють економічно розвинені країни, серед яких сьогодні варто відзначити США, Канада, Швеція, Німеччина, Франція, Корея, Іспанія та інші. Найбільша питома вага біотехнології НДДКР у секторі ділових підприємств припадає саме на ці країни (рис.1).

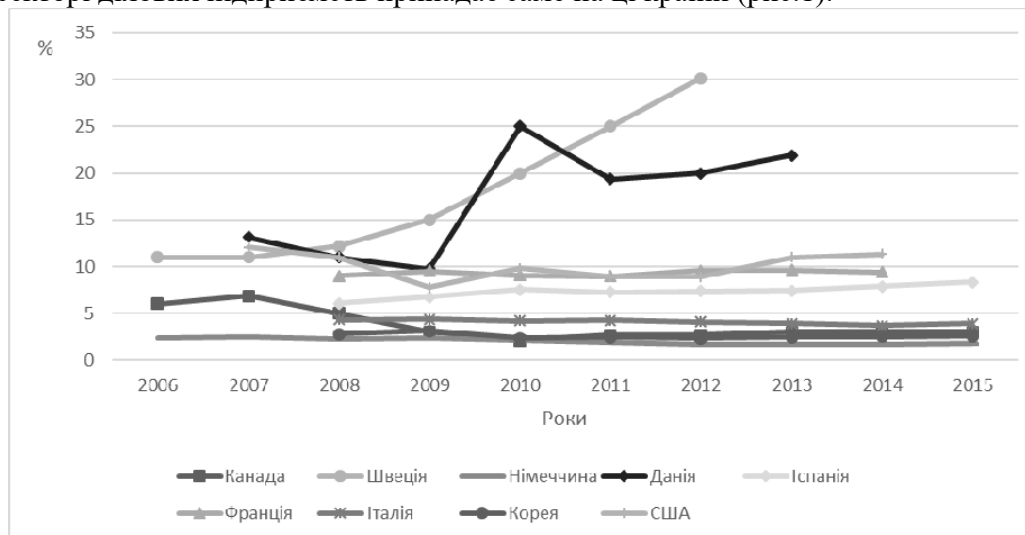


Рис. 1. Біотехнологія НДДКР у секторі ділових підприємств, у відсотках від загального обсягу досліджень та розробок підприємств для бізнесу (Biotech R&D / BERD)

Джерело: [10]

США — є найбільш крупним світовим постачальником і споживачем біотехнологій за всіма напрямками; Франція володіє значним потенціалом в області біореакторів і агробіотехнологій; у Німеччині сконцентрована найбільша кількість біотехнологічних компаній в Європі (другий за значимістю біофармацев-

тичний ринок в світі після США); Бельгія — крупний гравець на біофармацевтичному ринку, в країні найбільша концентрація біотехнологічних компаній на душу населення в світі (140 компаній, 10% НІОКР і 16% звороту в Європі); Данія — світовий лідер на ринку ензимів, і біотехнологічній продукції для лікування діабету, тут реєструється найбільша кількість галузевих патентів в світі і країна визнана другим за привабливістю (після США) ринком для розвитку біотехнології; Ізраїльський біотех — один з найагресивніше зростаючих, з найбільшою кількістю галузевих стартапів на душу населення в світі; Японський фармацевтичний ринок за своїм обсягом поступається лише американському, що сприяє розвитку біофармацевтики в країні. Японія — найбільший в світі імпортер (на душу населення) біоагротехнологічної продукції. Урядом Китаю біотехнологія була визначена як один з 7 напрямів розвитку країни на 12-у п'ятирічку; державою інвестується біля 40 млрд дол. щорічно в біотехнології, що дозволило залучити 10 млрд дол. венчурних інвестицій в галузь впродовж трьох останніх років. Австралія має 5-й за величиною біотехнологічний ринок в світі, розробки ведуться в основному в області агробіотехнологій, природоохоронної діяльності. Об'єм індійського ринку біотехнології складає всього 2% від світового, проте щорічні темпи зростання наближаються до 20%. Недавно Індія обігнала Канаду за об'ємами посівів ГМО-культур, також країна є найбільшим в світі виробником фармвиробів.

Найбільше витрат на біотехнології НДДКР також припадають саме на ці країни (табл. 2).

Таблиця 2

ВИТРАТИ НА НАУКОВО-ДОСЛІДНУ ТА ДОСЛІДНИЦЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ БІОТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ БІЗНЕСУ, 2006-2015, млн дол. США (ПКС)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Австрія*	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	203,4	#Н/Д	159,7	#Н/Д	177,7	#Н/Д
Бельгія	574,0	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	660,8	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д
Канада*	#Н/Д	944,5	#Н/Д	#Н/Д	272,2	363,7	357,5	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д
Чехія	68,0	74,8	56,0	53,9	55,2	79,8	85,8	133,0	174,4	181,4
Данія	#Н/Д	492,5	#Н/Д	463,7	#Н/Д	940,3	#Н/Д	1082,2	#Н/Д	#Н/Д
Естонія	#Н/Д	#Н/Д	12,7	17,1	27,3	29,5	33,4	33,3	30,6	#Н/Д
Фінляндія	#Н/Д	115,6	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	111,3	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	72,1
Франція	#Н/Д	#Н/Д	2625,5	2917,7	2928,9	3070,3	3 417,5	3628,4	3 649,7	#Н/Д
Німеччина*	1145,1	1251,1	1293,3	1296,1	1269,4	1242,5	1181,3	1162,7	1239,3	1345,6
Ірландія	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	301,6	#Н/Д	380,5	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д
Італія	#Н/Д	#Н/Д	560,2	578,8	563,7	593,0	611,2	614,7	627,6	649,4
Корея	#Н/Д	#Н/Д	928,2	1062,2	914,3	1088,5	1178,9	1331,3	1434,4	1476,9
Мексика*	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	35,4	#Н/Д	#Н/Д

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Норвегія	#Н/Д	126,6	#Н/Д	148,7	158,6	169,9	144,5	137,2	152,2	190,9
Польща	#Н/Д	#Н/Д	9,9	16,8	19,6	40,7	73,0	104,7	189,1	183,9
Португалія	#Н/Д	19,3	32,6	37,1	43,3	32,4	45,2	45,7	97,5	#Н/Д
РФ	28,5	31,5	91,9	164,0	92,5	142,8	158,6	121,7	161,9	223,0
Словакія	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	2,4	10,9	10,5	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д
Словенія	#Н/Д	#Н/Д	20,7	15,4	69,2	69,5	68,2	69,3	69,2	79,0
Іспанія	#Н/Д	#Н/Д	674,1	712,1	783,2	753,2	753,0	763,2	806,0	866,9
Швеція*	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	411,3	#Н/Д	499,4	#Н/Д	416,2	#Н/Д	492,7
Швейцарія	#Н/Д	#Н/Д	978,1	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	2857,3	#Н/Д	#Н/Д	3167,5
США*	#Н/Д	32418,0	#Н/Д	22030,0	27374,0	26138,0	26893,0	#Н/Д	38565,3	#Н/Д

* для Австрії і Німеччини — спеціальні фірми з наукових досліджень та розробок з біотехнологій; для Канади це включає медичну біотехнологію, екологічну біотехнологію, промислові біотехнології та сільськогосподарську біотехнологію; для Сполучених Штатів — фірми з 5 і більше працівниками; для Швеції — фірми з 10 і більше працівниками; для Мексики — фірми з 20 і більше працівниками.

Джерело: [10]

Отже, не викликає сумнівів той факт, що майбутнє світової економіки, а безпосередньо сфер охорони здоров'я, медицини, фармацевтики, сільськогосподарської, промислової біотехнології, нанобіотехнології, біоінформатики та інш. в значній мірі визначатиметься саме рівнем розвитку біотехнологій і створеними за їх допомогою новітніми товарами. За оцінками світовий ринок біотехнологій у 2025 році досягне рівня у 2 трлн. дол. США, а темпи росту за окремими сегментами ринку коливатимуться від 5-7 до 30% щорічно [3].

Потужним потенціалом майбутньої біоекономіки стає біомімікрія (Biomimicry), яка є відносно новою наукою, й вивчає найкращі природні ідеї, які імітує в проекти, процеси, товари з метою вирішення глобальних проблем людства. Як правило, проектування, виготовлення товарів, систем, технологій моделюється на біологічних об'єктах. Таким чином, біомімікрія дозволить сформувати засади стійкого соціально-економічного розвитку з врахуванням сучасних геополітичних тенденцій.

Висновки. Біотехнологія розглядається як напрям розвитку у світовій економіці і є продовженням еволюції економіки в XXI столітті. Розвиток біоекономіки та біотехнологій заснований на співробітництві різних наукових дисциплін. З одного боку, сьогодні це нова галузь, з іншого — це найдавніша галузь економічної діяльності. Біотехнологію розглядаємо як рушійну силу прогресу, яка сприятиме вирішенню (частково) глобальних проблем. Потужним потенціалом майбутньої біоекономіки є біомімікрія.

Найбільш детально розглянули три основні галузі біотехнологій — червона, біла і зелена. Червоні і білі біотехнології є менш суперечливими, оскільки вони забезпечують відчутні, позитивні результати з точки зору споживача або паціє-

нта; часто вони рятують здоров'я людини чи життя. Білі технології. Суперечливими є зелені біотехнології, що стосується особливо геномодифікованих продуктів.

Отже, високорозвинені країни з метою збереження конкурентних переваг, особливо у галузі відновлюваних технологій сприяють розвитку сталому розвитку економіки на основі біоекономіки. Україні, як країні, яка прагне достойно увійти у світове середовище, і не відставати від світових тенденцій, та з мінімальними витратами увійти у новий технологічний уклад економіки, слід ідентифікувати себе як державу, яка формує і розвиває біоекономіку. Для цього пропонуємо розробити стратегічні програми і проекти розвитку біоекономіки; використати досвід високо розвинутих країн у фінансуванні та проведення НДДКР біоекономіці; на усіх рівнях розробити дієві інструменти та механізми надання державної підтримки біотехнологічним виробництвам.

Література

1. Анализ современного состояния биотехнологической отрасли в мире [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.cleandex.ru/articles/2010/04/27/biotechnology_world_market_analize
2. Галковская Г. Мировой фармрынок: все возможно? // Аптека, 2014. — №928 (7). — Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/276844>
3. Комплексная программа развития биотехнологий в Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.expertcc.ru/news/Programma-razvitiya-biotehnologiy-v-Rossii---2020>
4. Нефтехимия в России: выбор вектора развития — М., 2015. — 20 с. — Режим доступа: www.eu.com
5. Обзор рынка биотехнологий в России и оценка перспектив его развития // Рынок инноваций и инвестиций — М.: Frost & Sullivan, 2014. — 70 с.
6. Технологическая платформа БиоТех 2030 [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://biotech2030.ru>
7. BCC Research [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.bccresearch.com/aboutus>
8. Edgar J. DaSilva, The Colours of Biotechnology: Science, Development and Humankind [Electronic resource] // Electronic Journal of Biotechnology — Access mode: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-34582004000300001
9. Global Data [Electronic resource] — Access mode: <https://www.globaldata.com>
10. OECD [Electronic resource] — Access mode: <http://www.oecd.org/sti/biotech/keybiotechnologyindicators.htm>
11. Paweł Kafarski Rainbow code of biotechnology / CHEMIK 2012, tom 66, №8, 811-816. — Access mode: yadda.icm.edu.pl/yadda/element/.../c/Kafarski_eng.pdf

References

1. Analyz sovremennogo sostoyany`ya by`otexnologiy`cheskoj otrasly` v myre. Retrieved from: http://www.cleandex.ru/articles/2010/04/27/biotechnology_

2. Galkovskaya G. Myrovoy farmrynok: vse vozmozhno? *Apteka*, 2014. no.№928 (7).
3. Kompleksnaya programma razvytyya by`otexnologij v Rossyjskoj Federacyu na peryod do 2020 goda. Retrieved from: <http://www.expertcc.ru/news/Programma-razvitiya-biotehnologiy-v-Rossii---2020>
4. Neftekhymy`ya v Rossyy: vybor vektora razvytya. Moscow: EY, 2015.
5. Obzor rynka by`otexnologij v Rossyy y ocenka perspektiv ego razvy`ty`ya. *Rynok innovacyj y`y`nvesty`cy`j*. Moscow: Frost & Sullivan, 2014.
6. Texnolog`cheskaya platforma ByoTex 2030. Retrieved from: <http://biotech2030.ru>
7. BCC Research. Retrieved from: <https://www.bccresearch.com/aboutus>
8. Edgar J. DaSilva, The Colours of Biotechnology: Science, Development and Humankind. *Electronic Journal of Biotechnology*. Retrieved from: <https://scielo.conicyt.cl>
9. Global Data. Retrieved from: <https://www.globaldata.com>
10. OECD. Retrieved from: <http://www.oecd.org/sti/biotech>
11. Paweł Kafarski Rainbow code of biotechnology. *CHEMIK* 2012, tom 66, №8. Retrieved from: yadda.icm.edu.pl/yadda/element/.../c/Kafarski_eng.pdf

СОВРЕМЕННАЯ СТРУКТУРА МИРОВОГО РЫНКА БИОТЕХНОЛОГИЙ

Типанов В. В., канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры международной торговли и
маркетинга, ГВУЗ «Киевский национальный
экономический университет имени Вадима
Гетьмана»

Ткаленко С. И., канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры европейского бизнеса, ГВУЗ
«Киевский национальный экономический уни-
верситет
имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. В статье акцентируется внимание на биоэкономике, которая в условиях развития информационной экономики стала новым приоритетным ее направлением. Авторами рассмотрены наиболее типичные подходы к типологии биотехнологических отраслей, которые используются, как национальными и международными технологическими платформами и предприятиями, так и учеными, которые исследуют биотехнологические сегменты; проанализированы и систематизированы различные подходы к классификации мирового рынка биотехнологий. Исследованы основные профильные направления развития биотехнологий и показано, какие сектора экономики наиболее заинтересованы в развитии биоэкономике. Выявлены и проанализированы страны, на которые приходится наибольшая доля биотехнологий НИОКР в частном секторе и наибольшая доля расходов на биотехнологии НИОКР. Показаны дальнейшие перспективы развития биоэкономике на основе биотехнологий. Доказано, что наиболее мощным потенциалом будущей биоэкономике является биомимикрия. Предложено шаги по развитию биоэкономике в Украине.

Ключевые слова: биоэкономике, мировой рынок биотехнологий, биотехнологические сегменты, цветная классификация биотехнологий, биомимикрия.

MODERN STRUCTURE OF THE WORLD MARKET OF BIOTECHNOLOGY

Vladyslav Tipanov, PhD in Economics,
Associate Professor Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman

Svitlana Tkalenko, PhD in Economics,
Associate Professor
Kyiv National Economic University named after
Vadym Hetman

Abstract. The article focuses on bioeconomics, which, in the context of the development of the information economy, has become a new priority in its direction. The increase in the world population, pollution of the environment, military conflicts, and the world food problem are challenges for the further development of the world community, which can be solved with the help of bioeconomics.

The future of the world economy, as well as such areas as health protection, medicine, pharmaceuticals, agriculture, industrial biotechnology, nano biotechnology, bio informatics and others will largely be determined by the level of development of biotechnologies and the newest products created with their help.

The authors consider the most typical approaches to the typology of biotechnological industries, which are used, both by national and international technology platforms and enterprises, and by scientists who study biotechnological segments; more attention is paid to the color classification of the profile areas of biotechnology. The article analyzes and systematizes various approaches to the classification of the world market of biotechnologies.

The authors investigated the main profile directions of biotechnology development and showed which sectors of the economy are most interested in the development of bioeconomics.

The article shows that the developed countries pay the greatest attention to the development of biotechnology. These countries account for the largest share of biotechnology — R&D in the business sector; Sweden and Canada have been the leader in the last few years. Countries are identified and analyzed, which account for the largest share of biotechnology R&D in the business sector and the largest share of expenditures on biotechnology R&D. The US remains the world's largest supplier and consumer of biotechnology in all areas

Further prospects for the development of bioeconomics based on biotechnology are shown. It is proved that biomimicry is the most powerful potential of the future bioeconomics. Proposed steps for the development of bioeconomics in Ukraine.

Keywords: bioeconomy, world biotechnology market, biotechnological segments, color classification of biotechnologies, biomimicry.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2018

ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 657.1

*Диба В'ячеслав Михайлович **

ГНОСЕОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

Анотація. У статті розглянуті множинні підходи в дослідженні нематеріальних активів та визначені різні трактування і уточнення понять апарату термінів нематеріального змісту. Звернуто увагу на характеристики термінів об'єктів нематеріального змісту. Узагальнено підходи до визначення економічної сутності нематеріальних активів зарубіжними та вітчизняними дослідниками. Розроблено авторський підхід до визначення економічної сутності нематеріальних активів як форми прояву інтелектуальної власності.

Ключові слова: нематеріальні активи, інтелектуальний капітал, інтелектуальна власність, знання, інформація.

Вступ. Особливістю функціонування сучасних суб'єктів господарювання є те, що будь-яке виробництво ними матеріальних благ обов'язково має супроводжуватись процесом створення нематеріальних благ або залученням об'єктів інтелектуальної власності.

Оскільки поняття «нематеріальні активи» досить різностороннє і досліджується багатьма економістами-теоретиками, дослідниками-бухгалтерами, маркетингологами, в літературі наявна значна кількість підходів до визначення цього досить місткого та широкого поняття. Так, проблемні питання щодо природи та особливостей управління нематеріальними активами відображені у дослідженнях багатьох вітчизняних та зарубіжних фахівців, зокрема Д. Нортон, Р. Каплана [2], О. М. Гребешкової [5], В. І. Осипова [7], О. Б. Бутнік-Сіверського [15] та інших.

Існують точки зору згідно із якими нематеріальні активи розглядають у складі ресурсів підприємства як складову частину необоротних фондів, інші трактують їх як об'єкти інтелектуальної власності, окремі науковці досліджують сферу нематеріального виробництва. Окрім того, в окремих джерелах поряд з терміном «нематеріальні активи» використовують поняття «нематеріальні ресурси», «активи знань», «нематеріальні фактори», «інтелектуальний капітал».

Постановка задачі. З огляду на попередньо наведені результати досліджень зарубіжних фахівців та наших співвітчизників, справедливо вважати, що нематеріальні активи є достатньо багатогранними, що вимагає уточнення понятійного апарату, проведення критичного аналізу диверсифікованих понять. В зв'язку із актуалізацією наведених вище питань, у контексті нашого дослідження ставимо за мету розглянути множинні підходи в дослідженні нематеріальних активів та визначити різні трактування і уточнення понять апарату термінів нематеріального змісту.

* Диба В'ячеслав Михайлович — докт. екон. наук, доцент, професор кафедри обліку і оподаткування, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» *dyba_m@ukr.net*

Результати. Перші економічні дослідження, у яких аналізуються об'єкти, що нині вважаються нематеріальними активами, відносяться до кінця XIX століття — 30-х років XX століття. Становлення та розвиток поняття «нематеріальні активи» у класичній економічній теорії пов'язано зі спробами усвідомлення вченими їх специфіки як одного із факторів економічного зростання.

У дослідженнях вчених використовувалися такі поняття, як «людський капітал», «інформація», «знання», «інтелектуальна власність», «невідчутні ресурси», «нематеріальні активи», «інтелектуальні активи», «інтелектуальний капітал» (табл. 1).

Таблиця 1

ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕРМІНІВ ОБ'ЄКТІВ НЕМАТЕРІАЛЬНОГО ЗМІСТУ

Термін, що використовувався	Характеристика терміну
Людський капітал	Сукупність знань, вмінь, навичок та мотивацій, які має кожна людина
Інформація	Відомості про навколишній світ, які зменшують наявну міру невизначеності
Знання	Сукупність інформації, якою володіє людина та суспільство
Інтелектуальна власність	Сукупність прав на результати творчої діяльності
Невідчутні ресурси	Сукупність різноманітних форм знань, що впроваджуються у комерційну діяльність
Нематеріальні активи	Активи, що не мають матеріального втілення, виникають на базі прав, привілеїв, взаємовідносин, груп нематеріальних елементів
Інтелектуальні активи	Сукупність інформаційно-інтелектуальних ресурсів та продуктів
Інтелектуальний капітал	Сукупна різниця між ринковою вартістю компанії та вартістю матеріальних активів

Як бачимо з табл.1, існує багато підходів до визначення понять нематеріальності (*intangibles*), нематеріальних активів (*intangible assets*) та інтелектуального капіталу (*intellectual capital*). Розглянемо основні підходи до визначення сутності нематеріальних активів у фаховій літературі.

До перших повномасштабних досліджень природи нематеріальних активів слід віднести працю Баруха Лева, виконану на замовлення Брукінгського інституту (*Brookings Institution*), у якій він наводить таке визначення: «нематеріальні активи є нематеріальними джерелами вартості, які породжуються інноваціями, унікальними організаційними проектами або практикою управління людськими ресурсами» [1, с. 9].

Створення нової теорії організації, з включенням до неї нематеріальних активів, стало головною метою прихильників управління знаннями. Вона виникла завдяки Р. Каплану і Д. Нортону — піонерам «балансового обліку». Вони наполягали на всебічному розгляді діяльності організацій, не тільки з урахуванням фінансових результатів, але також і «дій», які призвели до цих результатів: взаємовідносин з

клієнтами, інновацій, вивчення перспектив бізнесу. Тому, Д. Нортон та Р. Каплан пропонують розглядати нематеріальні активи як основне джерело створення вартості підприємства та поділяють їх на три складові: 1) людський капітал (вміння, талант, знання); 2) інформаційний капітал (бази даних, інформаційні системи, мережі та технології); 3) організаційний капітал (культура, лідерство, відповідний персонал, робота в команді, управління знаннями) [2, с.133].

Узагальнення підходів до визначення нематеріальних активів провідними зарубіжними вченими представлено на рис. 1.

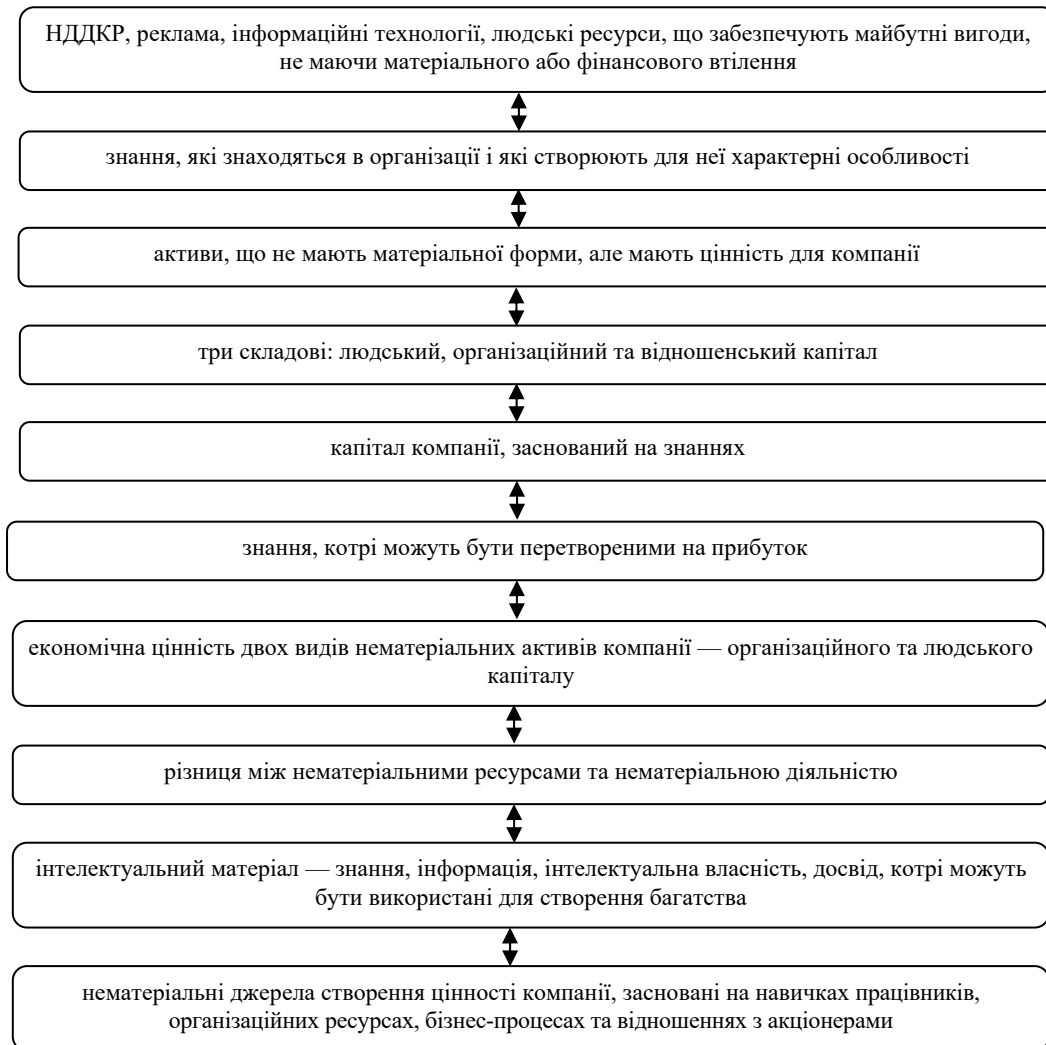


Рис. 1. Підходи до визначення економічної сутності нематеріальних активів (НА) в працях зарубіжних вчених *

Джерело: узагальнено автором

У спробі систематизувати вживану термінологію щодо розуміння сутності нематеріальних активів, О. М. Удовиченко пропонує свій варіант термінологічного апарату, що описує можливі варіанти об'єктів, що відносяться до категорії нематеріальних — «нематеріальні об'єкти» [3, с.8]. При загальному визначенні всього нематеріального як «нематеріальні об'єкти — НМО» (аналог *intangibles*) їх склад узагальнено трьома основними групами.

1. Нематеріальні активи (НМА). Об'єкт ідентифікується як нематеріальний актив, якщо він не має матеріальної структури, належить організації, може бути відокремлений від організації для подальшого продажу або іншого розпорядження і є джерелом майбутніх економічних вигод.

2. Нематеріальні ресурси (НМР). Об'єкти не мають матеріальної структури, контролювані компанією, є результатом здійснених організацією раніше операцій або понесених витрат і здатні приносити організації економічні вигоди в майбутньому.

3. Нематеріальні фактори (НМФ). Неформалізовані і неконтрольовані здібності компанії по створенню нових цінностей, що забезпечують їй конкурентну перевагу.

Слід зазначити, що у 2000 р. Європейський союз розпочав роботи по програмі вивчення «Тенденцій в політиці по відношенню до нематеріальних активів» у сімох країнах-учасниках зі створенням Європейської експертної групи (HLEG), якою нематеріальні активи визначено як «нематеріальні фактори, які покращують показники компанії в плані виробництва товарів або наданні послуг і які в майбутньому повинні принести економічну вигоду організаціям або окремим особам, контролюючи їх впровадження». Далі група прийшла до такого висновку: «Навіть якщо ми зможемо візуалізувати нематеріальні активи, їх особливості не дозволяють їх відслідковувати. Ми не зможемо побачити, торкатися і зважити їх, тому ми не зможемо їх вимірювати, і щоб визначити їх роль, ми повинні покластися на непрямі показники» [4].

Вивчення та дослідження наявних вітчизняних публікацій засвідчує, що проблематика формування інноваційного потенціалу через розвиток його нематеріальної складової ще недостатньо вивчена і потребує подальших досліджень та вирішення багатьох проблем, зокрема розвитку та оцінювання нематеріальних активів.

Вчені О. М. Гребешкова та О. В. Мельник зауважують, що практика господарювання вітчизняних підприємств свідчить, що частка нематеріальних активів у структурі майна підприємств є незначною, тим самим керівництво підприємств не розглядає їх як потужне потенційне джерело конкурентних переваг [5, с.132].

Професор І. М. Бойчик стверджує, що нематеріальні активи — це права власності та захист доступу до нематеріальних ресурсів підприємства та їх використання у господарській діяльності з метою одержання доходу [6, с.205].

Професор В. І. Осипов зазначає, що нематеріальні активи не мають матеріальної форми, можуть бути ідентифіковані (відокремлені від підприємства) та утримуються підприємством з метою використання протягом періоду більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він не перевищує один рік)

для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях або надання в оренду іншим особам, і виступають у вигляді придбаних підприємством прав на об'єкти інтелектуальної власності [7, с.328].

На думку Л. З. Шнейдемана, під нематеріальними активами розуміється умовна вартість об'єктів промислової та іншої інтелектуальної власності, а також інших аналогічних відчужуваних майнових прав [8, с.24]. Водночас В. Б. Івашкевич розглядає нематеріальні активи як витрати підприємств на нематеріальні об'єкти, що використовуються протягом довгострокового періоду у господарській діяльності і приносять прибуток [9, с.91].

Якщо йдеться про нематеріальні активи, рідкісні за своєю природою, як зазначається в підручнику з економіки підприємства, вони утворюються не в результаті вкладення коштів, а завдяки привласненню рідкості, наприклад, права на користування природними ресурсами [10, с. 138].

Варто підкреслити, що виокремлені особливості характеризують нематеріальні активи лише як узагальнене поняття результатів творчої діяльності і засобів індивідуалізації юридичної особи, що не володіють фізичною основою і реалізуються у формі прав, які приносять їх власнику дохід, розмір якого залежить від обсягу цих прав. При цьому роль нематеріальних активів в процесі функціонування організації можна представити у вигляді такого логічного ланцюжка: «використання нематеріальних активів — покращення якості продукції — посилення конкурентних переваг — зростання прибутку». З цієї позиції за правилами формальної логіки, визначити поняття нематеріальних активів можливо так: це ресурси нематеріального походження, що забезпечують економічному суб'єкту здатність вдосконалювати якість своєї продукції (послуг), систем їх відтворення та збуту, чим посилюються конкурентні переваги суб'єкта на ринку.

Згідно Міжнародного стандарту оцінки № 4 «Оцінка нематеріальних активів», під терміном нематеріальні активи (в стандарті відмічено невідчутні) (п. 3.15) розуміють активи, що проявляють себе своїми економічними властивостями, але не володіють фізичною субстанцією, дають права і привілеї їх власнику і приносять йому доходи [11].

Першим нормативним документом, у якому нематеріальні активи визначено об'єктами обліку був бюлетень «Амортизація нематеріальних активів» Комітету з методів бухгалтерського обліку Американського інституту бухгалтерів, виданого у 1944 році. Пізніше поняття нематеріальні активи стали фігурувати й у міжнародних стандартах фінансової звітності: спочатку у МСФО 9 «Витрати на дослідження й розробки», а далі і в МСФО 38 «Нематеріальні активи».

В американських стандартах фінансового обліку (GAAP) зазначено, що до нематеріальних активів слід віднести активи, які не мають матеріальної форми, виникли у результаті минулих подій, зумовили вимірюваний ефект та можуть принести вигоду у майбутньому [12].

Загалом багато авторів при розумінні сутності нематеріальних активів виходять з властивих нематеріальним активам рис, зокрема, це немонетарний актив, який не має матеріальної форми, може бути ідентифікований та приносить дохід. Інші автори вважають, що група нематеріальних об'єктів виступає як промислова та інтелектуальна власність та інші аналогічні майнові права. Практич-

но всі автори підкреслюють тривалий термін використання даного активу, а саме більше одного року або операційного циклу. Втім у сучасних умовах господарювання використовується значна кількість невідчутних немонетарних активів, які можна віднести до нематеріальних, хоча строк їх корисного використання — менше одного року.

До розмаїття визначень нематеріальних активів додається ще й суперечливість законодавчо закріпленого категоріально-понятійного апарату. Сутність нематеріальних активів визначено у П(С)БО 8, МСФЗ 38, Податковому кодексі. Згідно з МСФЗ №38 ознаками нематеріального активу є: немонетарність, неречевлений характер, можливість ідентифікації. Відзначимо, що вимога ідентифікації не передбачає, що нематеріальний актив обов'язково повинен передаватися окремо й незалежно від всіх інших активів.

Згідно з П(С)БО 8 “Нематеріальні активи”, який затверджено наказом Міністерства фінансів України від 18.10.99 р. № 242 зі змінами та доповненнями, до нематеріальних активів належать немонетарні активи, які не мають матеріальної форми та можуть бути ідентифіковані [13].

Відповідно до пп. 14.1.120 Податкового кодексу України від 02.12.2010 №2755-VI, нематеріальні активи — це право власності на результати інтелектуальної діяльності, у тому числі промислової власності, а також інші аналогічні права, визнані об'єктом права власності (інтелектуальної власності), право користування майном та майновими правами платника податку в установленому законодавством порядку, у тому числі набуті в установленому законодавством порядку права користування природними ресурсами, майном та майновими правами [14]. Отже, головна ознака для визначення нематеріальних активів — отримання підприємством виключних майнових прав на об'єкт інтелектуальної власності, тобто можливості їх відчуження.

Як зазначають О. Б. Бутнік-Сіверський та О. Д. Святоцький з позицій бухгалтерського обліку право власності підприємства на будь-який конкретний об'єкт нематеріальних активів має бути підтверджене відповідним документом (патентом, ліцензією, свідоцтвом, сертифікатом тощо) і, якщо це можливо, проведена оцінка його вартості щодо можливості отримання доходу [15, с. 28].

Отже, нематеріальні активи як форма вияву інтелектуальної власності можуть також представляти собою довгострокові права або переваги, придбані і відображені власником у балансі підприємства за вартістю їх придбання або створення та доведення до комерціалізації.

Авторське бачення економічної сутності нематеріальних активів таке: нематеріальні активи — це інтелектуальні ресурси, ідентифікація котрих відбувається внаслідок оформлення майнових або немайнових прав інтелектуальної власності, які контролюються підприємством як результати минулої інтелектуальної діяльності, від використання яких очікується збільшення майбутніх економічних вигід та зростання інноваційного потенціалу підприємства (рис.2).

При дослідженні нематеріальних активів важливо розуміти їх специфіку, котра полягає у комплексній залежності кожної нематеріальної складової одна від іншої та у сукупному їх впливі на комерційні результати у бізнесі. Тому слід

виділити сім функцій, які виконують нематеріальні активи по відношенню до підприємства:

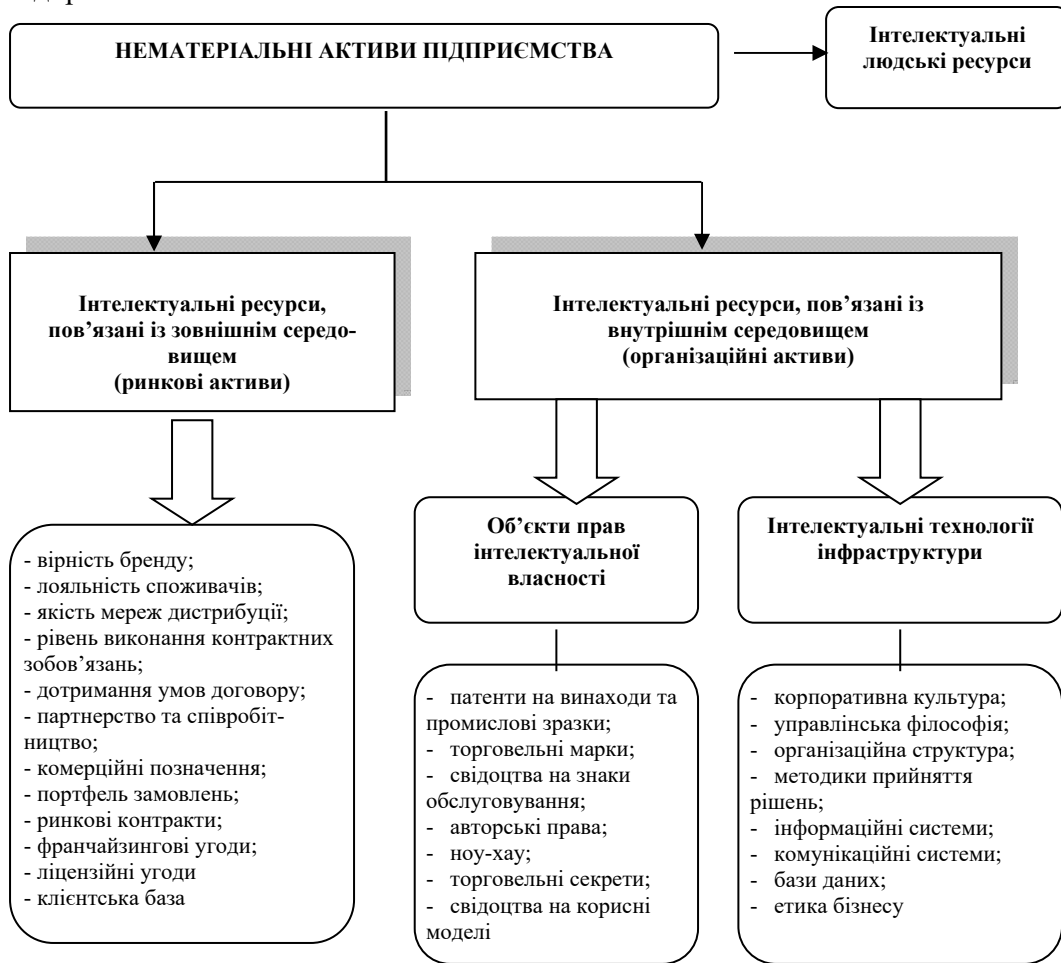


Рис.2. Економічна сутність нематеріальних активів як форми прояву інтелектуальної власності*

Джерело: розроблено автором

1. Насичення продукту особливими споживчими властивостями — технічна функція. Передусім це стосується винаходів та промислових зразків. Ця функція проявляється у такій групі понять як виріб, споживчі властивості, товар, бренд. По суті, це функція технічної ідеї товару.

2. Забезпечення технологічної переваги над конкурентами — технологічна функція. Ця функція проявляється у вигляді конкретних технологічних рішень щодо послідовності дій та використання ресурсів, які забезпечують ритмічне відтворення унікальних споживчих властивостей у товарній продукції і є важко відтворюваними конкурентами.

3. Забезпечення високого та стабільного правового захисту бізнесу, включаючи засоби індивідуалізації юридичної особи — правова функція. Ключовими поняттями цієї функції є: виключне право, невиключне право, втрати від несанкціонованих дій порушника прав, штраф за завдання шкоди.

4. Економічне управління інтелектуальним капіталом з метою стійкого отримання надприбутків та нарощування його вартості та інноваційного потенціалу — економічна функція. Ключовим у цій функції є розуміння того, що з того моменту як вкладення у нематеріальні активи відбулися, вони стають джерелом отримання майбутніх економічних вигід.

5. Ідентифікація бізнесу у свідомості споживача на основі бренд-стратегії — соціологічна функція. Ця функція реалізується за рахунок просування на ринку товарного знаку.

6. Формування корпоративної культури індивідуальної та масової творчості у конкретному бізнес-середовищі — психологічна функція.

7. Інтеграція вищенаведених функцій — організаційна функція.

Висновки. Незважаючи на те, що всі об'єкти нематеріальних активів, за своєю природою, є індивідуальними, у процесі виконання ними функцій проявляються певні загальні властивості окремих видів нематеріальних активів. Тому існує можливість об'єднати їх в однорідні групи за певними ознаками. Проте, досить нерідко через використання авторами різної термінології визначення й опис об'єктів нематеріальних активів змішуються.

В сучасній економічній літературі переважає тенденція характерна темі нематеріальних активів як складової економіки знань. В такому суспільстві на перше місце виходить інтелектуальний капітал та особливість нематеріальних активів як економічної категорії в створенні цінності. Основна мета управління інтелектуальним капіталом лежить в отриманні матеріальних переваг завдяки ефективному використанню нематеріальних активів.

Література

1. Lev B. Intangibles: management, measurement, and reporting / B. Lev. — Washington, D.C.: Brookings Institution Press, 2001. — 216 p.
2. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон. — М.: Олимп-Бизнес, 2003. — 214 с.
3. Удовиченко О.М. Понятие, классификация, измерение и оценка нематериальных активов (объектов) компании: подходы к проблеме / О.М.Удовиченко // Научные доклады. — СПб.: НИИ менеджмента СПбГУ, 2007. — № 13(R). — 29 с.
4. Global Reporting Initiative, Due Process for the GRI Reporting Framework (Global Reporting Initiative, Amsterdam, 2007) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.globalreporting.org/resourcelibrary
5. Гребешкова О.М. Базові положення стратегічного управління нематеріальними активами підприємства / О.М. Гребешкова, О.В. Мельник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2008. — № 6. — Т. 2 (122). — С. 132–135.
6. Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / І.М.Бойчик. — К.: Атіка, 2004. — 480 с.

7. Осипов В.І. Економіка підприємства: Підручник для вищих навчальних закладів / І.В.Осипов / Одеський державний економічний університет. — О.: Маяк, 2005. — 724 с.
8. Шнейдеман Л.З. Учет новых видов имущества и операций / Л.З.Шнейдеман. — М.: Бух. учет, 1993. — 128 с.
9. Ивашкевич В.Б. Практический аудит: учеб. пособие / В.Б. Ивашкевич. — М.: Магистр, 2010. — 286 с.
10. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. — Вид. 2-ге, перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 2000. — 528 с.
11. Міжнародне правило оцінки №4 «Оцінка нематеріальних активів» (переглянуто у 2007 р.) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://uto.com.ua/MPO4.pdf>
12. Карлин Т. П. Анализ финансовых отчетов (на основе ГААР): учебник [Текст] / Т.П. Карлин, А.Р. Макмин; пер.с англ. — [4 изд-е]. — М.: Инфра-М, 1998. — 448 с.
13. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс] / Міністерство фінансів України; наказ від 18.10.1999 р. №242 (зі змінами). — Режим доступу: <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO8.aspx>
14. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] / Верховна Рада України; Закон від 02.12.2010 №2755-VI (із змінами). — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page2>
15. Інтелектуальна власність в Україні: правові засади та практика: наук.-практ. вид.: [У 4 т.]. Т. 4: Оцінка інтелектуальної власності; Бухгалтерський облік та оподаткування / О. Б. Бутнік-Сіверський [та ін.]; ред. О.Б. Бутнік-Сіверський, О.Д. Святоцький. — К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 1999. — 350 с.

References

1. Lev, B. *Intangibles: management, measurement, and reporting*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press, 2001.
2. Kaplan, R., Norton, D. *Sbalansirovannaya sistema pokazateley. Ot strategii k deystviyu*. М.: Olimp-Biznes, 2003.
3. Udovichenko, O.M. "Ponyatie, klassifikatsiya, izmerenie i otsenka nematerialnykh aktivov (ob'ektov) kompanii: podhody k probleme" *Nauchnyie dokladyi*, no. 13 (2007): 29.
4. Global Reporting Initiative, *Due Process for the GRI Reporting Framework* (Global Reporting Initiative, Amsterdam, 2007) Retrieved from: www.globalreporting.org/resourcelibrary
5. Hrebeshkova, O.M., Melnyk, O.V. "Bazovi polozhennia stratchichnoho upravlinnia nematerialnykh aktivamy pidpriemstva" *Visnik Hmel'nic'kogo nacional'nogo universitetu. Ekonomichni nauki*, no. 6(2008): 132 — 135.
6. Boichyk, I.M. *Ekonomika pidpriemstva*. К.: Atika, 2004.
7. Osypov, V.I. *Ekonomika pidpriemstva*. Odeskyi derzhavnyi ekonomichnyi universytet: Maiak, 2005.
8. Shneydeman, L.Z. *Uchet novih vidov imuschestva i operatsiy*. М.: Бух. учет, 1993.
9. Ivashkevich, V.B. *Prakticheskiy audit*. М.: Magistr, 2010.
10. Pokropyvnyj, S. F. *Ekonomika pidpriemstva*. К.: KNEU, 2000.
11. Mizhnarodne pravyloto otsinky №4. Otsinka nematerialnykh aktiviv (perehliano u 2007 r.) Retrieved from: <http://uto.com.ua/MPO4.pdf>

12. Karlin, T.P. *Analiz finansoviyih otchetov (na osnove GAAP)*. М. : Infra-M, 1998.
13. Polozhennia (standart) bukhgalterskoho obliku 8 Nematerialni aktyvy. Ministerstvo finansiv Ukrainy; nakaz vid 18.10.1999 r. №242 (zi zminamy). Retrieved from: <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO8.aspx>
14. Podatkovyi kodeks Ukrainy. Verkhovna Rada Ukrainy; Zakon vid 02.12.2010 №2755-VI (iz zminamy). Retrieved from: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page2>
15. Butnik-Siverskyi, O. B. *Intelektualna vlasnist v Ukraini: pravovi zasady ta praktyka: nauk.-prakt. vyd.*: U 4 t. Т. 4: Otsinka intelektualnoi vlasnosti; Bukhgalterskyi oblik ta opodatkuvannia. К.: Vydavnychy Dim «In Yure», 1999.

ГНОСЕОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

Дыба В. М., доктор экон. наук, доцент, профессор кафедры учета и налогообложения ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. В статье рассмотрены множественные подходы в исследовании нематериальных активов и определены различные трактовки и уточнения понятий аппарата сроков нематериального содержания. Обращено внимание на характеристики терминов объектов нематериального содержания. Обобщены подходы к определению экономической сущности нематериальных активов зарубежными и отечественными исследователями. Разработан авторский подход к определению экономической сущности нематериальных активов как формы проявления интеллектуальной собственности.

Ключевые слова: нематериальные активы, интеллектуальный капитал, интеллектуальная собственность, знания, информация.

GONOSEOLOGICAL ASPECTS OF INTANGIBLE ASSETS

Viacheslav M. Dyba, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
SHEI "Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman"

Abstract. The different approaches within the intangible assets researches are considered in the article and various interpretations and clarifications within the concepts of immaterial content terminology are defined. The attention is paid to the characteristics of particular objects within immaterial content terminology. The approaches to determining the intangible assets economic substance of foreign and national researchers are generalized. The separate approach to the definition of the economic substance of intangible assets as a form of intellectual property is developed. It is defined that the most appropriate point of view, considering economy development peculiarities

nowadays, considers the understanding the intangible assets as a component of the knowledge economy. The primary feature of intangible assets as an economic category is value creation. The main objective of the management of intellectual capital is to achieve material benefits through the effective use of intangible assets.

Keywords: intangible assets, intellectual capital, intellectual property, knowledge, information.

Стаття надійшла до редакції 22.03.2018

УДК 658.155

Кизенко Олена Олександрівна *
Прокопенко Віталія Анатоліївна **

ЕФЕКТИВНІСТЬ БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК УПРАВЛІНСЬКОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Анотація. У статті розглядаються методичні аспекти застосування бюджетування на торгівельних підприємствах з метою визначення його ефективності як управлінської технології. Виявлено, які з актуальних управлінських задач для даного типу підприємств можна вирішити із застосуванням бюджетування. Актуалізована типова структура балансу сучасних торгівельних компаній з метою визначення групи фінансово-економічних показників для діагностики ефективності системи бюджетування та її синхронізації з системою управління компанією. Розроблено пропозиції щодо конфігурації системи бюджетування торгівельних підприємств.

Ключові слова: бюджетування, система управління, управлінські технології, ефективність, торгівельна діяльність, підприємства торгівлі.

Вступ. Переважна більшість вітчизняних торгівельних компаній має досвід застосування у своїй практиці методики прирісного бюджетування (Incremental budgeting), однак, все частіше ця методика піддається критиці: цільові показники систематично не виконуються через складність прогнозування реальних умов функціонування бізнесу, демотивуючи співробітників у досягненні поставлених цілей. Дійсно, якщо бюджетування розглядати лише як локальний інструмент управління фінансами підприємств, його можливості для управління планово-контрольними процесами суттєво обмежені. Обмеження також зростають, через те, що переважна більшість вітчизняних компаній (не лише торгівельних) впроваджувала бюджетування на основі жорстко ієрархічної фінансової структури, навмисно посилюючи вертикальну ієрархію управління та

* **Кизенко Олена Олександрівна** — канд. екон. наук, доцент, докторант кафедри стратегії підприємств, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» olena.kyzenko@kneu.ua

** **Прокопенко Віталія Анатоліївна** — магістр економіки, консультант з програми SAP B1, ТОВ «Петрософт» vitalia.prokopenko@gmail.com

контролю, зміцнюючи роками перевірену управлінську культуру концентрації влади. Проте, чим більше вітчизняні організації піддаються об'єктивному впливу цифрової економіки, тим актуальнішою для них стає задача трансформації управлінської структури і культури. Це загальносвітовий тренд, адже результати дослідження консалтингової компанії Deloitte у 2017 році засвідчили, що перед сучасними підприємствами постає проблема їх реорганізації через об'єктивну необхідність швидше рухатися, швидше адаптуватися, фасилітувати швидке навчання і охоплювати динамічні кар'єрні потреби своїх співробітників. [1]. Водночас, опитування консалтингової компанії Hackett Group керівників середніх і великих підприємств щодо їх стратегічних пріоритетів і ініціатив на 2018 рік виявило, що на сьогодні для 23% компаній пріоритетним є трансформація процесів прогнозування, бюджетування і планування [2, р.6]. Результати цих досліджень підсилюють наукову гіпотезу про те, що бюджетування на сьогодні із локального методу управління фінансами все більше трансформується в специфічну для компанії управлінську технологію і стає інформаційним центром системи управління, поширюючи контролінгові функції на всю операційну систему. Тому ефективність бюджетування необхідно розглядати через призму ключових елементів управлінської технології і їх взаємодію, приділяючи увагу системним взаємозв'язкам між окремими складовими, враховуючи специфіку бізнесу.

Постановка задачі. Питання розвитку методології бюджетування широко представлено в роботах як вітчизняних, так і зарубіжних науковців з контролінгу, управлінського обліку, фінансового менеджменту. Зокрема, це дослідження ґрунтується на результатах наукових розвідок Р.А. Бабашова, С. Брега (S.Bragg), Ш. Датара, Я. О. Соханьової, А. Ткаченко, Дж. Фостера, Ч.Т. Хоргрена, [3, с. 123; 4-6] про виокремлення і порівняльний аналіз практики застосування різних методів бюджетування, таких як інкрементальне бюджетування (Incremental Budgeting — англ.), покращене бюджетування (Better Budgeting — англ.), «за межами бюджетування» (Beyond Budgeting — англ.), «прогресивне бюджетування» (Advanced Budgeting — англ.).

Управлінська технологія, як поняття, розглядається переважно у сфері менеджменту багатьма науковцями. У цьому дослідженні, зокрема, використовуються наукові результати Лесика В. О. та Григоренко В. М. щодо визначення сутності технології управління, отримані в результаті морфологічного аналізу широкої добірки визначень цього поняття зарубіжними і вітчизняними вченими [7]. Також необхідно наголосити, що питання ефективності управлінських процесів є комплексним і на сьогодні немає єдиного підходу до її оцінки. Ефективність управлінських процесів, переважно, розглядається в контексті загальної ефективності компанії за сукупністю фінансово-економічних показників в наукових роботах з економіки підприємства та фінансового менеджменту або за комплексом ключових показників ефективності (KPI — Key Performance Indicators, англ.) в працях зі стратегічного управління.

Відповідно, незважаючи на наявність численних наукових здобутків, проблеми ефективності бюджетування як управлінської технології досліджені сепаратно в межах окремих напрямків наукових досліджень і потребують подальшого вирішення з урахуванням особливостей окремих сфер діяльності

підприємств. В цій роботі маємо на меті дослідити методичні аспекти застосування бюджетування на торгівельних підприємствах задля визначення його ефективності як управлінської технології, виявити, які з актуальних управлінських задач для даного типу підприємств можна вирішити із застосуванням бюджетування та запропонувати конфігурацію системи бюджетування торгівельних підприємств, синхронізовану з системою управління.

Результати. Розповсюдженням на сьогодні в українських компаніях є небажання керівників вкладати кошти в трансформацію існуючої системи бюджетування. Оскільки його прямий вплив на фінансові результати діяльності компанії виміряти складно, подекуди, утверджується думка, що процес бюджетування не приносить жодної користі. Водночас, в якості контраргументу, можна використати міркування про те, що для організації ефективної діяльності підприємства, зниження ризиків банкрутства і досягнення стратегічних та оперативних цілей все більшого значення набуває якість економічного управління підприємством, високий рівень якого майже неможливо забезпечити без системи бюджетування.

З метою виявлення першочергових завдань економічного управління вітчизняних торгівельних підприємств було узагальнено дані їх фінансової звітності. Для отримання узагальнених даних була використана статистична інформація Державної служби статистики України щодо показників балансу підприємств за видами економічної діяльності за 2016–2017 р.р. [8]. Всі балансові показники було згруповано у чотири групи: необоротні активи, оборотні активи, власний капітал і довгострокові зобов'язання і забезпечення, поточні зобов'язання і забезпечення, — та, в результаті, отримано усереднену структуру бухгалтерського балансу вітчизняної торгівельної компанії, див. рис. 1.

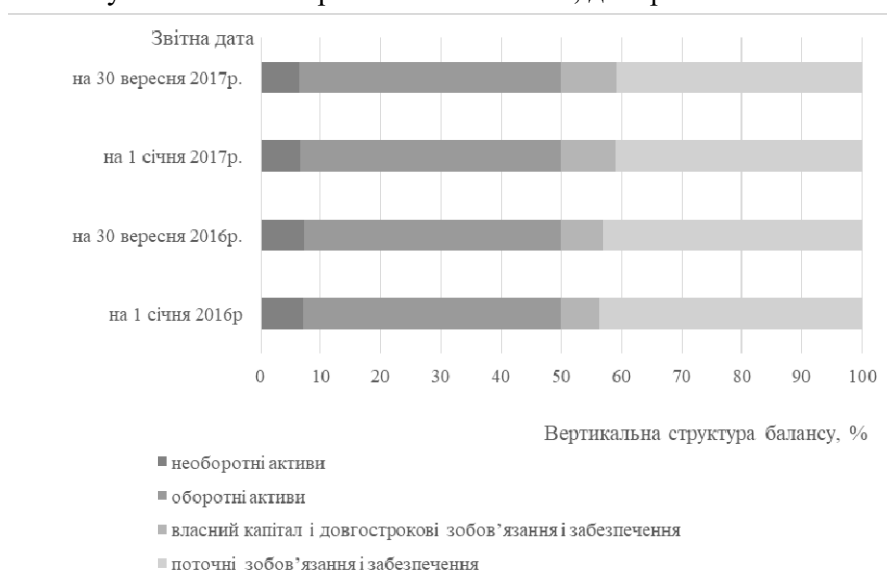


Рис. 1. Усереднена структура бухгалтерського балансу вітчизняної торгівельної компанії
Сформовано авторами за даними Державної служби статистики України, 2016 — 2017 р.р. [8]

Особливостями операційної діяльності торговельних компаній є простий операційний цикл, формування широкого номенклатурного та асортиментного ряду запасів товарів з метою їх подальшої реалізації для отримання доходу, що забезпечується на тлі високого рівня дебіторської і кредиторської заборгованості. Представлені результати підтверджують, що першочерговим актуальним завданням для торговельних підприємств є постійний контроль витрат на формування запасів та співвідношення кредиторської і дебіторської заборгованості, оскільки частка оборотних активів складає близько 43% в структурі балансу, а частка поточних зобов'язань і забезпечень складає близько 40%. Відповідний контроль спрямований на уникнення касових розривів та ситуацій, що можуть призвести до зниження загальної ліквідності та банкрутства.

Ефективність бюджетування на торговельному підприємстві, відповідно, пропонуємо оцінювати через її синхронізацією з системою управління компанією, в результаті якої підвищується якість та оперативність прийняття управлінських рішень, зокрема досягається:

- чіткість і ритмічність поставок товарів на основі раціонального розподілу і використання ресурсів відповідно до бюджету доходів і витрат та операційних бюджетів, які деталізують найважливіші його статті;
- усунення касових розривів і аналітична підтримка синхронізації в реальному режимі часу процесів управління дебіторською і кредиторською заборгованістю, підтримка планового рівня платоспроможності підприємства, використовуючи бюджет руху грошових коштів.

Такий підхід до визначення ефективності бюджетування на підприємстві потребує перегляду підходів до розуміння його змісту і способу використання менеджментом вітчизняних компаній. На сьогодні, у переважній більшості, керівники розглядають бюджетування як інструмент збору та обробки даних, а не як управлінську технологію. Проте, необхідно зазначити очевидний факт, що спосіб реалізації бюджетування має значний вплив на функціонування управлінських процесів та на фінансові результати підприємства. На жаль, досвід вітчизняних торговельних підприємств свідчить про більш негативні тенденції цього впливу.

Спираючись на результати морфологічного аналізу різних визначень поняття «технологія управління» [7], можна сформулювати наступне авторське визначення бюджетування. Бюджетування як технологія управління — це сукупність взаємопов'язаних операцій планування, обліку і контролю доходів і витрат підприємства, які утворюють процедури реєстрації, аналітичної обробки та оцінки інформації про його діяльність і спрямовані на ефективне вирішення управлінських задач, використовуючи спеціальні методи і інструменти бюджетування, організаційні регламенти та автоматизовану інформаційну систему. Запропоноване визначення дозволяє розглядати бюджетування в системному контексті, узгоджуючи такі елементи управлінської технології як методологію (вибір та поєднання спеціальних методів структуризації економічної інформації у бюджетах), організацію (процес розподілу і виконання управлінських функцій) та автоматизацію (створення інформаційного масиву даних). Взаємозв'язок між цими елементами бюджетування, як технології управління, для торговельної компанії представлено на рис. 2.

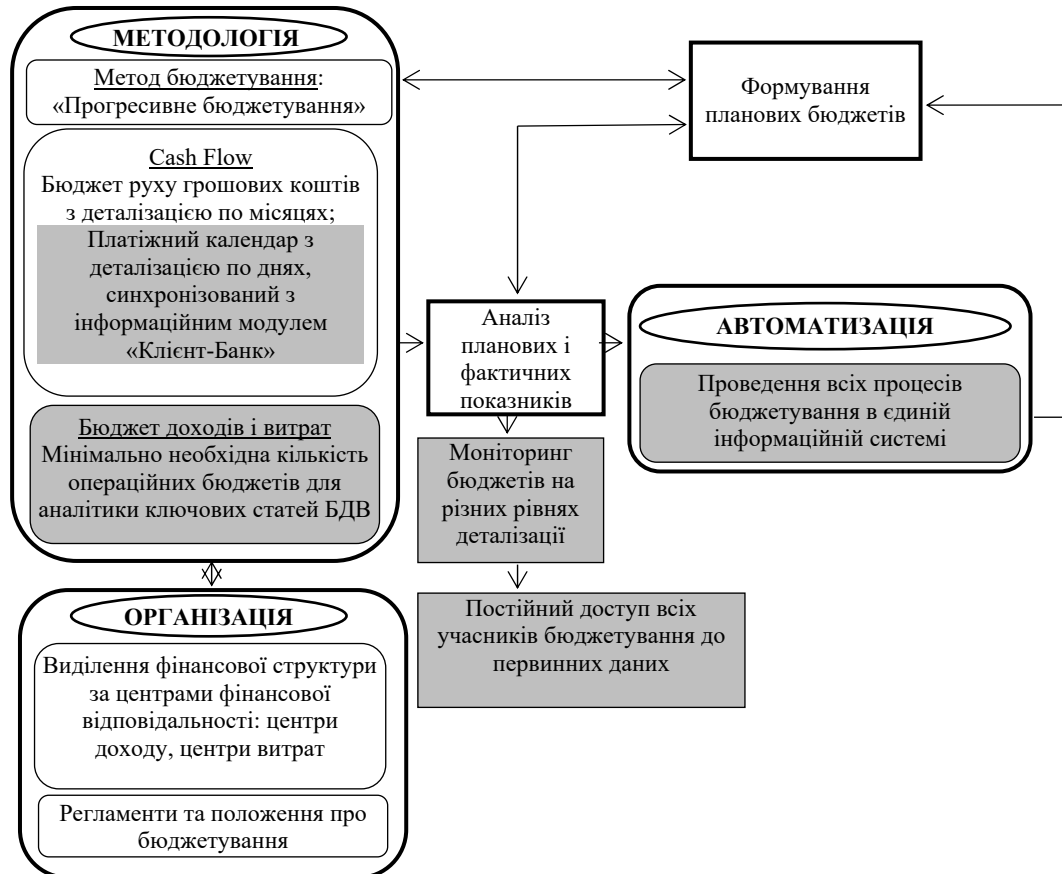


Рис. 2. Взаємозв'язок елементів бюджетування як управлінської технології

авторська розробка

Такий підхід забезпечує основу для інтеграції бюджетів компанії з системою управління через стратегічні цілі, спростити фінансову структуру для цілей бюджетування та оптимізувати управлінські операції, повноцінно інтегрувавши бюджетування з інформаційною системою компанії. При інтеграції бюджетування з системою управління важливо обрати метод бюджетування, який найбільше підходить до специфіки діяльності компанії, орієнтуючись не лише на власні результати діяльності за попередні періоди, а й на зовнішні фактори впливу. В теорії бюджетування розроблено низку методів, які поступово в управлінській практиці замінюють традиційний метод бюджетування (Incremental Budgeting). Зокрема, покращене бюджетування (Better Budgeting) передбачає суттєве скорочення об'єктів планування через зменшення переліку контрольних показників діяльності компанії. Основна мета цього підходу — підвищення ефективності, спрощення планування та бюджетування, що дозволить скоротити час та витрати на бюджетний процес. У методі «за межами бю-

джетування» (Beyond Budgeting) запропоновано використовувати збалансовану систему показників, вимірювати показники ефективності діяльності з орієнтацією на бізнес-процеси і бенчмаркінг. Альтернативою для попередніх методів стало «прогресивне бюджетування» (Advanced Budgeting), що поєднує в собі окремі елементи методів Better Budgeting та Beyond Budgeting.

Методологія бюджетування передбачає вибір методів планування, обліку та контролю результатів діяльності підприємства, тобто вона визначає вибір методів обробки інформації і показників діяльності підприємства, які необхідно контролювати, структуру бюджетів підприємства та методи їх формування. Організація бюджетування включає в себе створення структури об'єктів бюджетування, розподіл функціональних обов'язків учасників бюджетного процесу, що описані в регламентах та положеннях про бюджетування. Через організацію процесу бюджетування забезпечується координація та узгодженість всіх дій учасників бюджетування. Автоматизація, як елемент системи бюджетування, передбачає наявність в компанії інформаційної системи для збирання, структуризації, зберігання та аналізу інформації стосовно проведених господарських операцій.

У цій статті представимо результати апробації даних розробок в практиці діяльності оптово-роздрібною торгівельною компанією, що працює на вітчизняному електротехнічному ринку та здійснює гуртові поставки для корпоративних клієнтів через центральний офіс і має роздрібну мережу профі-маркетів кабельної, електро — та світлотехнічної продукції. Порівняльний аналіз балансових показників підприємства за 2014-2016 р.р. представлено у табл 1.

Таблиця 1

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ БАЛАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА
ЗА 2014-2016 р.р.**

Групи балансових показників торгівельного підприємства	Вертикальна структура балансу компанії (за групами показників), %			Усереднена структура балансу, %	Аналітичне відхилення, %
	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р.	2016 р.
Необоротні активи	29,5	29,5	27	6,5	20,5
Оборотні активи	20,5	20,5	23	43,5	-20,5
Власний капітал і довгострокові зобов'язання та забезпечення	35	32,5	30,5	9	21,5
Поточні зобов'язання і забезпечення	15	17,5	19,5	41	-21,5
Всього	100	100	100	100	x

Джерело: авторська розробка на основі даних управлінської звітності про діяльність підприємства за 2014-2016 р.р.

В результаті порівняння структури балансу цієї компанії з визначеною у даному дослідженні усередненою структурою бухгалтерського балансу вітчизняної торгівельної компанії (за даними Державної служби статистики України), виявились розбіжності, що посилюють актуальність задач управління дебіторською і кредиторською заборгованістю. Після здійснення статистичного аналізу

основних показників операційної діяльності компанії та проведення інтерв'ю з керівниками відділів, в контексті предмету дослідження було виявлено наступні проблеми: перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською майже в чотири рази і високий рівень складських запасів; невдоволення постачальників частими затримками оплати за відвантажену продукцію; зміна умов політики співпраці деяких постачальників стосовно зменшення термінів відстрочки платежу та встановлення жорстких фінансових санкцій за невчасні розрахунки; необхідність залучення кредитів банків для покриття значних касових розривів для уникнення штрафних санкцій.

Ефективність системи бюджетування на підприємстві була оцінена через такі показники як конверсія «втрачених продажів», обсяг простроченої кредиторської заборгованості, рівень знижок за основними контрактами на поповнення запасів, обсяг штрафних санкцій. Узагальнені результати оцінки ефективності бюджетування як управлінської технології через вищезазначені показники представлено у табл.2.

Таблиця 2

**УЗАГАЛЬНЕНІ РЕЗУЛЬТАТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ БЮДЖЕТУВАННЯ
ЯК УПРАВЛІНСЬКОЇ ТЕХНОЛОГІЇ**

Стаття	Прогнозні показники діяльності підприємства, тис. грн.		
	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Чистий дохід від реалізації продукції	110 510,77	126 269,71	146 383,73
<i>- в т. ч. збільшення обсягів реалізації продукції за рахунок конверсії «втрачених продажів»</i>	<i>+1 633,16</i>	<i>+2 475,88</i>	<i>+5 630,14</i>
Собівартість реалізованої продукції	(98 552,44)	(111 445,23)	(129 197,80)
<i>- в т. ч. економія за рахунок зміни знижки</i>	<i>-3 048,01</i>	<i>-4 643,55</i>	<i>-5 383,24</i>
Валовий прибуток	11 958,32	14 824,48	17 185,93
Інші операційні доходи	5 882,08	6 687,92	7 604,17
Адміністративні витрати	(5 495,56)	(6 248,45)	(6 675,66)
Витрати на збут	(3 114,29)	(3 558,40)	(4 125,23)
Інші операційні витрати	(787,94)	(895,89)	(1 018,63)
Прибуток від операційної діяльності	8 442,61	10 809,67	12 970,59
Інші фінансові доходи	28,80	32,75	37,24
Інші доходи	1 480,37	1 683,19	1 913,78
Фінансові витрати	(217,09)	(231,41)	(245,57)
<i>в т. ч. економія за рахунок зменшення фінансових витрат</i>	<i>-54,27</i>	<i>-77,14</i>	<i>-105,24</i>
Інші витрати	(8 932,65)	(10 156,42)	(11 547,85)
Прибуток до оподаткування	802,04	2 137,77	3 128,19
Податок на прибуток (18%)	(144,37)	(384,80)	(563,07)
Чистий прибуток	657,67	1 752,97	2 565,11

Джерело: авторська розробка на основі даних управлінської звітності про діяльність підприємства за 2017 р.

На момент розробки заходів щодо удосконалення системи бюджетування в компанії «втрачені продажі» становили близько 20% від середньої виручки за рік. За рахунок технології бюджетування можна підвищити рівень конверсії втрачених продаж у фактичні до 25%, тобто резерв збільшення виручки від реалізації становить 5%. Покращення платіжної дисципліни і ліквідація касових розривів скоротить прострочену кредиторську заборгованість і відновить можливість користуватись знижками (у 2016 році значна кількість основних постачальників, на яких припадало 65% від суми витрат на закупівлю продукції, зменшила або ліквідувала знижки). Знижки коливаються від 2 до 10%, середня зміна знижки постачальників становить 6%.

Зменшення суми середньорічної простроченої кредиторської заборгованості дозволить збільшити оборотність кредиторської заборгованості в цілому, тому прогнозується збільшення обсягів реалізації компанії приблизно на 4-5%. Штрафні санкції, виплачені постачальникам за прострочення оплати кредиторської заборгованості, становлять близько 30% від загальної вартості поставки. Отже, використовуючи бюджетування як управлінську технологію, компанія може значно підвищити результати своєї операційної діяльності за умови синхронізації з системою управління таких її елементів як методологія, організація і автоматизація. Кожна компанія для забезпечення ефективності бюджетування повинна дбати про те, щоб методологія бюджетування була адаптованою до рівня і частоти змін зовнішнього та внутрішнього середовища, співробітники були зацікавлені у бюджетному процесі, а автоматизація сприяла зменшенню кількості помилок у системі бюджетів та отриманню вищої якості фінансового управління.

Висновки. Проведене дослідження дозволило отримати ряд наукових результатів щодо визначення ефективності управлінської технології бюджетування для підприємств торгівлі. Розглядаючи бюджетування як управлінську технологію в контексті її синхронізації з загальною системою менеджменту компанії, виявлено актуальні управлінські задачі для торгівельних підприємств, які можна вирішити із застосуванням бюджетування, а саме: постійний контроль витрат на формування запасів та управління кредиторською і дебіторською заборгованістю. Відповідний контроль спрямований на уникнення касових розривів та ситуацій, що можуть призвести до зниження загальної ліквідності та банкрутства. Для експрес-діагностики ефективності бюджетування було використано структурний аналіз груп балансових показників господарської діяльності підприємства. Результати реалізації бюджетування як управлінської технології на підприємствах торгівлі запропоновано оцінювати через комплексний вплив на фінансовий результат таких показників як конверсія «втрачених продажів», обсяг простроченої кредиторської заборгованості, рівень знижок за основними контрактами на поповнення запасів, обсяг штрафних санкцій. Подальших досліджень потребують питання конфігурації запропонованих елементів технології бюджетування для підприємств різних сфер діяльності, враховуючи специфіку їх операційного потоку.

Література

1. Организация будущего: будущее наступило. Глава первая из отчета Deloitte 2017 — Talent Management [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://talent-management.com.ua/3144-organizatsiya-budushhego-glava-deloitte-2017/#.WNzR7i6_m81.facebook (просмотрено 1.03.2018 р.).
2. CFO Agenda: Finance's Four Imperatives to Accelerate Business Value / Nilly Essaides, Tom Willman, Jim O'Connor. // Study Results Analysis The Hackett Group, January 2018 [Электронный ресурс]. — Режим доступа <https://www.thehackettgroup.com/> (переглянуто 1.03.2018).
3. Бабашов Р. А. Новый подход к стратегическому бюджетному планированию деятельности предприятия / Р.А. Бабашов // Сталій розвиток економіки: міжнародний науково-виробничий журнал. — 2015. — № 3. — С.122-125.
4. Bragg Steven M. Budgeting: A Comprehensive Guide / Steven M. Bragg — AccountingTools, Inc., Centennial, Colorado, 2017. — 284 p.
5. Ткаченко А. Визначення, види бюджетів та їх роль в антикризовому управлінні підприємством / А. Ткаченко [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://dspace.nbuv.gov.ua/> (переглянуто 1.03.2018).
6. Хорнгрен Ч. Управленческий учет. 10-е изд. /Хорнгрен Чарльз, Фостер Джордж, Датар Шриконт. — СПб.: Питер, 2008. — 1008 с.
7. Лесик В. О. Підходи до визначення поняття «технологія управління» / В. О. Лесик, В. М. Григоренко // Економіка розвитку — № 4 (68), 2013. — С. 62-68.
8. Статистична інформація. Показники балансу підприємств за видами економічної діяльності / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

References

1. Organizacija budushhego: budushhee nastupilo. Glava pervaja iz otcheta Deloitte 2017. Talent Management. https://talent-management.com.ua/3144-organizatsiya-budushhego-glava-deloitte-2017/#.WNzR7i6_m81.facebook (Date 1.03.2018).
2. Essaides, Nilly. Willman, Tom. O'Connor, Jim. CFO Agenda: Finance's Four Imperatives to Accelerate Business Value. Study Results Analysis The Hackett Group, January 2018. <https://www.thehackettgroup.com/> (Date 1.03.2018).
3. Babashov R.A. Novyj podhod k strategicheskomu bjudzhetnomu planirovaniju dejatel'nosti predpriyatija. *Stalij rozvitok ekonomiki*. Vol 3 (2015): 122-125
4. Bragg Steven M. *Budgeting: A Comprehensive Guide*. AccountingTools, Inc., Centennial, Colorado, 2017.
5. Tkachenko A. Vznachennja, vidi bjudzhetiv ta ih rol' v antikrizovomu upravlinni pidpriemstvom. <http://dspace.nbuv.gov.ua/> (Date 1.03.2018)
6. Horngren, Charl'z. Foster, Dzhordzh. Datar, Shrikant. *Upravlencheskij uchet*. SPb.: Piter, 2008.
7. Lesik V. O., Grigorenko V. M. Pidhodi do viznachennja ponjattja «tehnologija upravlinnja». *Ekonomika rozvitku*. Vol. 4 (68) (2013): 62-68.
8. Statistichna informacija. Pokazniki balansu pidpriemstv za vidami ekonomichnoi dijtal'nosti / Derzhavna sluzhba statistiki Ukraïni <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Date 1.03.2018)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ КАК УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

Е.А.Кизенко, канд. экон. наук, доцент, докторант кафедры стратегии предприятий ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

В.А.Прокопенко, магистр, консультант по программе SAP B1, ООО «Петрософт»

Аннотация. В статье рассматриваются методические вопросы внедрения бюджетирования для предприятий торговли с целью определения его эффективности как управленческой технологии. Применяя сравнительный и структурный анализ статистической информации о балансовых показателях хозяйственной деятельности компаний, выявлено, что для торговых предприятий наиболее актуальными управленческими задачами, которые можно решать с использованием технологии бюджетирования, являются постоянный контроль затрат на формирование запасов и управление дебиторской и кредиторской задолженностью. Соответствующий контроль направлен на повышение ликвидности предприятия. Авторами сформулировано определение бюджетирования, как управленческой технологии, что позволяет синхронизировать его с системой управления по таким ключевым элементам как методология, организация и автоматизация. Эффективность бюджетирования предложено определять через комплекс показателей ритмичности поставок товаров, на основе рационального распределения ресурсов компании в бюджете доходов и затрат, и поддержки планового уровня платежеспособности в бюджете движения денежных средств. Обсуждаются результаты апробации предложенной методики в практике украинской торговой компании. Результаты реализации бюджетирования как управленческой технологии были оценены для этой компании через влияние на финансовый результат таких показателей как конверсия «потерянных продаж», объем просроченной кредиторской задолженности, уровень скидок по основным контрактам на пополнение запасов, объем штрафных санкций. Предлагаются направления дальнейших исследований по конфигурации бюджетирования на предприятиях различных сфер деятельности, учитывая специфику их операционного потока.

Ключевые слова: бюджетирование, система управления, управленческие технологии, эффективность, торговая деятельность, предприятия торговли.

BUDGET EFFICIENCY AS MANAGEMENT TECHNOLOGY FOR TRADE ENTERPRISES

Olena O. Kyzenko, PhD,
SHEI "Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman"

Vitalia A. Prokopenko, Master's Degree,
SAP Business One Consultant, Petrosoft LLC

Abstract. The article considers methodological issues of implementing budgeting for trade enterprises in order to determine its effectiveness as a management technology. Applying a comparative and structural analysis of statistical information on balance indicators of the economic activity of companies, it is revealed that for trading enterprises the most urgent management tasks that can be solved with the use of budgeting technology are constant control over the costs of stock formation and management of receivables and payables. The corresponding control is aimed at increasing the liquidity of the enterprise. The authors formulated the definition of budgeting as management technology, which allows to synchronize it with the management system in such key elements as methodology, organization and automation. The effectiveness of budgeting is proposed to be determined through a set of indicators of the rhythm of the supply of goods, based on the rational allocation of the company's resources in the budget of revenues and costs, and supporting the planned level of solvency in the budget for cash flow. The results of approbation of the proposed methodology in the practice of the Ukrainian trading company are discussed. The results of the implementation of budgeting as management technology were evaluated for this company through the impact on the financial result of such indicators as the conversion of «lost sales», the amount of overdue payables, the level of discounts on basic contracts for replenishment of stocks, the amount of penalties. Areas for further research on the configuration of budgeting at enterprises of various fields of activity, taking into account the specificity of their operating flow.

Keywords: budgeting, management system, management technologies, efficiency, trading activity, trading enterprises.

Стаття надійшла до редакції 16.04.2018

УДК 005.74: 330.1 : 338.3

Кукоба Володимир Павлович*

ЕКОНОМЕТРИЧНІ МОДЕЛІ ДЛЯ АНАЛІЗУ І ПРОГНОЗУВАННЯ СТАНУ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті представлено нові формалізовані моделі, які можна застосовувати для оцінювання поточного та прогнозування на майбутнє стану упорядкованості діяльності підприємства. В ній наведено нові способи визначення рівня організації в системі управління та соціальної організації. Запропоновано способи використання нових та наявних методів при моделюванні організаційних змін на підприємстві. Обґрунтований інструментарій дозволяє прогнозувати не лише відносні зміни у організації діяльності підприємства, а і масштаби зміни обсягів виробництва продукції або отримання додаткового прибутку від таких змін.

Ключові слова: організація, організаційний рівень, організація виробництва, організація праці, організація управління, соціальна організація.

**Кукоба Володимир Павлович* — доктор економічних наук, професор кафедри економіки підприємств ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» kuk015@ukr.net

Вступ. Розвиток національної економіки поряд із заходами щодо зміни її структури у бік нарощування виробничого потенціалу потребує низки широко-масштабних дій із упорядкування функціонування складових цього потенціалу. У світовій практиці таке упорядкування найчастіше здійснюється на основі спеціально розроблених і обґрунтованих організаційних проектів, які дозволяють раціонально використовувати наявні у підприємств ресурси, сприяють прийняттю та реалізації ефективних управлінських рішень, забезпечують стабільні соціально-трудові відносини. Для об'єктивного оцінювання досконалості розроблених проектних рішень виникає нагальна потреба у розробленні сучасного математичного набору інструментів аналізу і прогнозування організаційних змін та їх ефективності на підприємствах.

Постановка задачі. Вирішенню теоретичних, методичних і прикладних проблем забезпечення ефективності здійснення організаційних змін на підприємствах присвячено праці багатьох учених та практиків, серед яких М. Войнаренко [1], А. Гиль [2], О. Казарновський [3], А. Колосов [4], В. Кравченко [10], М. Райсс [11], Н. Тренев [12] та інші. Окрім значного числа науковців проблемі економетричного забезпечення оцінювання станів організації на підприємствах значну увагу приділяв і автор цієї статті [5-9]. Однак, особливості оцінювання стану організації на підприємстві, а особливо її прогнозування із застосуванням новітнього економіко-математичного апарату, досі залишаються недостатньо розробленими. Це і визначає актуальність розроблення і застосування нових економетричних методів оцінювання та прогнозування змін організації на підприємствах й викладення їх основних положень у даній публікації.

Основною метою даної статті є викладення для всебічного обговорення результатів розробки та формалізації економетричних методів оцінювання станів упорядкованості дій об'єктів та суб'єктів бізнес-процесів у сфері виробництва, праці, управління й соціальних відносин на підприємствах.

Результати. У сучасній підприємницькій діяльності її суб'єкти постійно стикаються з проблемами узгодженості спільних і самостійних дій, несвоєчасності виконання робіт та прийняття рішень, недосконалістю оформлення й передавання документів, тобто з неорганізованістю. Ці «недоречності» сприяють збільшенню сум втрат підприємств, зривам термінів виконання ними робіт або постачання продукції, скороченню кола їхніх клієнтів тощо. Для мінімізації даних проблем слід упорядкувати (організувати) процеси здійснення господарських операцій, а для визначення напрямів і можливих способів такого упорядкування слід спрогнозувати зміни рівня організації діяльності підприємств або окремих підприємств. Таке прогнозування доцільно здійснювати з використанням сучасних економіко-математичних методів, як найбільш економічних інструментів моделювання організаційних змін. Оскільки для найбільш точного прогнозування слід використовувати максимально достовірні дані та моделі, тому є сенс сформулювати адекватний економіко-математичний інструментарій оцінювання рівня організації діяльності підприємства, як основи для моделювання оптимізованих у подальшому організаційних змін.

Сукупність параметрів, що характеризують ступінь упорядкованості бізнес-процесів на підприємстві повинні включати показники стану упорядкованості у засобах діяльності (найчастіше виробництва) — техніко-технологічний рівень цього підприємства (TTP), а також рівні організації виробництва (POB), праці ($POП$), управління ($POУ$) та соціальної організації (PCO). Таким чином сукупність складових множини організаційного стану підприємства ($KOTP$) має наступний вигляд:

$$KOTP = \{TTP; POB; POП; POУ; PCO\}, \quad (1)$$

Організаційний стан підприємства суттєво впливає на ефективність функціонування даного суб'єкта господарювання і чим вищий рівень цього стану, тим більший прибуток може отримати підприємство або тим довше воно здатне протистояти негативному впливу дестабілізуючих чинників зовнішнього середовища [6]. Об'єктивно визначити рівень організації на підприємстві можна на основі загальних і спеціальних показників діяльності цього підприємства, а оскільки ці показники мають різну основу, природу і форму, тому для приведення їх до однотипного вигляду здійснюють розрахунок оціночних коефіцієнтів за кожним узагальненим спрямуванням протікання організаційних процесів та упорядкувальних зв'язків: техніка і технологія (K_{TT}), виробництво (K_{OB}), трудові процеси (K_{OP}), управління (K_{OU}), соціум (K_{CO}). Логіка розрахунку даних оціночних коефіцієнтів полягає у співставленні фактичних показників діяльності з відповідними еталонними значеннями цих показників. При цьому за еталони обираються найкращі значення параметрів діяльності підприємств, що забезпечують найефективнішу роботу підприємства.

На основі оціночних коефіцієнтів за узагальненими спрямуваннями визначається загальний рівень організації на підприємстві [5; 6], для цього розраховується комплексний коефіцієнт організаційно-технічного рівня підприємства (K_{KOTP}) за наступною формулою:

$$K_{KOTP} = \sqrt[5]{K_{TT} \cdot K_{OB} \cdot K_{OP} \cdot K_{OU} \cdot K_{CO}}, \quad (2)$$

де (K_{TT}) — коефіцієнт техніко-технологічного рівня підприємства; (K_{OB}) — коефіцієнт рівня організації виробництва; (K_{OP}) — коефіцієнт рівня організації праці на підприємстві; (K_{OU}) — коефіцієнт рівня організації управління на підприємстві; (K_{CO}) — коефіцієнт рівня соціальної організації колективу підприємства.

Поточний стан технічної основи діяльності підприємства визначається на основі коефіцієнта *техніко-технологічного рівня підприємства* (K_{TT}). Він розраховується з використанням локальних коефіцієнтів, які є оціночними індексами і визначаються на основі первинних характеристик про стан складових техніко-технологічної бази підприємства. Найбільш значущими слід вважати: коефіцієнт відповідності технологічного обладнання вимогам, що пред'являються до якості продукції ($K_{ВОЯ}$); коефіцієнт відповідності засобів контролю вимогам забезпечення якості продукції ($K_{ВКЯ}$); коефіцієнт вікового складу технологічного обладнання ($K_{ВСО}$); коефіцієнт прогресивності технологічного обладнання ($K_{ПТО}$); коефіцієнт прогресивності застосовуваних технологічних процесів ($K_{ПТТ}$); коефіцієнт досягнення проектної змінності роботи обладнання ($K_{ЗМО}$). Дані коефіцієнти застосовуються при розрахунку коефіцієнта техніко-технологічного рівня підприємства за наступною формулою [6]:

$$K_{TT} = \sqrt[6]{K_{ВОЯ} \cdot K_{ВКЯ} \cdot K_{ВСО} \cdot K_{ПТО} \cdot K_{ПТТ} \cdot K_{ЗМО}}, \quad (3)$$

Найбільш вагомими аспектами *операційної діяльності підприємства*, які характеризують в основному виробничі процеси, знаходять своє відображення у оціночних коефіцієнтах: спеціалізації ($K_{СПВ}$) і уніфікації виробництва ($K_{УНВ}$); прогресивності форм організації виробництва ($K_{ПФВ}$); безперервності виробничих процесів ($K_{БПВ}$); ритмічності виробництва ($K_{РПВ}$); централізації допоміжних процесів ($K_{ЦДП}$); масштабів використання засобів праці ($K_{ВЗП}$). Значення розрахункового коефіцієнта рівня організації виробництва доцільно визначати за наступною формулою:

$$K_{ОВ} = \sqrt[7]{K_{СПВ} \cdot K_{УНВ} \cdot K_{ПФВ} \cdot K_{БПВ} \cdot K_{РПВ} \cdot K_{ЦДП} \cdot K_{ВЗП}}, \quad (4)$$

Оскільки ключовою складовою у діяльності підприємства неодмінно є його трудовий потенціал, то ступінь раціональності організації трудових процесів можна визначати на основі узагальненого показника *організації праці*. Даний показник формується на основі більш диференційованих коефіцієнтів: відповідності кваліфікації робітників складності виконуваної роботи ($K_{ВКР}$), кваліфікаційного рівня керівників, спеціалістів, службовців ($K_{ВКС}$); частки робітників, які працюють в групах або бригадах ($K_{ЧРБ}$); раціональності прийомів і методів праці ($K_{РМП}$); рівня трудової дисципліни працівників ($K_{ТДП}$); рівня

відповідності організації робочих місць ($K_{ОРМ}$); стану обслуговування робочих місць ($K_{РМО}$); ступеня нормування праці персоналу ($K_{НПП}$); рівня відповідності умов праці встановленим санітарно-гігієнічним нормам ($K_{ВУП}$); масштабу багатостатного обслуговування робітниками ($K_{БВО}$); ступеня суміщення професій робітниками ($K_{СПР}$); частки працівників, зайнятих ручною працею ($K_{ЧРП}$). Розрахунок узагальненого оціночного показника здійснюється за традиційною для таких операцій процедурою і у формалізованому вигляді представлений наступною формулою [6]:

$$K_{ОП} = \sqrt[12]{K_{ВКР} \cdot K_{ВКС} \cdot K_{ЧРБ} \cdot K_{РМР} \cdot K_{ТДП} \cdot K_{ОРМ} \cdot K_{РМО} \cdot K_{НПП} \cdot K_{ВУП} \cdot K_{БВО} \cdot K_{СПР} \cdot (1 - K_{ЧРП})}, \quad (5)$$

Координація спільних дій працівників підприємства для досягнення поставлених цілей потребує раціональних взаємозв'язків та ефективних комунікацій, здатності учасників управлінських процесів до прийняття та реалізації адекватних рішень. Серед показників, що найбільш точно характеризують стан організації в системі управління підприємством слід виокремити: ступінь децентралізації функцій управління ($C_{ДФУ}$); середній діапазон контролю в організаційній структурі ($D_{СК}$); гнучкість апарату управління ($K_{ГАУ}$); рівень функціональної спеціалізації управлінських підрозділів ($C_{ФСУ}$); рівень технічної озброєності управлінських працівників ($K_{ТОУ}$); середня чисельність працівників у одній ланці ступені ієрархії управління ($Ч_{ПЛУ}$); рівень прийняття управлінських рішень ($P_{ПНР}$); кількість рівнів в системі управління ($P_{СУЗ}$). У зв'язку з унікальністю запропонованого підходу щодо оцінювання стану організації управління підприємством для розрахунку відповідного показника розроблено формалізовану модель, що має такий вигляд:

$$K_{ОУ} = \sqrt[6]{(1 - C_{ДФУ}) \cdot \frac{P_{ПНР}}{P_{СУЗ}} \cdot K_{ГАУ} \cdot C_{ФСУ} \cdot K_{ТОУ} \cdot \frac{Ч_{ПЛУ}}{D_{СК}}}, \quad (6)$$

Новітнім і значущим аспектом в оцінках організаційного рівня підприємства стає *соціальна упорядкованість* у підприємницькому колективі. Найбільш важомими серед різних характеристик, характеризують стан упорядкованості соціально-психологічних відносин у трудовому колективі, слід вважати: рівень соціальної активності членів колективу ($K_{САК}$); рівень самоуправляємості колективу ($K_{СУК}$), частка працівників здатних до лідерства у колективі ($K_{ЗЛК}$),

рівень єдності дій працівників ($K_{\text{едк}}$), рівень згуртованості членів колективу ($K_{\text{зчк}}$), рівень стресостійкості членів трудового колективу ($K_{\text{сск}}$), рівень міжгрупової єдності у колективі ($K_{\text{мек}}$).

$$K_{\text{со}} = \sqrt[7]{K_{\text{сак}} \cdot K_{\text{сук}} \cdot K_{\text{злк}} \cdot K_{\text{едк}} \cdot K_{\text{зчк}} \cdot K_{\text{сск}} \cdot K_{\text{мек}}}, \quad (7)$$

Значення оціночних коефіцієнтів за узагальненими спрямуваннями ($K_{\text{тт}}$, $K_{\text{ов}}$, $K_{\text{оп}}$, $K_{\text{ов}}$, $K_{\text{со}}$) завжди позитивні і знаходяться у межах від 0 до 1. Чим ближче значення коефіцієнтів наближаються до 1, тим найкращий рівень за певним спрямуванням має підприємство, таким чином вище і загальний рівень упорядкованості на цьому ж підприємстві. Слід також звернути увагу, що оціночні показники не можуть дорівнювати 0. У випадку, коли значення якогось показника, що включається до розрахунку коефіцієнтів за узагальненими спрямуванням, не можна визначити, то він виключається із розрахунку і у розрахунковій формулі за узагальненим спрямуванням зменшується на одиницю значення ступеня математичного кореня.

В ідеалі, вважається, що система повністю упорядкована, коли значення оціночних коефіцієнтів дорівнюють 1. Практика застосування цих показників організаційного рівня свідчить, що у при правильному виконанні розрахунків і вірному визначенні первинних даних цих розрахунків значення коефіцієнтів не перевищують 1, вони повинні максимально наближатися до 1, але не дорівнювати 1 [6].

Кількість показників у розрахунках оціночних коефіцієнтів за узагальненими спрямуваннями не обмежена, але при занадто великій їх кількості знижується точність розрахунків. Оптимальним вважається обмеження кількості показників у розрахунках на рівні 12 показників, за таких умов помітні девіації коливань показників на максимумі буде знаходитись близько 10% по відношенню до норми.

Моделювання організаційних змін на основі оціночних коефіцієнтів за узагальненими спрямуваннями достатньо інформативне і дає змогу серед значного числа проектних заходів обирати такі, що на даний час мають найвищу ефективність або віддачу. Так, наприклад, якщо на підприємстві передбачається здійснити зміни у організації виробництва, головну увагу слід приділяти заходам, що впливають на зміну показників, які наведено у розрахунковій формулі 3. Оскільки частина з них має якісний аспект, а інша — кількісний аспект зважування, то найбільшу ефективність будуть мати рішення, що пов'язані із зміною якісних параметрів, а найбільшу віддачу, що мають кількісний аспект. Таким чином, якщо планується перевести підприємство з однозмінного режиму роботи на двох- або трьохзмінний режим, до буде визначатись наскільки нова організація роботи буде забезпечувати досягнення проектного режиму, тобто при трьохзмінному режимі обладнання реально буде працювати 2,2 зміни і це буде дорівнювати коефіцієнту 0,73, хоча при однозмінному режимі воно могло працювати

з коефіцієнтом 0,90. Хоча при збільшенні режиму змінності обсяги виробництва, тобто віддача, збільшуються у 2,44 рази при зниженні ефективності використання цього обладнання на 18,9%. Аналогічні модельні маніпуляції можна проводити з усіма оціночними показниками і обирати найбільш вигідний шлях змін на підприємстві.

Висновки. Застосування запропонованих математичних формалізацій щодо оцінювання організаційних рівнів підприємства за узагальненими спрямуваннями дозволяє не лише визначати поточний стан упорядкованості на підприємстві, а також прогнозувати оптимальні напрями організаційних змін та визначати ефективність або віддачу проектних реорганізаційних рішень. Крім цього даний інструментарій є розвитком сформованих оціночних методів, трансформованих та використовуваних для цілей прогнозування господарських дій та вибору оптимальних рішень.

Література

1. Войнаренко М. П. Формування цілісної концепції функціонування складних виробничо-господарських систем / М.П.Войнаренко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2005. — № 6, Т. 2. — С. 7-13.
2. Гиль А. Организационные аспекты технологической модернизации в машиностроении / А.Гиль // Экономика Украины. — 2004. — № 9. — С. 80-82
3. Казарновский А. С. Организационное проектирование на предприятии: (игровой подход) / А.С. Казарновский. — К: Наукова думка, 1990. — 214 с.
4. Колосов А. Н. Адаптивная организация деятельности предприятия: монография / А. Н. Колосов. — Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2008. — 440 с.
5. Кукоба В. П. Особливості оцінювання організаційно-технічного рівня сучасного підприємства / В.П.Кукоба / Економіка підприємства: теорія і практика [Текст] = Economy of enterprise: theory and experience : зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф., 10 жовт. 2014 р. — Київ : КНЕУ, 2014. — С. 139-142
6. Кукоба В. П. Організаційне проектування підприємств : монографія / В.П.Кукоба — К. : КНЕУ, 2009. — 270 с.
7. Кукоба В. П. Базовий економіко-математичний інструментарій проектування організації у системі управління підприємством / В.П.Кукоба / Моделювання та інформаційні системи в економіці: Зб.наук.праць. — Вип. 77. — К.: КНЕУ, 2008.— С.105-115
8. Кукоба В. П. Система базових показників діагностики рівня організації виробництва на підприємстві / В.П.Кукоба / Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. — Вип. 20. — К.: КНЕУ, 2008. — С.153-158
9. Кукоба В. П. Методична основа визначення рівня організації управління на підприємстві / В.П.Кукоба / Економіка та підприємництво: зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів. — Вип. 20. — К.: КНЕУ, 2008.— С.148-156.
10. Кравченко В. Ф. Организационный инжиниринг / В.Ф.Кравченко, Е.Ф.Кравченко, П.В.Забелин. — М.: ПРИОР, 1999. — 256 с.
11. Райсс М. Оптимальная сложность управленческих структур. Проблемы теории и практики управления. — СПб.: Праймевро, 2003 — 118 с.

12. Тренев Н. Н. Предприятие и его структура: Диагностика. Управление. Оздоровление: Учеб.пособие для вузов. — М.: «Издательство ПРИОР», 2000. — 240 с.

References

1. Voynarenko M. P. Formuvannya tsilisnoyi kontseptsii funktsionuvannya skladnih virobничo-gospodarskih system. *Visnik Hmel'nitskogo natsionalnogo universitetu. Ekonomichni nauki*. No. 6, vol. 2 (2005): 7-13.
2. Gil A. Organizatsionnye aspekty tehnologicheskoy modernizatsii v mashinostroenii. *Ekonomika Ukrainy*. No. 9 (2004): 80-82.
3. Kazarnovskiy A. S. *Organizatsionnoe proektirovanie na predpriyatii: (igrovoy podhod)*. K.: Naukova dumka, 1990.
4. Kolosov A. N. *Adaptivnaya organizatsiya deyatel'nosti predpriyatiya*. Lugansk: SNU im. V. Dalya, 2008.
5. Kukoba V. P. Osoblivosti otsinyuvannya organizatsiyno-tehnichnogo rivnya suchasnogo pidpriemstva. *Ekonomika pidpriemstva: teoriya i praktika: zb. materialiv V Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 10 zhovt. 2014 r.* — Kiyiv : KNEU, 2014: 139-142
6. Kukoba V. P. *Organizatsiynе proektuvannya pidpriemstv*. K. : KNEU, 2009.
7. Kukoba V. P. Bazoviy ekonomiko-matematichniy instrumentariy proektuvannya organizatsiyi u sistemi upravlinnya pidpriemstvom. *Modelyuvannya ta informatsiyni sistemi v ekonomitsi*. Vol. 77 (2008): 105-115.
8. Kukoba V. P. Sistema bazovih pokaznikiv diagnostiki rivnya organizatsiyi virobnitstva na pidpriemstvi. *Formuvannya rinkovoyi ekonomiki*. Vol. 20 (2008): 153-158.
9. Kukoba V. P. Metodichna osnova viznachennya rivnya organizatsiyi upravlinnya na pidpriemstvi. *Ekonomika ta pidpriemnitstvo*. Vol. 20 (2008): 148-156.
10. Kravchenko V. F., E.F.Kravchenko, P.V.Zabelin. *Organizatsionnyy inzhiniring*. M.: PRIOR, 1999.
11. Rayss M. *Optimal'naya slozhnost upravlencheskih struktur. Problemy teorii i praktiki upravleniya*. SPb.: Praimevro, 2003.
12. Trenev N. N. *Predpriyatie i ego struktura: Diagnostika. Upravlenie. Ozdorovlenie*. M.: «Izdatel'stvo PRIOR», 2000.

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ДЛЯ АНАЛИЗА И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кукоба В. П., докт. экон. наук, проф. кафедры экономики предприятий ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. В статье представлены новые формализованные модели, которые можно применять для оценивания текущего и прогнозирования будущего состояния упорядоченности деятельности предприятия. В ней приведены новые способы определения уровня организации в системе управления и социальной организации. Предложены способы использова-

ния новых и существующих методов при моделировании организационных изменений на предприятии. Предложенный инструментарий позволяет прогнозировать не только относительные изменения в организации деятельности предприятия, но и масштабы изменения объемов производства продукции или получения дополнительного дохода, от таких изменений.

Ключевые слова: организация, организационный уровень, организация производства, организация труда, организация управления, социальная организация.

EKONOMETRIC MODELS FOR ANALYSIS AND PROGNOSTICATION OF THE ENTERPRISE ACTIVITY ORGANIZATION

Volodymyr P. Kukoba, Dr.Sc. in economics,
Professor at the department of enterprises
economics, SHEE "Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman"

Abstract. The new formalized models which can be applied for an evaluation current and prognostication state of enterprise activity organization are presented in the article. Proposed the innovative econometric method of organization level determination in the management system. The econometric determination model of social organization level first offered in this article. Is offered the econometric model of determination of technology organization level in the production system of enterprise changed by author. The methods of the use of econometric models of levels of organization are described on an enterprise for the aims of analysis of parameters of their activity. Are described the methods of the use of econometric models determination of enterprise organization levels for the aims of analysis of parameters of production activity of this enterprises. The possible means of the use of present and new methods are offered at the design of organizational changes in the enterprises. The grounded tool allows forecasting not only relative changes in the enterprise activity organization but also volume of production output change or receipt of additional profits from such changes.

Keywords: organization, organizational level, organization of production, organization of labour, organization of management, social organization.

Стаття надійшла до редакції 07.04.2018

УДК 658.32

Магдалюк Олексій Віталійович *

**ВИЗНАЧЕННЯ ТА ВИМІРЮВАННЯ
ЯКОСТІ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Анотація. У статті представлено визначення категорії «якість капіталу підприємства» як сукупності специфічних характеристик, що визначають економічну природу капіталу. Аргументовано доцільність визначення змісту якості капіталу на основі єдності взаємозв'язку таких аспектів її дослідження як достатність та придатність. Зроблено уточнення категорій достатності та придатності та сформовано сукупність капітальних параметрів, які їх визначають. Представлено цикл кругообігу капіталу як економічного ресурсу у розширеному форматі, тобто з урахування досліджень капіталу з позицій перспективи розвитку (не тільки як засобу/джерела цільової діяльності підприємства, а і як можливостей його розвитку). Сформовано основні проєкції, на основі яких здійснюються вимірювання достатності та придатності капіталу. аргументовано доцільність введення проєкції «зростання», як характеристики здатності капіталу до збільшення новоствореної вартості.

Ключові слова: капітал підприємства, якість капіталу, достатність капіталу, придатність капіталу, додана вартість бізнесу, економічний прибуток.

Вступ. Капітал є фундаментальною категорією економічної науки, а дослідження особливостей його визначення, оцінювання, управління набуває розвитку у змістовних межах різних економічних шкіл, течій, тематичних контекстів. Неоднозначність тлумачення категорії «капітал» зумовлює суперечливість наукових позицій щодо його відмінних характеристик, які виступають основою для вимірювання та формування механізмів забезпечення ефективних процесів капіталотворення. У сучасних фінансово-економічних дослідженнях зустрічається категорія «якість капіталу», яка використовується контекстуально без деталізації сутнісного наповнення. При цьому, в процесах вимірювання якості капіталу стає актуальною конкретизація даного терміну для надання процесам її оцінювання чіткої цільової спрямованості.

Проблематика визначення властивостей/характеристик капіталу як економічної категорії висвітлена у наукових дослідженнях К. Маркса (*K. Marx*), Й. Шумпетера (*J. Schumpeter*), Л. Вальраса (*L. Walras*), У. Джевонса (*W. Jevons*), Дж. Кларка (*J. Clark*), А. Маршала (*A. Marshall*), К. Менгера (*C. Menger*), І. Фішера (*I. Fisher*), Н. Байстрюченко, І. Бланка, В. Буханця, О. Іншакова, К. Рябикіної, С. Ушаєвої, Н. Федоренко. Категорію «якість капіталу» без уточнень змісту, тематично використовують у дослідженнях М. Кудіна, І. Репіна, Т. Теплової, Н. Шевчук. У наукових працях І. Івашковської без уточнення сутності, але деталізовано представлено аспекти вимірювання якості ка-

* Магдалюк Олексій Віталійович — аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування ДВНЗ «Університет банківської справи», mahdaluk@ukr.net

пiталу, при цьому, синонiмiчно автором використовується термiн ефективностi управлiння капiталом, вартiстю.

Постановка задачi. Змiстовна невизначенiсть категорiї «якiсть капiталу», набуття специфiчностi характеристиками капiталу за умов постiндустрiального розвитку, необхiднiсть оцiнювання капiталу на основi використання аналітичних новацiй зумовили вибiр теми та задач даного наукового дослiдження. В межах даної статтi буде представлено авторське бачення визначення якостi капiталу на основi взаємозв'язку двох аспектiв — його достатностi та придатностi. Вiдповiдно до логiки розумiння якостi капiталу автором буде сформовано змiстовнi контури аналітичного простору її вимiрювання на основi використання сучасного фiнансового iнструментарiю вартiсної моделi.

Результати. Термiн «якiсть капiталу» є новим для сучасної теорiї капiталу пiдприємства, який у наукових публiкацiях використовується контекстуально, а дослiдники не фокусуються на особливостях, якi розкривають його змiст. Характеристику змiстовних аспектiв якостi капiталу наведено у дослiдженнях I. Iвашковської, яка наголошує на тому, що «для оцiнювання розвитку компанiї з позицiї сучасної фiнансової аналітики, необхiдно видiляти ключовi вимiрювання, якi демонструють якiсть капiталу», а аспекти вимiрювань вчена визначає у категорiях лiквiдностi, iнвестицiйного ризику та справжньої вартостi компанiї [1]. Однак, у такiй iнтерпретацiї мова йде про формалiзацiю характеристик якостi капiталу, при цьому змiст даної категорiї залишається невизначеним.

Якщо термiнологiчно iнтерпретувати категорiю «якiсть», то це сукупнiсть властивостей, якi визначають об'єкт як такий та вiдрiзняють його вiд iнших. Тобто, для визначення якостi капiталу необхiдно чiтко визначити його вiдмiннi властивостi, якi в подальшому будуть формувати основу iдентифiкацiї та формалiзацiї даної категорiї з урахуванням специфiчностi тематичних дослiджень. Узагальнення теоретичного доробку щодо визначення капiталу дозволяє говорити про неоднозначнiсть та багатоаспектнiсть представлених наукових позицiї, що значно ускладнює задачу видiлення iманентних ознак капiталу. Важко не погодитися з висловом британського дослiдника К. Блiсса, який зазначив: «Коли економiсти досягнуть порозумiння у проблемi капiталу, то незабаром досягнуть порозумiння i в кожнiй проблемi» [2, с. 185]. У дослiдженнях К. Рябiкiної, яка представила результати упорядкування економiчного змiсту капiталу, доводиться, «що кожне з його трактувань мiстить характеристику певного аспекту, кожний пiдхiд висвiтлює частину iстини про капiтал, але не розкриває його природу повнiстю... Iстинна сутнiсть категорiї «капiтал» знаходиться на перетинi наукових пiдходiв, а правомiрнiсть їх застосування буде залежати вiд того ракурсу, у якому постає окрема проблема» [3, с. 25]. Тематично, капiтал дослiджується як ресурс, грошi, багатство, вартiсть, цiннiсть, вiдносини, iн., що дозволяє говорити про те, що йому стають притаманними властивостi усiх категорiї, що його визначають. При цьому, якщо, видiлити тi характеристики, якi є присутнiми у кожному тематичному напрямку дослiджень, то специфiчними можна вважати здатнiсть до вiдтворення, накопичення, конвертацiї форм, створення нової вартостi. За сучасних постiндустрiальних умов дiяльностi пiдприємства визначенi характеристики набувають нових специфiчних особливостей,

при цьому сама сутнісна характеристика даних аспектів є базовою з точки зору визначення економічної природи капіталу.

У фінансовому аспекті дослідження капіталу підприємства в межах бухгалтерської та вартісної аналітичних моделей базовими його характеристиками визначають ризик, ліквідність, доходність, які набувають специфічності вимірювань, при цьому змістовна складова зберігається. У дослідженнях, що пов'язані з оцінкою ефективності банківської діяльності якість капіталу визначається його достатністю та придатністю, які у свою чергу, формують ліквідність та платоспроможність банку. Якщо логіку достатності та придатності капіталу імплементувати в аспект визначення його якості то можна сформувати певну логічну конструкцію, у якій буде розкриватися зміст досліджуваної категорії, з урахуванням іманентних економічних характеристик капіталу.

Узагальнення наукових джерел дозволяє визначити достатність банківського капіталу як загальну оцінку надійності його діяльності, ступінь її ризикованості. Для підприємства достатність капіталу визначається як такий її рівень, який є необхідним для забезпечення безперервного функціонування бізнесу, підтримки платоспроможності та фінансової стійкості, нарощення темпів економічного зростання та розв'язання стратегічних задач [4, с. 84]. У такій інтерпретації вимірювання достатності капіталу підприємства здійснюється на основі оцінювань: дефіциту/надлишку власних оборотних коштів для формування запасів підприємства (модель фінансової стійкості); реінвестованого прибутку для забезпечення економічного зростання (коефіцієнт економічного зростання підприємства); структури капіталу, з точки зору достатності власних коштів для компенсації фінансового ризику.

Термін «придатність капіталу» у наукових джерелах чітко невизначено і традиційно використовується у публікаціях на фінансову тематику. З точки зору формалізації придатність капіталу підприємства визначається через ефективністю його використання у процесах цільової діяльності [5], а її вимірювання здійснюється в аспектах ліквідності, доходності, ділової активності на основі систем показників, які формуються у різних тематичних аспектах, які визначаються спрямованістю відповідних оцінювань.

Якщо узагальнити наведену низку логічних міркувань (рис. 1), то можна сформулювати такий підхід до визначення якості капіталу підприємства: це сукупність характеристик капіталу, що визначають його здатність до відтворення, накопичення, конвертації форм та формування нової вартості, що у єдності взаємозв'язку визначають його придатність та достатність, які забезпечують цільову діяльність підприємства. Такий зміст актуалізує потребу у конкретизації понять достатності та придатності з урахуванням сучасної специфіки капіталу підприємства за постіндустріальних умов його діяльності.

Одним із розповсюджених підходів до дослідження капіталу підприємства є ресурсний. Особливістю сучасних досліджень ресурсів є те, що з одного боку, це засоби (джерела) забезпечення досягнення цілей, з іншого — можливості бізнес-середовища для розвитку (ресурсна концепція стратегічного менеджменту). Така логіка дозволяє говорити про те, що ресурсна природа капіталу як засобу досягнення цілей визначає рівень його достатності, а характеристика

капіталу через можливості розвитку підприємства — придатності. Якщо підхід до оцінювання достатності з точки зору традиційної тематики ресурсів є певною мірою зрозумілим та визначеним, то аспект дослідження придатності капіталу через оцінювання можливостей розвитку є новим та потребує дослідження.

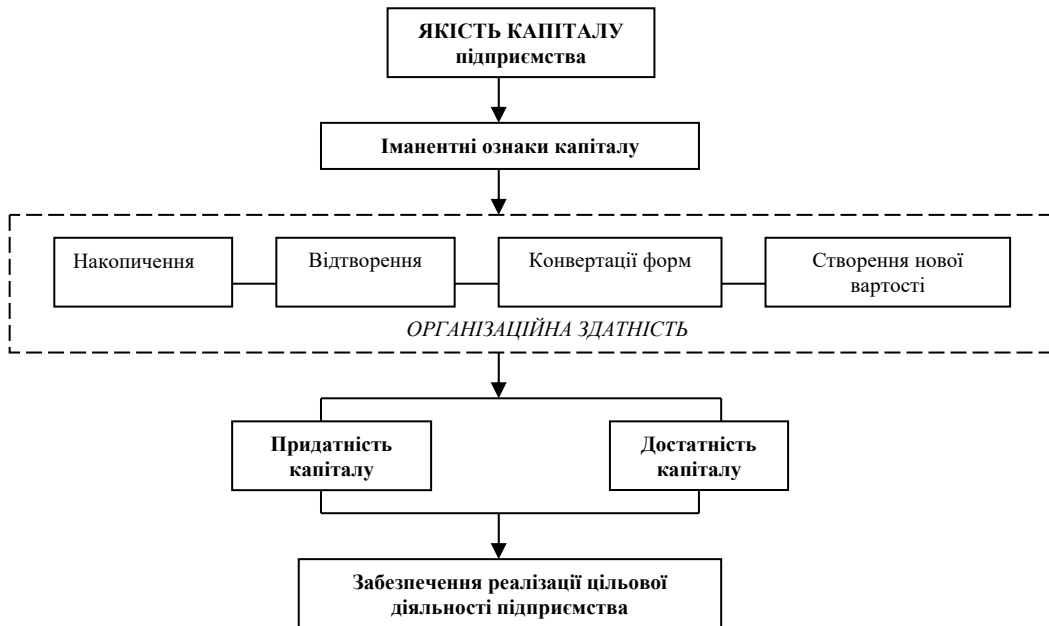


Рис. 1. Логічна конструкція визначення якості капіталу підприємства

Джерело; формалізація авторської логіки

Проблематика перетворення ресурсів на капітал досліджена у наукових працях А. Гриценка, І. Репіної, В. Буханця, Є. Смирнова, Н. Шевчук та узагальнено може бути представлена послідовністю таких процесів (рис. 2): ідентифікація та оцінювання можливостей зовнішнього середовища та перетворення їх на ресурси [6–8]; активація ресурсів [9]; продуктивне використання ресурсів та перетворення їх на потоки доданої вартості [10].

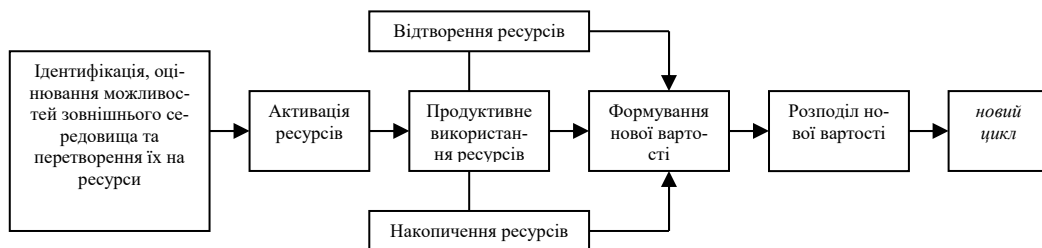


Рис. 2. Ресурсний аспект руху капіталу підприємства

Джерело: формалізовано автором

Відповідно до даної логіки придатність капіталу буде визначатися на кожному етапі представленого формалізованого циклу. Так, ідентифікація та оцінювання можливостей зовнішнього середовища та їх перетворення на ресурси вимагає не тільки наявності інформації та знань, а і вмінь їх використовувати таким чином, щоб трансформувати невизначеність та складність середовища як простору необмежених можливостей на ресурси. Такий аспект актуалізує дослідження придатності капіталу у ментально-когнітивній площині, а складність вимірювань полягає у відсутності об'єктивованих форм капіталу для здійснення відповідних оцінювань. На етапі активації ресурсів, безпосередньо відбувається формування ресурсів як засобів забезпечення цільової діяльності, а формою прояву виступають різні види капіталу — «власний — позиковий», «основний — оборотний — інтелектуальний», «виробничий — фінансовий — соціальний», ін. На даному етапі визначається як рівень достатності капіталу, так і придатності з точки зору формування засобів, адекватних досягненню поставлених цілей. У процесах продуктивного використання пріоритетного значення набуває організаційна здатність, призначення якої полягає у пошуку оригінальних способів поєднання ресурсів. Тобто, на даному етапі придатність капіталу буде визначатися не тільки техніко-технологічним рівнем ресурсної бази, а і відповідністю параметрів людського та організаційного капіталів: взаємозв'язком особливих навичок, вмінь персоналу та інноваційних технологій, комунікаційних, знанневих, інформаційних, партнерських, лідерських аспектів капіталу як фактору взаємодії та взаємовідносин. Формування нової вартості є результатом реалізації попередніх процесів капіталоутворення, а подальший розподіл новоствореної вартості є пов'язаним із реінвестуванням та реалізацією наступного циклу руху капіталу. Таким чином, визначення придатності капіталу може здійснюватися у розрізі різних форм капіталу, при цьому кінцевим результатом їх взаємодії та взаємовідносин буде виступати поєднання аспектів достатності та придатності у вигляді величини новоствореної вартості.

Якщо величина новоствореної вартості виступає узагальнюючою мірою якості капіталу, то відповідні вимірювання достатності та придатності має сенс здійснювати на основі фінансового моделювання вартості підприємства. Вартісна природа капіталу підприємства набула розвитку у дослідженнях І. Астраханцевої, Д. Волкова, І. Івашковської, М. Кудіної, О. Мендрула, Т. Теплової, Л. Фролової, О. Мних, О. Лісніченко, К. Рябікіної, Н. Шевчук. Однією з методологічних проблем даного аспекту є обґрунтування вибору виду вартості, як концептуальної основи визначення та вимірювання якості капіталу підприємства. На основі узагальнення наукової аргументації різних авторських позицій, у подальшому за основу буде прийнято фундаментальну вартість, яка науковим та бізнес-товариством визнана як одна з найбільш адекватних концепцій, яка розкриває сутність взаємозв'язку вартості та капіталу підприємства.

У науковій літературі принципово виділяють два методологічні підходи до вимірювання фундаментальної вартості капіталу — на основі дисконтованих грошових потоків та потоків економічного прибутку. З точки зору математичної формалізації концепція економічного прибутку характеризується більш високим аналітичним потенціалом, так як існуючі метрики та практики її реалізації

мають у своєму аналітичному арсеналі такі моделі аналізу, що відрізняються високим рівнем факторної інтерпретації. Відповідно до класифікації Д. Волкова такими моделями є такі, що базуються на балансових оцінках та показниках (моделі остаточного прибутку (*RI, Residual Income*); економічної доданої вартості (*EVA, Economic Value Added*); ринкової доданої вартості (*MVA, Market Value Added*)) [11, с. 213 — 220] і такі, що базуються на грошових потоках (модель доданої грошової вартості (*CVA, Cash Value Added*)) [11, с. 221 — 239]. Незалежно від вибору моделі вимірювання, загальна їх змістовна факторна інтерпретація може бути представлена як показано на рис. 3.



Рис. 3. Факторна інтерпретація економічного прибутку підприємства

Джерело: формалізовано автором

Представлена формалізація дозволяє ідентифікувати аналітичні проєкції вимірювання якості капіталу, які описуються такими параметрами як ризик, доходність, ліквідність, що корелює з визначенням, представленим І. Івашковською. При цьому варто звернути увагу ще на один аспект, який пов'язаний із таким параметром як зростання. Так, за логікою факторної інтерпретації доданої вартості підприємства основним фактором, що її формує є прибутковість реалізації продукції (послуг). Усі інші, продуктивність, ліквідність, величина капіталу, привносять ефект зростаючої тенденції. Тобто, фактор економічного зростання стає основою формування доданої вартості бізнесу і не тільки кількісного, а і якісного. Узагальнення результатів вимірювання якості капіталу підприємства на основі поєднання рівнів його достатності та придатності дозволяють формалізувати авторське бачення, яке представлено на рис. 4.

Так, вимірювання якості капіталу здійснюється в проєкціях ризику, ліквідності, доходності та зростання, які як результуючі формуються як у аспекті достатності так і придатності капіталу. Рівень придатності капіталу визначається обсягом та кількісною структурою. Придатність є порівняно більш складною характеристикою якості капіталу, яка формується на основі видової структури та продуктивності активів, що функціонують у об'єктивованому та інкорпорованому просторах, раціональності структури капіталу.

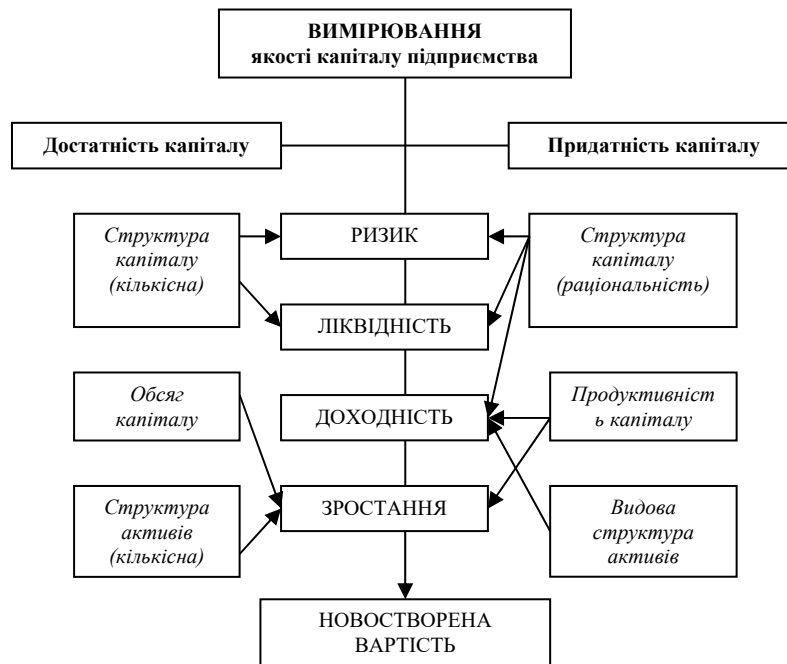


Рис. 4. Вимірювання якості капіталу підприємства

Джерело: сформовано автором

Висновки. Підсумовуючи результати проведеного дослідження можна говорити про те, що категорія «якість капіталу» набуває актуальності за постіндустріальних умов діяльності підприємства, специфічність яких полягає у інтелектуалізації та гуманізації суспільних процесів, що безпосередньо, впливає на процеси формування вартості, формою прояву яких є капітал. За таких умов якісні характеристики капіталу стають домінуючими над кількісними, а рівень його придатності перестає вимірюватися у категоріях кількості економічних благ та прибутку. Визначивши змістовну природу якості капіталу та її вимірювання подальші дослідження автора будуть спрямованими на обґрунтування методичного підходу до оцінювання якості капіталу, а також формування механізмів її забезпечення за сучасних умов діяльності підприємства.

Література

1. Ивашковская И. В. Стратегический финансовый анализ: Инструменты. / И. Ивашковская. — М. : Бизнес Элайнмент, 2012. — 143 с.
2. Мельничук Д. П. Капітал як базова категорія економічної науки: сучасні підходи та відображення у теорії людського капіталу / Д. П. Мельничук // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. — 2012. — Вип. 2 (23). — С. 181–188.

3. Рябікіна К. Г. Капітал підприємства як об'єкт економічного управління / К. Г. Рябікіна // Бізнес-Інформ: наук. журн. — 2014. — № 10. — С. 23–29.
4. Марсагішвілі Т. Г. Достаточность капитала компаний как фактор стратегического развития / Т. Г. Марсагішвілі // Финансы, денежное обращение и кредит. — 2015. — № 12 (133). — С. 83 — 86
5. Куц Л. Л. Капітал підприємства: формування та використання. Опорний конспект лекцій / Т.Т. Куц — Тернопіль, ТНЕУ, 2012. — 114с.
6. Смирнов Є. В. Управління ресурсами підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Є. В. Смирнов. — К.: 2014. — 20 с.
7. Шевчук Н.В. Стратегічні аспекти формування фундаментальної вартості підприємств / Н.В. Шевчук // Проблеми та перспективи ринково-орієнтованого управління підприємствами: теорія, методологія, практика : Колективна монографія. — К.: Національний університет «Київ-Могилянська Академія», СПРЕС, 2015. — 534 с. — С. 147 — 160
8. Буханець В. В. Стратегічна логіка капіталізації підприємства / В. В. Буханець // Стратегія підприємства у постіндустріальному світі : Монографія / За ред. А.П. Наливайка та О.М. Гребешкової. — К. : КНЕУ, 2017. — 418 с. — 224 — 237
9. Репіна І.М. Активи підприємства: таксономія, діагностика та управління : Монографія / І.М. Репіна. — К.: 2012, КНЕУ — 274 с.
10. Гриценко А. А. Капіталізація и соціалізація економіки в ретроспективе и перспективе / А. А. Гриценко. // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. — Вип. 15. — 2009. — С. 191–195
11. Волков Д. Л. Теория ценностно-ориентированного менеджмента: финансовый и бухгалтерский аспекты : Монография / Д.Л. Волков — СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008. — 320 с.

References

1. Ivashkovskaya, I. V. (2012) *Strategicheskij finansovyy analiz: Instrumenty* Moskva : Biznes Elajment (in Russ)
2. Melnychuk, D. P. «Kapital yak bazova katehoriia ekonomichnoi nauky: suchasni pidkhody ta vidobrazhennia u teorii liudskoho kapitalu» *Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu*, 2 (2012): 181 — 188 (in Ukr)
3. Riabykina, K. H. «Kapital pidpriemstva yak obiekt ekonomichnoho upravlinnia» *Biznes-Inform: nauk. Zhurn*, 10 (2014): 23–29 (in Ukr)
4. Marsagishvili, T. G. «Dostatochnost kapitala kompanij kak faktor strategicheskogo razvitiya» *Finansy, denezhnoe obrashenie i kredit*, 12 (2015): 83 — 86 (in Russ)
5. Kuts, L. L. (2012) *Kapital pidpriemstva: formuvannia ta vykorystannia. Oporny konspekt lektsii* Ternopil : TNEU (in Ukr)
6. Smyrnov, Ye. V. (2014) *Upravlinnia resursamy pidpriemstva: avto-ref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diialnosti)»* Kyiv : KNEU (in Ukr)
7. Shevchuk, N.V. «Stratehichni aspekty formuvannia fundamentalnoi vartosti pidpriemstv» In *Problemy ta perspektyvy rynkovo-orientovanoho upravlinnia*

pidpriemstvamy: teoriia, metodolohiia, praktyka : Kolektyvna monohrafiia, 147 — 160. Kiev : Natsionalnyi universytet «Kyivo-Mohylianska Akademiia», 2015 (in Ukr)

8. Bukhanets, V. V. «Stratehichna lohika kapitalizatsii pidpriemstva» In *Stratehiia pidpriemstva u postindustrialnomu sviti : Monohrafiia / Za red. A.P. Nalyvaika ta O.M. Hrebeshkovoii*, 224–237. Kiev : KNEU, 2017 (in Ukr)

9. Rieпина, I.M. (2012) *Aktyvy pidpriemstva: taksonomiia, diahnostryka ta upravlinnia : Monohrafiia* Kiev : KNEU (in Ukr)

10. Gricenko, A. A. «Kapitalizaciya i socializaciya ekonomiki v retrospektive i perspektive» *Metodologiya, teoriya ta praktika sociologichnogo analizu suchasnogo suspilstva*, 15 (2009): 191–195 (in Russ)

11. Volkov, D. L. (2008) *Teoriya cennostno-orientirovannogo menedzhmenta: finansovyj i buhgalterskij aspekty : Monografiya* Sankt-Peterburg : Vysshaya shkola menedzhmenta (in Russ)

ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ИЗМЕРЕНИЕ КАЧЕСТВА КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Магдалюк А.В., аспирант кафедры финансов, банковского дела и страхования
ГБУЗ «Университет банковского дела»

Аннотация. В статье представлено определение категории «качество капитала предприятия» как совокупности специфических характеристик (способность к накоплению, воспроизведение, конвертации форм, создание новой стоимости), определяющие экономическую природу капитала. Аргументирована целесообразность рассмотрения качества капитала на основе единства взаимосвязи таких аспектов исследования как достаточность и пригодность капитала. Сделано уточнение категорий достаточности и пригодности и сформирована совокупность капитальных параметров, которые их определяют. Представлен цикл кругооборота капитала как экономического ресурса в расширенном формате (идентификация и оценка возможностей внешней среды и превращение их в ресурсы; активация ресурсов; накопление и воспроизводство капитала; продуктивное использование активов и превращение их в потоки добавленной стоимости), то есть с учетом исследований капитала с позиций перспективы развития (не только как средства/источники целевой деятельности предприятия, но и как возможностей его развития). Сформированы проекции, на основе которых осуществляются измерение достаточности и пригодности капитала и определены характеристики, которые во взаимосвязи определяют такие проекции. Аргументирована целесообразность введения проекции «роста», как характеристики способности капитала к наращиванию вновь созданной стоимости. Измерение качества капитала предложено осуществлять в соответствии с логикой стоимостного моделирования, а за соответствующую методическую базу принять концепцию экономической прибыли.

Ключевые слова: капитал предприятия, качество капитала, достаточность капитала, пригодность капитала, добавленная стоимость бизнеса, экономическая прибыль.

DEFINING AND MEASURING THE QUALITY OF THE CAPITAL OF THE ENTERPRISE

Oleksii V. Magdaliuk,
SHEI «University of Banking»

Abstract. The article presents the definition of the category «quality of enterprise capital» as a set of specific characteristics (ability to accumulate, reproduce, convert forms, create a new value), which determine the economic nature of capital. The expediency of determining the content of capital quality based on the unity of the relationship between such aspects of its research as sufficiency and suitability are substantiated. The definition of sufficiency and suitability categories has been made and a set of capital parameters that determine them were formed. The cycle of capital turnover as an economic resource in the expanded format (identification and evaluation of the possibilities of the environment and their transformation into resources, activation of resources, accumulation and reproduction of capital, productive use of resources and their transformation into value added flows) are presented, and taking into account capital research from the point of view prospects of development (not only as a means / sources of the target enterprise activity, but also as opportunities for its development).

The basis of the projection is formed, on the basis of which the measure of sufficiency and capital adequacy are carried out, and the characteristics which interact determine such projections are determined). The expediency of introducing the projection of «growth» as the characteristics of the ability of capital to increase the newly created value is argued. Measurement of the quality of capital is proposed to be carried out in accordance with the logic of cost modeling, and for the appropriate methodological basis to adopt the concept of economic profit.

Keywords: capital of the enterprise, quality of capital, sufficiency of capital, suitability of capital, added value of business, economic profit.

Стаття надійшла до редакції 05.04.2018

УДК 005.72:005.42-052]:330.567.2/4

*Кубарева Ірина Володимирівна**
*Нотевський Євгеній В'ячеславович***

**ВЗАЄМОДІЯ УНІВЕРСИТЕТУ ІЗ ЦІЛЬОВИМИ АУДИТОРІЯМИ
НА ЗАСАДАХ ТЕОРІЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА ТА ТЕОРІЇ
СТЕЙКХОЛДЕРІВ: ОЦІНКА СТАНУ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ**

Анотація. Виходячи із конкурентного розвитку ринку освітніх послуг запропоновано системно розглядати процес взаємодії університету як закладу вищої освіти (ЗВО) із його ключовою цільовою аудиторією — студентами. Визначено особливості взаємодії університету та студентів на різних етапах: під час вступної кампанії, під час навчання й після його закінчення. Підхід до оцінювання реакцій споживача освітніх послуг адаптовано із урахуванням особливостей цієї сфери та запропоновано аналізувати поведінку студентів через різні рівні сприйняття — когнітивний, афективний та поведінковий із відповідними показниками. На основі розробленої системи показників проведено оцінювання реакцій студентів як споживачів освітніх послуг та здійснено аналіз результатів. Виявлено проблемні зони й перспективні напрями розвитку взаємодії університету та студентів, ідентифіковано ключових стейкхолдерів процесу.

Ключові слова: взаємодія, цільова аудиторія університету, теорія поведінки споживача, теорія стейкхолдерів.

Вступ. ХХІ століття можна сміливо назвати яскравою епохою реформування вищої освіти в Україні. Сьогодні вживається чимало різноманітних заходів щодо поліпшення навчально-освітньої діяльності ЗВО, та варто зазначити, що для всіх них спільним є спрямованість освітніх програм на студента не просто як на людину, що навчається задля здобуття вищої освіти або ж отримання диплома, а як на реального споживача освітніх послуг, який повсякчас знаходиться в умовах невизначеності та ризику. Безсумнівним фактом є те, що сьогодні орієнтація на студента-споживача освітніх послуг з теоретичної площини переходить на платформу практики, змушуючи вищі навчальні заклади вдосконалюватись та розвиватись, шукати та ініціювати створення нових механізмів взаємодії із студентами. Необхідним при цьому є залучення до створення та реалізації цих механізмів всіх ключових стейкхолдерів університету, так як це забезпечить розподіл ролей і функцій учасників процесу взаємодії із студентами та зробить його ефективним і персоніфікованим. Саме розуміння виокремлених рис поведінки студентів у виборі освітніх послуг та важелів впливів на неї через ключо-

* *Кубарева Ірина Володимирівна* — канд. екон. наук, доцент кафедри стратегії підприємств, ДЗВО «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», irinav.kubareva@gmail.com

** *Нотевський Євгеній В'ячеславович* — голова студентської академічної ради факультету економіки та управління ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», президент Миколаївської обласної організації лідерів молодіжного самоврядування «Молодь — майбутнє нації», evgeniynotevskiyenot@gmail.com

вих стейкхолдерів дозволять ЗВО обирати та використовувати по-справжньому дієві форми комунікацій і паралельно з цим вищий навчальний заклад отримає значну перевагу в конкурентній боротьбі порівняно з іншими учасниками ринку освітніх послуг.

Актуальні проблеми, пов'язані з розвитком сфери освіти в різних періодах, розкрито в наукових працях багатьох вітчизняних та іноземних вчених. Питанню висвітлення аспектів маркетингової складової освітньої сфери приділено значну увагу таких науковців як Оболенська Т. Є., Шевченко Д. А. та Захарова І. В. та інших. Вагомий внесок у дослідження поведінки студентів як споживачів освітніх послуг зробили Магдугалл Д., Маккорт А., Гронрос К., Сарджент С., Бондаренко В. А., Ісаєнко Ю. В., Фоменко Т. В., Мельникова О. Т., Сагайдак М. П. та інші. У своїх наукових публікаціях плеяда вчених у складі Жарської І. А., Ілляшенка С. М., Шипуліної Ю. С. акцентують увагу на новітніх можливостях розвитку освітньої сфери, пов'язаних із отриманим ефектом від сучасних технологій навчання та комунікацій. Передумови впровадження стратегічного процесу в університеті як організації, що створює знання, формування ціннісної пропозиції університету, а також засади управління розвитком закладу вищої освіти з орієнтацією на потреби ключових стейкхолдерів представлені у наукових роботах Вострякова О. В., Гребешкової О. М., Решетняк Т. І. Положення теорії стейкхолдерів досліджені у працях Е. Фрімана, Р. Аскофа, Престона, Гаценко Л.В. тощо, а також включені у міжнародний стандарт проектного управління РМВОК, де визначено сутність теорії стейкхолдерів, зміст процесів управління ними, проте актуальними залишаються питання взаємодії із стейкхолдерами на рівні ЗВО.

Постановка задачі. Ефективна взаємодія ЗВО із основними споживачами освітніх послуг потребує побудови необхідного підґрунтя, яке формується через розуміння очікувань цільової аудиторії споживачів ЗВО та шляхом залучення у процеси взаємодії всіх ключових зацікавлених сторін. Тому метою дослідження є визначення уподобань студентів щодо послуг освітньої сфери під час навчання у ЗВО; дослідження та аналіз поведінки студента як споживача освітніх послуг задля забезпечення успішної взаємодії ЗВО та його цільових споживачів, а також ідентифікація ключових стейкхолдерів університету для найбільш ефективного залучення у процеси взаємодії із цільовою аудиторією.

Результати. Дуже висока конкуренція у сфері освіти, посилення вимог зі сторони споживачів до якості освітніх послуг, швидка інтеграція України в Європейський освітній простір — усе це змушує сучасні заклади вищої освіти постійно вдосконалювати існуючі методи взаємодії зі студентами, впроваджуючи інновації в навчально-освітню діяльність. Протягом досить тривалого часу, починаючи від філософських середньовічних течій до виокремлення самостійної науки в ХХ столітті, можна прослідкувати генезис розвитку «поведінки споживача» як однієї з основних складових наукового середовища мікроекономіки. Концепція «поведінки споживача» має універсальний характер, а також використовується підприємствами та організаціями різноманітних форм власності та сфер діяльності. У нашому дослідженні ми розглядатимемо сучасний заклад вищої освіти як «організацію», що в умовах конкурентної боротьби прагне вес-

ти успішну діяльність, спрямовуючи всі свої ресурси на задоволення потреб та врахування уподобань студентів (цільових споживачів).

Акцентуючи увагу на студентів-споживачеві освітніх послуг, ми хочемо зазначити, що процес задоволення споживачів у даному контексті потрібно розглядати в двох площинах [8]: первинне задоволення від вступу до закладу вищої освіти (навчання в ньому та успішне його завершення) та кінцеве задоволення — після сприйняття ринком праці споживача освітньої послуги [9]. Беззаперечним фактом є те, що, з одного боку, вступаючи до ЗВО абітурієнт формує для себе певні очікування щодо процесу навчання, комфортності мешкання в гуртожитку, проведення вільного часу, і нарешті, отримання певних кваліфікацій. Тому, оцінюючи якість навчання і пропонуючи цей заклад своїм друзям і знайомим, студенти і випускники в першу чергу оцінюють комфортність навчання (зручність розташування і доступність, матеріальні бази) та професійність викладачів. З іншого боку, більшістю абітурієнтів вступ до «дорогих» закладів [10, 11, 12] розглядається як інвестиції в майбутнє, тому для них вкрай важливою є можливість бути сприйнятими роботодавцем і отримувати гідний зарібок у майбутньому. І кінцеве задоволення освітньою послугою, на наш погляд, виникає лише після отримання гідної роботи та відповідної грошової винагороди, тобто після того, як випускник ЗВО зміг скористатися отриманими знаннями та кваліфікацією.

На наш погляд, взаємодію між університетом та студентами варто розглядати через 3 етапи: I — ідентифікація та визначення цілей (під час вступної кампанії), II — співпраця та реалізація інтересів (під час навчання) та III — стратегічне партнерство та побудова репутації (після закінчення навчання).

Необхідно розуміти, що незважаючи на те, що на початковому етапі весь маркетинг освітніх послуг ЗВО спрямовується на абітурієнтів, після вступу до закладу вищої освіти вони, уже в статусі студентів, продовжують бути споживачами, і при цьому отримують те «первинне» задоволення від наданих послуг. У нашому дослідженні ми проаналізуємо поведінку студента як споживача освітніх послуг, спираючись на загальновідомий підхід професора Жан-Жака Ламбена [13]. Так, учений пропонує своєрідну ієрархію «пізнання-відчуття-дія», суть якої полягає в тому, що різні рівні реакції покупця на діяльність підприємства чи фірми можна класифікувати за трьома категоріями: *пізнавальна (когнітивна) реакція*, яка пов'язує засвоєну інформацію з усвідомленням; *емоційна (афективна) реакція*, пов'язана з установками і системою оцінки; і *поведінкова реакція*, що характеризує дію, причому не тільки власне акт купівлі, а й поведінку після неї. Використовуючи зазначений метод, Ж. Ж. Ламбен визначав не лише до чого схилиються споживачі (їхні уподобання), а й підтверджував вагомий роль конкурентних переваг як характеристик, властивостей товарів або марок, які створюють для підприємства певні переваги над своїми безпосередніми конкурентами. Ці характеристики відносяться як до самого товару, так і до додаткових послуг, що супроводжують товар, до форм виробництва, збуту або продажу, які є специфічними для підприємства або продукції. Кожен із рівнів реакції споживача на діяльність підприємства передбачає розрахунок певних показників, за якими в подальшому можна дати широку характеристику діям покупця.

Отже, визначимо, які показники доцільно використовувати саме в сфері освітніх послуг. При цьому враховуємо, що в нашому дослідженні ми орієнтуватимемося на такі цільові групи: абітурієнти та студенти (I та IV курси).

I. *Когнітивний рівень*. Даний рівень за своїм первинним значенням передбачає розрахунок здебільшого двох показників: обізнаність споживачів та їхня реакція на «рекламу».

У сфері освітніх послуг у першу чергу необхідно проаналізувати обізнаність абітурієнтів про заклади вищої освіти (ЗВО), сутність певної спеціальності, особливості навчання у ЗВО тощо. Важливим елементом широкого дослідження поведінки споживача є аналіз рівня згадування абітурієнтами закладів вищої освіти та їх оцінка рівня пріоритетності. Що ж стосується реакції на «рекламу», то слід виділити її дві основні риси: помітність (відсоток абітурієнтів, що бачили рекламу) та істинне відтворення (відсоток абітурієнтів, які правильно розуміють зміст реклами).

II. *Афективний рівень*. Головною складовою афективного рівня виступає установка (тобто ставлення) споживачів до товарів чи послуг як у цілому, так і до окремих елементів.

В освітній сфері варто одночасно проводити дослідження щодо ставлення потенційних споживачів (абітурієнтів) до послуг закладу вищої освіти та безпосередньо реальних споживачів (студентів даного ЗВО). Щодо абітурієнтів, то необхідно виявити чинники, які впливають на вибір університету та вивчити їх наміри стосовно отримання певного фаху. Що ж стосується реальних споживачів освітніх послуг, то потрібно визначити ступінь задоволеності освітніми послугами, які надає конкретний університет, організацією навчального процесу, наміри студентів бакалаврату продовжувати навчання в ЗВО, вступивши в магістратуру, схильність до вибору щодо мови навчання.

III. *Поведінковий рівень*. При аналізі поведінкового рівня зазвичай увага зосереджується на дослідженні купівельних звичок споживачів та аналізі ринкових часток певних торгівельних марок.

У сфері освітніх послуг до поведінкового рівня в першу чергу варто відносити абітурієнтів, студентів, які відвідують позанавчальні заходи ЗВО (дні відкритих дверей, конференції, олімпіади тощо). Студенти, будучи раціональними споживачами, обиратимуть певні «набори благ», що забезпечуватимуть їм активний подальший розвиток, або ж зупинятимуть на визначеному етапі.

У табл. 1 наведено систематизований перелік критеріїв, за допомогою яких варто оцінити поведінкову реакцію споживачів освітніх послуг.

Для поглиблення аналізу ступеня задоволеності реальних споживачів освітніми послугами та визначення їх уподобань, було проведено дослідження шляхом опитування студентів I та IV курсів ДЗВО «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». В анкетуванні взяло участь 46 студентів I курсу та 21 студент IV курсу. Було складено 2 види анкет: I — комплексний для студентів I курсу, що дасть можливість проаналізувати їхню поведінку від абітурієнтів і до поточного періоду; II — для студентів IV курсу (аналіз поведінки як випускників бакалаврату).

Проаналізувавши відповіді респондентів, ми можемо схарактеризувати рівень кожного показника когнітивного, афективного та поведінкового рівня реакцій на студентів-споживачів освітніх послуг на діяльність ЗВО.

Таблиця 1

КРИТЕРІЇ ДЛЯ ОЦІНКИ РЕАКЦІЇ СТУДЕНТІВ-СПОЖИВАЧІВ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Рівень реакції	Критерії за визначеною цільовою групою	
	Абітурієнти	Студенти
Когнітивний	<ul style="list-style-type: none"> - обізнаність щодо вищого навчального закладу (враховуючи пріоритетну оцінку); - реакція на рекламні дії та рівень їх запам'ятовування і відтворення; - обізнаність стосовно позанавчальних заходів, що проводяться ЗВО. 	<ul style="list-style-type: none"> - обізнаність щодо можливості участі в позанавчальних заходах ЗВО та різноманітних програмах обміну; - обізнаність щодо особливостей навчання в бакалавраті та магістратурі.
Афективний	<ul style="list-style-type: none"> - чинники/пріоритети, що впливають на вибір вищого навчального закладу; - наміри вступати до конкретного ЗВО (враховуючи уподобання та обмеженість ресурсів). 	<ul style="list-style-type: none"> - задоволеність наданням освітніх послуг, організацією навчального процесу; - ступінь виправдання очікувань; - уподобання щодо мови навчання; - наміри вступати до магістратури.
Поведінковий	<ul style="list-style-type: none"> - рівень відвідування дня відкритих дверей; - рівень відвідування лекцій, форумів від викладачів ЗВО. 	<ul style="list-style-type: none"> - участь у позанавчальних заходах, що проводяться вищим навчальним закладом; - участь у різноманітних програмах обміну; - схильність до зміни форми освіти за видами, враховуючи особистісні уподобання; - схильність раціонального вибору «наборів» освітніх послуг.

Джерело: складено авторами на основі [14, 15].

Когнітивний рівень

1. Обізнаність щодо вищого навчального закладу.

Студентам I курсу було запропоновано дати відповідь на запитання: «Чи було вам відомо, коли ви були абітурієнтами, що КНЕУ є одним з найкращих економічних вишів України?». Позитивну відповідь на дане питання надало 93% респондентів. Також 85% опитуваних дали відповідь, що пройшли конкурсний відбір за I пріоритетом. Тобто, можна сказати, що студенти I курсу свідомо зробили вибір.

2. Реакція на рекламні дії та рівень їх запам'ятовування і відтворення.

Для оцінки реакції на рекламу університету абітурієнтам було запропоноване наступне запитання: «Чи бачили ви рекламу КНЕУ? Якщо так, то де?». Анкетування показало, що із рекламою ЗВО знайомі лише 22% абітурієнтів, з них: 60% — через Інтернет-мережі, 10% — із участі у Всеукраїнському шкільному турнірі «Стратегія фірми» та 30% — через інформацію у школах. При цьому

78% потенційних абітурієнтів взагалі не бачили рекламу КНЕУ. Зазначений показник реакції на рекламу є достатньо невисоким.

3. *Обізнаність щодо можливості участі в позанавчальних заходах ЗВО та різноманітних програмах обміну.*

Для визначення обізнаності студентів щодо можливості участі в позанавчальних заходах ЗВО та різноманітних програмах обміну було поставлене таке питання: «Чи відомо вам, що є можливість участі в таких позанавчальних заходах КНЕУ, як студентська наукова конференція, олімпіади, круглі столи, програми обміну тощо?». На це питання серед студентів I курсу позитивну відповідь надало 73% респондентів, а серед студентів IV курсу — 91%. Тобто можемо спостерігати, що рівень обізнаності студентів «старту» та «фінішу» бакалаврату різниться (майже на 20%).

4. *Обізнаність щодо особливостей навчання в бакалавраті та магістратурі.*

Студентам було поставлене наступне запитання: «Чи знаєте ви, що існує можливість протягом бакалаврату перевестися на заочну форму навчання, обрати англomовні освітні програми тощо?». На це запитання 94% студентів I курсу та 96% студентів IV курсу надали позитивну відповідь. Такі результати свідчать про надзвичайно високий рівень обізнаності реальних споживачів освітніх послуг стосовно особливостей навчання в магістратурі.

Афективний рівень

1. *Наміри вступати до конкретного ЗВО (ставлення до закладу вищої освіти, враховуючи спеціалізацію, вплив референтних груп на вибір ЗВО).*

Для визначення намірів абітурієнтів щодо вступу в конкретний ЗВО, необхідно визначити спочатку їхні погляди стосовно того, у якому закладі вищої освіти (спеціалізованому чи неспеціалізованому) вони хотіли б здобувати освіту. Студентам I курсу було запропоновано визначити за шкалою Лайкерта [16] власну схильність до того чи іншого типу ЗВО (1 — повністю згоден, 5 — повністю не згоден). Згідно з результатами опитування середня оцінка склала 1,6 балів, тобто більшість студентів I курсу (будучи абітурієнтами) схилилася до думки, що якісну економічну освіту можна отримати лише в спеціалізованому ЗВО.

Варто зазначити, що наміри вступу абітурієнтів формують впливи своєрідних референтних груп [17, 18], які є стейкхолдерами університету. Для абітурієнтів такими групами є батьки, друзі, знайомі, випускники закладу вищої освіти, учасники онлайн конференцій та соціальних мереж Інтернету. Результати опитування студентів I курсу щодо ступеня впливу референтних груп на прийняття рішень стосовно вибору ЗВО зображено на рис. 1.

Відповідно до діаграми 44% абітурієнтів особисто обрали ЗВО, 29% прислухаються до порад своїх батьків, 10% звертають увагу на побажання родичів та 10% довіряють відгукам форумів та в соціальних мережах випускників та студентів вищого навчального закладу, 6% враховують думку своїх друзів та дуже низький вплив на абітурієнтів мають ЗМІ — всього лише 1%.

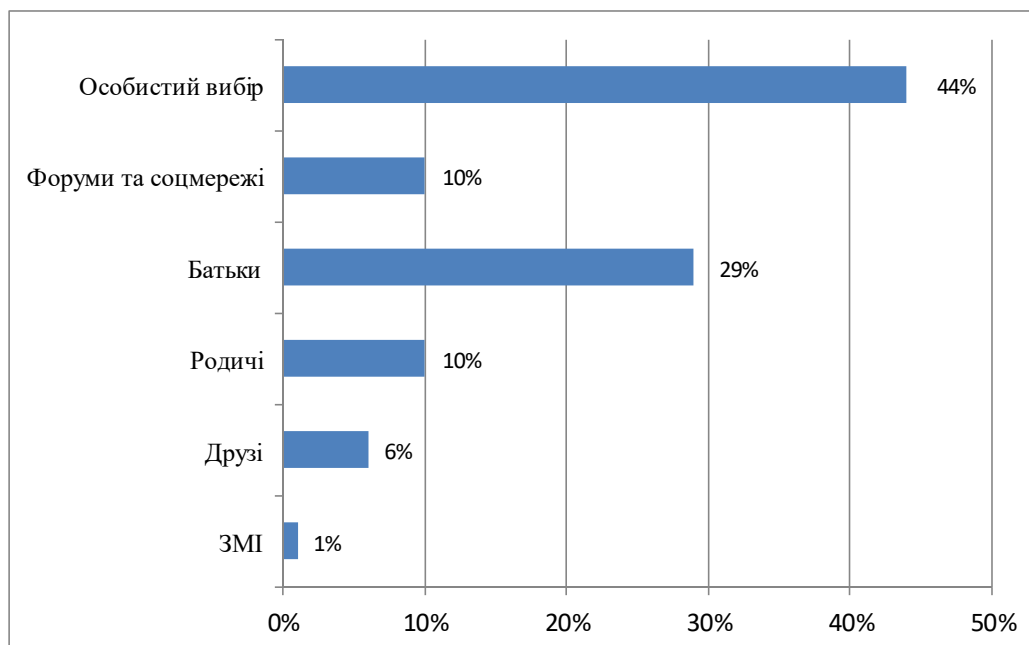


Рис. 1. Вплив референтних груп на прийняття рішень стосовно вибору закладу вищої освіти

розроблено авторами

2. Чинники, що впливають на вибір закладу вищої освіти.

Для аналізу чинників [17], враховуючи які абітурієнти обрали вищий навчальний заклад, було використано шкалу пріоритетності (1 — мінімальний вплив, 5 — максимальний вплив). Результати опитування представлено на рис. 2. Для абітурієнтів найбільш важливими є працевлаштування (4,5 б.), вартість навчання (4,3 б.), кількість бюджетних місць (4 б.), престижність ЗВО (3,9 б.) та конкурсний бал (3,6 б.).

3. Задоволеність наданням освітніх послуг, організацією навчального процесу.

Для визначення ступеня задоволеності студентів наданням освітніх послуг та організацією навчального процесу респондентам (студенти I та IV курсів) запропоновано оцінити їхню задоволеність від навчання та важливість визначених характеристик навчально-освітнього процесу [18]. Оцінка проводилася за 5-ти бальною шкалою (1 — задоволений / важливо, 5 — незадоволений / неважливо). В якості показників обрані такі як: практична база, технологія проведення семінарів та лекцій і методичне забезпечення. За кожним відповідним параметром розраховано коефіцієнт задоволеності (співвідношення середніх оцінок задоволеності та важливості) та середнє квадратичне відхилення. Результати зображені у вигляді матриці задоволеність / важливість на рис. 3.

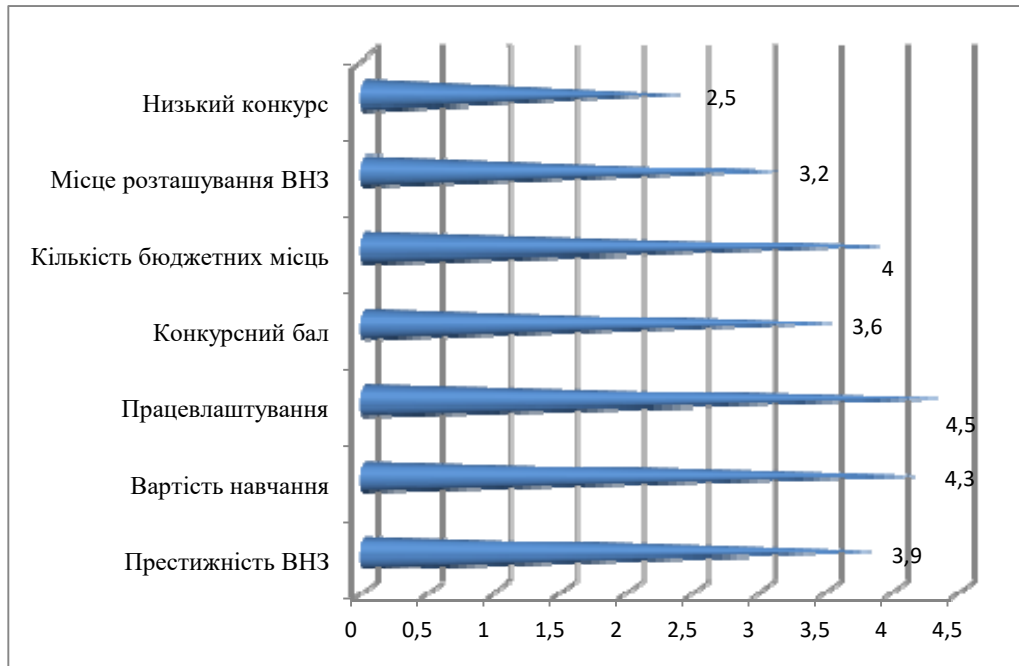


Рис. 2. Ступінь впливу факторів на вибір закладу вищої освіти
розроблено авторами

Згідно з матрицею всі показники знаходяться в Зоні 1. Співвідношення задоволеність/важливість перевищує 1. За кожним показником задоволеність вища, ніж важливість. Варто зазначити, що середня оцінка задоволеності за всіма показниками склала 7,56; а середня оцінка важливості — 6,78. Найбільше значення коефіцієнта задоволеності/важливості отримав показник «технологія проведення семінарів», до речі для нього середнє квадратичне відхилення є максимальним. Порівняно з цим показник «практична база» має найменший коефіцієнт задоволеності/важливості.

		Коефіцієнт задоволеності/важливості		
		1,0	1,0	1,0
		1,0	ТПЛ	ТПС
Зона 4	0,8	0,9	1,0	1,0
Зона 3				
Зона 2				
Зона 1				

ПР — практична база, ТПС — технологія проведення семінарів, МЗ — методичне забезпечення, ТПЛ — технологія проведення лекцій

Рис. 3. Матриця «Задоволеність/Важливість» для освітніх послуг ДЗВО «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», середнє квадратичне відхилення оцінок

розроблено авторами

4. *Ступінь виправдання очікувань від навчання.*

Для визначення ступеню виправдання очікувань від навчання відповідне питання було поставлене студентам I та IV курсів. Результати опитування показали, що в 72% респондентів очікування після вступу в КНЕУ виправдалися, проте 28% очікували більшого. Варто зазначити, що, порівнявши відповіді студентів I та IV курсів, можна зробити такий висновок: закінчуючи бакалаврат, задоволеність від навчання покращується. На I курсі багато студентів незадоволені, так як, не розуміють значення вивчення гуманітарних та загальноекономічних дисциплін, адже з III курсу з'являються спеціалізовані предмети.

5. *Уподобання щодо вибору мови навчання.*

Для визначення уподобань стосовно вибору мови навчання студентам ДЗВО «КНЕУ імені Вадима Гетьмана» було запропоновано обрати англomовне чи україномовне навчання. Відповідно до результатів, 67% респондентів схиляються до англomовного навчання, а 33% надають перевагу навчанню українською мовою. Дані результати є підтвердженням того, що сьогодні студенти розуміють не просто актуальність англійської мови, а безпринципову необхідність її вивчення, адже світ жорстокої конкуренції «обиратиме» найкращих.

6. *Наміри вступати до магістратури.*

Для визначення намірів випускників бакалаврату (студенти IV курсу) продовжувати навчання в КНЕУ, вступивши до магістратури, їм було запропоновано відповідне запитання. Позитивну відповідь надало 53%, що свідчить про те, що половина студентів схиляються до обрання магістратури.

Поведінковий рівень

1. *Відвідування Дня відкритих дверей, лекцій, форумів від викладачів закладу вищої освіти.*

Дні відкритих дверей, лекції, форуми від викладачів КНЕУ є одним з важливих елементів комунікативної політики закладу вищої освіти. Для виявлення задоволеності першокурсників, проведеними заходами ЗВО до вступу, ми поставили їм наступне питання: «Чи відвідували ви Дні відкритих дверей, лекції, форуми від викладачів «КНЕУ ім. В. Гетьмана?». Більше 70% дало негативну відповідь. Проте варто зазначити, що для 30% респондентів, тих, що надали позитивну відповідь, проведені заходи дуже вплинули на вибір ЗВО.

2. *Участь у позанавчальних заходах, що проводяться закладом вищої освіти, та різноманітних програмах обміну.*

Для ширшого визначення аналізу поведінки споживачів освітніх послуг студентам було запропоновано дати відповідь на наступне запитання: «Чи бере-те/брали ви участь у позанавчальних заходах КНЕУ (наукові конференції, олімпіади тощо) або програмах обміну?». Позитивну відповідь на подане запитання надало лише 37% респондентів, решта — не долучаються до подібних заходів.

3. *Схильність до зміни форми освіти за видами, враховуючи особистісні уподобання.*

Для визначення схильності студентів до зміни форми освіти за видами, враховуючи особистісні уподобання [18], респондентам було запропоновано дати відповідь на питання: «Чи бажаєте ви перевестися на заочну форму навчання?». Лише 9% опитаних надало позитивну відповідь, більшість студен-

тів надає перевагу денній формі навчання. Щодо бажання студентів навчатися дистанційно, більше 40% відповідей носило позитивний характер. Отже, студенти не проти долучення до інтерактивної взаємодії між викладачами на відстані за допомогою освітніх дистанційних технологій.

4. Схильність до раціонального вибору «наборів» освітніх послуг.

Для визначення схильності студентів до раціонального вибору освітніх послуг, для IV курсу було змодельовано наступну ситуацію: «На 4 курсі Вам зробили заманливу пропозицію щодо можливості влаштуватися на доволі пристойну роботу, але ви тільки-тільки закінчуєте бакалаврат. Які Ваші дії?». Відповіді респондентів розподілилися таким чином: 45% не погодилися б на пропозицію та навчалися далі; 37% намагалися б поєднувати навчання з роботою; 18% погодилися б на пропозицію та повністю віддавалися роботі.

Також усім студентам було запропоновано зробити наступний вибір: «Будучи раціональним споживачем освітніх послуг, який би «набір товарів» ви б обрали в здобутті вищої освіти?»:

- а) україномовне навчання, заочна освіта, невимогливі викладачі, можливість підробітку в студентські роки, достатньо вільного часу;
- б) англomовне навчання, денна освіта, надзвичайно вимогливі викладачі, високий рівень спрямованості на академічну добросесність, дефіцит вільного часу.»

Незважаючи на те, що 55 % опитуваних обрали I-ий варіант відповіді, усе ж таки 45 % респондентів так чи інакше виявили свою схильність до II-го варіанту, тобто студенти готові до високої вимогливості, яка до них застосовуватиметься, проте вони вже сьогодні бачать подальші перспективи свого особистісного та професійного розвитку.

В цілому, найбільш проблемними показниками на сьогодні є реакція на рекламні дії та рівень їх запам'ятовування і відтворення (показник когнітивного рівня), вибір мови навчання (показник афективного рівня), відвідування Дня відкритих дверей, лекцій, форумів від викладачів вищого навчального закладу, участь у позанавчальних заходах, що проводяться вищим навчальним закладом, та різноманітних програмах обміну (показники поведінкового рівня). Усе зазначене є потужним сигналом замислитися ЗВО щодо посилення профорієнтаційної та маркетингової діяльності, а також вдосконалення форм та методів навчання із залучення як абітурієнтів, так і студентів до цих процесів.

Варто зазначити, що найбільш розвиненими показниками є обізнаність щодо особливостей навчання в бакалавраті та магістратурі (когнітивний рівень), задоволеність процесом надання освітніх послуг, організацією навчального процесу (афективний рівень) та визначення схильності до зміни форми освіти за видами, враховуючи особистісні уподобання (поведінковий рівень).

Враховуючи все вищезазначене, виникає необхідність у визначенні найбільш пріоритетних напрямів розвитку і покращення взаємодії КНЕУ імені В. Гетьмана із своїми цільовими споживачами на кожному етапі. Зокрема, на когнітивному рівні необхідно посилити дію реклами, запуснути ролики по

державному телебаченню, вести тематичні рубрики економічного спрямування по радіо, налагодити ефективнішу роботу сайту ЗВО; на афективному рівні потрібно врахувати всі чинники, які впливають на абітурієнтів під час вступної кампанії, покращити рівень проведення семінарів та лекцій, розвивати магістерські програми; на поведінковому рівні необхідно залучати студентів до участі в конференціях, форумах ЗВО, створювати атмосферу конкуренції та прищеплювати академічну доброчесність.

Реалізація зазначених заходів передбачає залучення стейкхолдерів для здійснення планування, реалізації, мотивації, моніторингу, а також координації. Використовуючи теорію зацікавлених осіб (стейкхолдерів) та послідовність процесів управління стейкхолдерми (ідентифікація, планування, залучення, контроль) [5, 21], спершу визначимо стейкхолдерів для ЗВО. Такими групами, що можуть впливати на діяльність університету, є внутрішні та зовнішні стейкхолдери, які створюють та споживають цінність продукту університету (освітні послуги) (рис. 4).

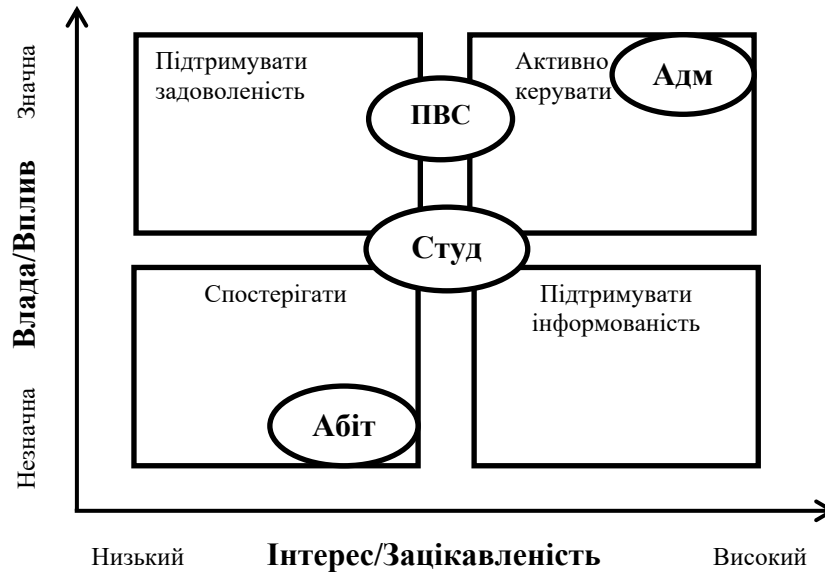
	Внутрішні стейкхолдери	Зовнішні стейкхолдери
Стейкхолдери, що створюють цінність продукту університету	Адміністрація Професорсько-викладацький склад Студенти Допоміжний персонал	Держава Бізнес-партнери Постачальники ресурсів Університети-партнери Громадські організації Міжнародні освітні та наукові організації Випускники
Стейкхолдери, що споживають цінність продукту університету	Студенти	Абітурієнти Випускники Держава Бізнес-партнери Батьки студентів та абітурієнтів

Рис. 4. Матриця аналізу стейкхолдерів університету

розроблено авторами

Домінуючими групами стейкхолдерів, які є основними у процесі взаємодії ЗВО із споживачами освітніх послуг, вважаємо наступні: абітурієнти, студенти, професорсько-викладацький склад та адміністрація. Якщо інтересами двох останніх груп стейкхолдерів є переважно забезпечення системного ефективного навчального процесу та формування якісних компетентностей у студентів, то щодо перших двох необхідно провести більш детальне дослідження.

Ураховуючи все вищезазначене для узагальнення результатів дослідження побудуємо матрицю влади/інтересів найважливіших груп стейкхолдерів (рис. 5)



Адм. — адміністрація ЗВО, ПВС — професорсько-викладацький склад ЗВО, Абіт. — абітурієнти, Студ. — студенти.

Рис. 5. Матриця «Влада/Інтерес» найважливіших груп стейкхолдерів університету розроблено авторами

Найбільший рівень влади та найвищий показник зацікавленості має адміністрація ЗВО, професорсько-викладацький персонал має схильність підтримувати задоволеність, що означає доступно доносити матеріал до студентів, уміти зацікавити предметом та водночас здатен активно керувати, тобто якісно налагоджувати організацію навчального процесу. Абітурієнти, маючи великий інтерес вступити до ЗВО, можуть лише «спостерігати», очікуючи результатів вступної кампанії, адже рівень влади в них невисокий. Досить цікавим є положення студентів, які здатні і спостерігати, і підтримувати інформованість та задоволеність, а також активно керувати. Поєднання одразу чотирьох сегментів матриці свідчить про те, що студенти й справді є рушійною силою ЗВО, а тому й необхідним є для Університету направляти свої ресурси та можливості на задоволення їх потреб. Отже, необхідним є надання рекомендацій ЗВО щодо поліпшення політики задоволення потреб студента-споживача освітніх послуг за напрямками:

- запровадження інноваційних підходів для проведення днів відкритих дверей, заходів для абітурієнтів;
- розвиток реклами, запуск роликів про ЗВО на телебаченні, YouTube-каналах;
- подальший розвиток комунікацій у соціальних мережах, створення комунікацій із абітурієнтами у Facebook, Instagram та Telegram;

- запровадження віртуального коледжу для потенційних абітурієнтів (враховуючи випускний профільний клас у школі);
- розвиток інновацій у навчальному процесі, запровадження інтерактивного навчання, перехід від традиційного лекційного курсу до відео-лекцій, інтерактивних, комбінованих лекцій, перевернутого навчання;
- підвищення ролі студентського самоврядування, надання йому більше прав та можливостей щодо організації навчального процесу та інших напрямів університетської діяльності;
- підвищення ролі практичної складової при навчанні, удосконалення практичної бази навчальних матеріалів, розвиток співпраці із бізнесом;
- активізація та мотивація наукового потенціалу студентів, прищеплення академічної доброчесності, розвиток креативного та критичного мислення через наукові заходи та шляхом удосконалення підходів до вивчення дисциплін.

Зазначені заходи мають бути реалізовані із залученням всіх ключових стейкхолдерів процесу взаємодії ЗВО із цільовою аудиторією.

Висновки. Успішний розвиток університету забезпечується через ефективну взаємодію із цільовою аудиторією. При цьому варто враховувати всі етапи співпраці ЗВО із споживачами своїх послуг та розглядати процес взаємодії під час вступної кампанії, під час навчання й після його закінчення. Відповідно, процес управління взаємовідносинами із цільовою аудиторією університету пропонується здійснювати через три послідовних етапи: ідентифікація та визначення цілей, співпраця та реалізація інтересів, стратегічне партнерство та побудова репутації.

Враховуючи активну позицію університету при партнерстві із споживачами своїх послуг, необхідним є розуміння їх потреб та рівнів формування сприйняття про навчальний заклад для визначення пріоритетних напрямів розвитку й формування ефективних комунікацій із студентами та абітурієнтами. З огляду на зазначене, аналіз споживача доцільно проводити на трьох рівнях: когнітивному, афективному та поведінковому.

Специфіка діяльності ЗВО потребує адаптації підходу до оцінювання реакцій споживача і визначення складу відповідних показників. Пропонується критерії для оцінки реакції цільових груп визначати для абітурієнтів та студентів в розрізі кожного з трьох рівнів сприйняття. Результати оцінювання, що були отримані на основі опитування студентів ЗВО, дозволили виявити проблемні зони когнітивного, афективного та поведінкового рівнів сприйняття і визначити перспективні напрями їх покращення.

При формування та реалізації заходів кожного з етапів процесу взаємодії ЗВО та цільової аудиторії доцільно керуватися положеннями теорії стейкхолдерів та залучати всіх ключових учасників процесу. Ідентифікація та аналіз заінтересованих сторін свідчать про домінування адміністрації, професорсько-викладацького складу, студентів й абітурієнтів, тому дані групи стейкхолдерів мають бути найбільше залученими до процесів розвитку університету. Перспективами подальших досліджень для нас є розробка системи управління стейкхолдерами ЗВО для забезпечення ефективної взаємодії із цільовою аудиторією.

Література

1. Баталова, О.С. Специфика маркетинговых коммуникаций на рынке образовательных услуг / О.С. Баталова // Экономическая наука и практика: материалы междунар. науч. конф. — Чита: Молодой ученый, 2012. — С.110–114.
2. Блэкуэлл Р. Поведение потребителей. / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж.Энджел. 10-е изд., пер.с англ. — СПб.: Питер, 2007. — 944с.: ил. — (Серия «Классический зарубежный учебник»)
3. Востряков О.В., Гребешкова О.М., Решетняк Т.І. Ціннісна пропозиція магістратури: результати емпіричного дослідження // Стратегія економічного розвитку України. — Вип. 26-27. — К.: КНЕУ, 2010. — С.191-199.
4. Востряков О.В., Гребешкова О.М. Стратегічні настанови розвитку університету: інформаційно-знансвий контекст // Формування ринкової економіки. — Випуск 26. — К.: КНЕУ, 2011. — С. 305-313.
5. Гаценко Л. В. Теорія зацікавлених сторін (стейкхолдерів): історія розвитку та проблемні питання для подальших досліджень [Електронний ресурс] / Л. В. Гаценко // Водний транспорт. — 2016. — Вип. 1. — С. 156-160. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vodt_2016_1_27.
6. Гребешкова О.М. Стратегічний процес у вищому навчальному закладі: необхідність та передумови впровадження // Формування ринкової економіки. — Випуск 23. — К.: КНЕУ, 2010. — С. 251-260.
7. Дикий І. Аналіз ринку вищої освіти в Україні [Електронний ресурс] / І. Дикий // Офіційний сайт Рейтингового агентства «Кредит-Рейтинг». — Режим доступу: <http://www.credit-rating.ua/ua/analytics/analytical-articles/12833/>
8. Захарова И.В. Маркетинг образовательных услуг. / И.В. Захарова. — Ульяновск: УлГТУ, 2008. — 170 с.
9. Баталова О. С. Специфика маркетинговых коммуникаций на рынке образовательных услуг / О. С. Баталова // Экономическая наука и практика : материалы междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2012 г.). — Чита : Издательство Молодой ученый, 2012. — С. 110–114.
10. Крикун О.А. Проблеми освітніх послуг в підготовці висококваліфікованих кадрів [Електронний ресурс] / О.А. Крикун // Режим доступу: http://www.confcontact.com/20110225/pe1_krikun.html
11. Офіційна сторінка інформаційної системи «Конкурс» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.vstup.info>
12. Сервіс пошуку абітурієнтів 2012-2015 [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://abit-poisk.org.ua/>
13. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. / Ж.-Ж. Ламбен. — СПб. : Питер, 2006. — 800 с. (с. 240-257)
14. Поведение потребителей / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел. — [10-е изд.]. — СПб.: Питер, 2007. — 944 с.
15. Сагайдак М. П. Дослідження чинників впливу на поведінку споживачів освітніх послуг / М. П. Сагайдак // Стратегія підприємства: зміна парадигми управління та інноваційні рішення для бізнесу: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. — К.: КНЕУ, 2013. — 414 с. 5

16. Соціологія. Модульний курс: навч. посібник / [під. ред. Н.М.Семке] — Х.: Торсінг плюс, 2009. — 352 с.
17. Шевченко Д.А. Образовательные услуги: особенности производства и предоставления. 2012 [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://shevm.blogspot.com/2011/04/blog-post_3439.html.
18. Handbook Of Consumer Motivations. Donald Blankertz-Ernest Dichter — Journal Of Marketing Research — 1964.
19. Projective Techniques in Market Research: Valueless Subjectivity or Insightful Reality? A Look At the Evidence For the Usefulness, Reliability and Validity Of Projective Techniques in Market Research. Clive Boddy — International Journal Of Market Research — 2005.
20. Principles Of Gestalt Psychology. C. Pratt-K. Koffka — The American Journal Of Psychology — 1936.
21. A Guide To the Project Management Body Of Knowledge (pmbok® Guide). Project Management Institute, Inc. — 2013.

References

1. Batalova, O.S. Spetsyfyka marketynhovykh kommunykatsyi na rynku obrazovatelnykh usluh. Ekonomycheskaia nauka y praktyka: materyaly mezhdunar. nauch. konf. Chyta: Molodoi uchenyi, 2012: 110–114.
2. Blekuell R., P. Mynyard, Dzh. Endzhel. *Povedenye potrebytelei*. SPb.: Pyter, 2007.
3. Vostriakov O. V., Hrebeshkova O. M., Reshetniak T. I. Tsinnisna propozytsiia mahistratury: rezultaty empirychnoho doslidzhennia. *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*. Vol. 26-27 (2010): 191-199.
4. Vostriakov O. V., Hrebeshkova O. M. Stratehichni nastanovy rozvytku universytetu: informatsiino-znannievyi kontekst. *Formuvannia rynkovoï ekonomiky*. Vol. 26 (2011): 305-313.
5. Hatsenko L. V. Teoriia zatsikavlenykh storin (steikkholderiv): istoriia rozvytku ta problemni pytannia dlia podalshykh doslidzhen. *Vodnyi transport*. Vol. 1 (2016): 156-160. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vodt_2016_1_27.
6. Hrebeshkova O. M. Stratehichni protses u vyshchomu navchalnomu zakladi: neobkhidnist ta peredumovy vprovadzhennia. *Formuvannia rynkovoï ekonomiky*. Vol. 23 (2010): 251-260.
7. Dykyi I. Analiz rynku vyshchoi osvity v Ukraini. Ofitsiinyi sait Reitynhovoho ahentstva «Kredyt-Reitynh». <http://www.credit-rating.ua/ua/analytics/analytical-articles/12833/>
8. Zakharova Y. V. *Marketynh obrazovatelnykh usluh*. Ulianovsk: UIHTU, 2008.
9. Batalova O. S. Spetsyfyka marketynhovykh kommunykatsyi na rynku obrazovatelnykh usluh. Ekonomycheskaia nauka y praktyka : materyaly mezhdunar. nauch. konf. (h. Chyta, fevral 2012 h.). Chyta : Yzdatelstvo Molodoi uchenyi (2012): 110–114.
10. Krykun O.A. Problemy osvityk posluh v pidhotovtsi vysokokvalifikovanykh kadriv. http://www.confcontact.com/20110225/pe1_krikun.html
11. Ofitsiina storinka informatsiinoi systemy «Konkurs». <http://www.vstup.info>
12. Servis poshuku abiturientiv 2012-2015 <http://abit-poisk.org.ua/>

13. Lamben Zh.-Zh. *Menedzhment, oryentyrovannyi na rynek*. SPb. : Pyter, 2006.
14. Blekuell R., P. Mynyard, Dzh. Энджел. *Povedenye potrebytelei*. Spb.: Pyter, 2007.
15. Sahaidak M. P. Doslidzhennia chynnykiv vplyvu na povedinku spozhyvachiv osvitynikh posluh. Stratehiia pidpriemstva: zmina paradyhmy upravlinnia ta innovatsiini rishennia dlia biznesu: zb. materialiv Mizhnar. nauk.-prakt. konf. K.: KNEU (2013): 5
16. *Sotsiolohiia. Modulnyi kurs*. Kh.: Torsinh plus, 2009.
17. Shevchenko D.A. Obrazovatelnye usluhy: osobennosty proyzvodstva y predostavleniya. http://shevm.blogspot.com/2011/04/blog-post_3439.html.
18. Handbook Of Consumer Motivations. Donald Blankertz-Ernest Dichter. *Journal Of Marketing Research* (1964).
19. Projective Techniques in Market Research: Valueless Subjectivity or Insightful Reality? A Look At the Evidence For the Usefulness, Reliability and Validity Of Projective Techniques in Market Research. Clive Boddy. *International Journal Of Market Research* (2005).
20. Pratt C., K. Koffka Principles Of Gestalt Psychology. *The American Journal Of Psychology* (1936).
21. A Guide To the Project Management Body Of Knowledge (pmbok® Guide). Project Management Institute, Inc. (2013).

ОБОСНОВАНИЕ ПУТЕЙ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВУЗОВ С ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПОЛОЖЕНИЙ ТЕОРИИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ И ТЕОРИИ СТЕЙКХОЛДЕРОВ

Кубарева И. В., канд. экон. наук, доц. кафедры стратегии предприятий ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

Нотевский Е. В., председатель студенческого академического совета факультета экономики и управления ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», президент Николаевской областной организации лидеров молодежного самоуправления «Молодежь — будущее нации»

Аннотация. Исходя из конкурентного развития рынка образовательных услуг авторы предлагают рассматривать системно процесс взаимодействия вузов с целевой аудиторией. Определены этапы взаимодействия во время вступительной кампании, во время обучения и после его окончания. Подход к оценке реакций потребителя адаптировано с учетом особенностей сферы образовательных услуг, предложено проводить анализ поведения студентов через различные уровни восприятия: когнитивный, аффективный и поведенческий с соответствующими показателями. На основе разработанной системы показателей проведена оценка реакций студентов как потребителей образовательных услуг и осуществлен анализ результатов. Выявлены проблемные зоны и перспективные направления

развития взаимодействия вузов и студентов, идентифицированы ключевые стейкхолдеры процесса.

Ключевые слова: взаимодействие, целевая аудитория университета, теория поведения потребителя, теория стейкхолдеров.

JUSTIFICATION OF WAYS OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS INTERACTION WITH THE TARGET AUDIENCE BY MEANS OF CONSUMER BEHAVIOR THEORY AND STAKEHOLDER THEORY

Iryna V. Kubareva, PhD,

SHEI “Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman”

Yevhenii V. Notevskiy, head of the Faculty of
Economics and Management Student Council
SHEI “Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman”, President of the
Mykolayiv Regional Youth Leadership
Organization «Youth is the Future of the Nation»

Abstract. Taking into account the competitive development of the educational services market, the authors propose to consider the process of interaction of higher educational institutions with the target audience systemically. The stages of interaction during the admission campaign, during the training and after its completion are determined. The approach to assessing consumer reactions has been adapted to take into account the specifics of the field of educational services and it is proposed to conduct an analysis of students' behavior through different levels of perception: cognitive, affective and behavioral with corresponding indicators. On the basis of the developed system of indicators, the evaluation of the reactions of students as consumers of educational services and the analysis of the results were carried out. The problem areas and perspective directions of interaction between higher educational establishments and students were defined, key stakeholders were identified.

Keywords: interaction, target audience of the university, consumer behavior theory, theory of stakeholders.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2018

УДК 378.4

Петренко Людмила Анатоліївна*
Семко Валентин Вікторович**
Юшкова Дарія Андріївна***

ОБҐРУНТУВАННЯ МЕТОДИКИ ПОБУДОВИ РЕЙТИНГУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ДЛЯ АБИТУРІЄНТІВ ТА РОБОТОДАВЦІВ

Анотація. Стаття присвячена проблемі забезпечення і контролю якості освітніх послуг. Цілями дослідження є аналіз і узагальнення вітчизняного досвіду побудови рейтингів вузів, наступне доповнення його аналізом закордонних рейтингів і розробка пропозицій щодо методики побудови рейтингів закладів вищої освіти (ЗВО) України для абітурієнтів та роботодавців. В ході обґрунтування методики побудови рейтингів закладів вищої освіти для абітурієнтів та роботодавців запропоновано використовувати такі критерії рейтингування: 1) показник частки викладачів з вченим званням (або / та науковим ступенем) у викладацькому персоналі вузу; 2) рівень підготовки вступників, статистично вимірюваним показником якого є бал ЗНО (зовнішнього незалежного оцінювання); 3) частка студентів, залучених до наукової діяльності (у загальній кількості студентів у вузі); 4) частка студентів, що пройшли стажування — критерій, що свідчить про професійну підготовленість студентів / випускників університету; 5) крім статистично оцінюваних показників якості освітніх послуг, пропонується звернутись також до експертної оцінки роботодавцями професійних навичок випускників вузів.

Ключові слова: якість освітніх послуг, академічний рейтинг, репутація університетів.

Вступ. Початок ХХІ століття відзначився стрімким зростанням кількості університетів у світі, що спричинене науково-технічною та інформаційною революціями й відповідним збільшенням попиту на вищу освіту. Разом з кількісним зростанням вузів актуалізувалась проблема забезпечення і контролю якості освітніх послуг. Звичайно, уряди країн, як і раніше, намагаються регулювати діяльність університетів [1], з позиції відповідності потребам держави щодо підготовки кадрів пріоритетних спеціальностей. Однак сучасним і дійсно дієвим механізмом контролю якості освіти дедалі більше стають авторитетні дослідження з залученням експертів. І об'єктивність контролю якості освітніх послуг не можлива без участі в ньому роботодавців — тих, хто наймає на роботу випускників вузів. Нприклад, The Times Higher Education публікує рейтинг, заснований на опитуванні роботодавців [2]. QS розробила рейтинг зайнятості (QS Graduate Employability Rankings), заснований на п'яти критеріях, що включає репутацію роботодавця, навчальні досягнення випускників, наявність і рівень партнерства вузу з роботодавцями, зв'язок між роботодавцем і студентом, а та-

* **Петренко Людмила Анатоліївна** — к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», petrenko-78@mail.ru

** **Семко Валентин Вікторович** — магістр програми «Бізнес-економіка» ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», valentin_semko@i.ua

*** **Юшкова Дарія Андріївна** — магістр програми «Бізнес-економіка» ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», riott.vaan@gmail.com

кож відсоток зайнятості випускників [3]. Варто додати, що в деяких країнах, таких, як наприклад, Китай, потрапити до Топ-200 рейтингу The Times Higher Education [3] є критерієм для отримання підвищеного державного бюджетного фінансування, що стимулює конкуренцію за бюджетні кошти і підвищує якість системи вищої освіти в країні в цілому.

Проте, з різних причин, українські вузи поки що слабо присутні в світових рейтингах, що унеможливує використання даних авторитетних рейтингів як орієнтирів для вибору якісного постачальника освітніх послуг для студентів, що отримують освіту в Україні. Тому актуальним завданням є створення такого рейтингу як об'єктивного мірила якості і орієнтира, в першу чергу, для абітурієнтів українських вузів і вітчизняних роботодавців.

Постановка задачі. На сьогодні в Україні існує близько десяти рейтингів закладів вищої освіти, проте всі вони мають методичні недоліки: наприклад, рейтинг найчастіше складається «взагалі» — без акцентування уваги на спеціальностях. А для роботодавця, як і для абітурієнта, важливо бачити рейтинг вузів саме по конкретній спеціальності, щоб здійснити правильний вибір. Відповідно, питання обґрунтування методики рейтингування закладів вищої освіти залишається актуальним. Саме тому цілями нашого дослідження є аналіз і узагальнення вітчизняного досвіду побудови рейтингів вузів, наступне доповнення його аналізом закордонних рейтингів і розробка пропозицій щодо методики побудови рейтингу закладів вищої освіти України для абітурієнтів та роботодавців.

Результати. Рейтинги ЗВО, які розробляються за багатьма методиками, в останні роки стали одними з найдоступніших інструментів оцінки діяльності закладів вищої освіти. Наприклад, в Україні найпопулярнішими на сьогодні є такі рейтинги, як: «Топ-50 вишів України за оцінками роботодавців» (Інформаційно-аналітичний портал про вищу освіту в Україні та за кордоном) — оцінка роботодавців, «Рейтинг ВНЗ» (журнал «День») — оцінка випускників потенційними роботодавцями; «ТОП-10 вузів України на думку роботодавців» (Українська правда) — оцінка роботодавців; «Топ 200 Україна» (кафедра ЮНЕСКО «Вища технічна освіта, прикладний системний аналіз та інформатика»/газета «Дзеркало тижня») — оцінка діяльності університету за академічними показниками; «Консолідований рейтинг ВНЗ України 2017 року (сайт Освіта.ua). На аналізі методичних положень зазначених рейтингів сфокусовано увагу в ході першої частини нашого дослідження.

Рейтинг «Топ-50 вишів України за оцінками роботодавців» [5], опублікований Інформаційно-аналітичним порталом про вищу освіту в Україні та за кордоном, використовує лише один показник — оцінку роботодавців (експертна оцінка). Компаніям, які брали участь в опитуванні, було запропоновано оцінити першу сотню ЗВО зі щорічного консолідованого рейтингу. Оцінки виставлялися за 12-бальною шкалою. Якщо ж в департаменті персоналу компанії нічого не могли сказати про конкретний ЗВО, йому присвоювалася нульова оцінка. Рейтинг створювався загалом по вищих навчальних закладах без урахування спеціальностей. Зазначимо, що методика такого рейтингу має викликати доволі багато сумнівів з огляду на те, що навіть без урахування такого суттєвого недоліку, як наявність лише одного критерію, даний критерій жодним чином не дає належної оцінки, оскільки:

1) створюється шляхом опитування лише 35 компаній-роботодавців; створюється на основі загальної оцінки (експертної думки) про ЗВО.

Варто також згадати рейтинг «ТОП-10 вузів України на думку роботодавців» [6], який був опублікований Українською правдою, та яка, в свою чергу, при його складанні звернулася до найкращих і найбільш успішних компаній. У їх число потрапили українські відділення міжнародних корпорацій і найбільші вітчизняні компанії. Співробітники журналу поцікавилися думкою фахівців з підбору персоналу 29 компаній, які відповіли на декілька запитань, одним з яких було таке: «випускників яких університетів вони воліють наймати на роботу» — іншими словами, які університети навчають краще за інші. Під час опитування видання просило назвати від одного до п'яти вищих навчальних закладів в шести професійних сферах: юриспруденція, економіка та фінанси, маркетинг, піар і реклама, ІТ та гуманітарні спеціальності. За кожну згадку роботодавцем, ЗВО отримував один бал. Місце в рейтингу університет посідав згідно з сумарною кількістю балів. Цей рейтинг має таку ж вагу, як і попередній, — один критерій. Крім того, він залучає до опитування 29 компаній, а це менше, ніж попередній, та робить висновок, зважаючи на суб'єктивний фактор (виключно експертні оцінки), який не підкріплений ніякими числовими даними. В той же час той факт, що рейтинг поділений на сфери діяльності, можна вважати за перевагу, бо при складанні збірного рейтингу лідерів вищої освіти це матиме значення.

«Консолідований рейтинг ВНЗ України 2017 року» [7], опублікований сайтом Освіта.ua, не передбачає первинного опитування експертів взагалі, а є суто похідним від трьох інших рейтингів, які він синтезує: Рейтинг ТОП-200 Україна (який деталізуємо далі), Вебметричний рейтинг та рейтинг публікацій Scopus. Логіка така: чим вище місце університету у цих рейтингах, тим більшу кількість балів у «Консолідованому рейтингу ВНЗ України» зазначений університет отримує, бо у підсумку результати усіх трьох рейтингів складаються і визначається місце ЗВО у консолідованому рейтингу.

Рейтинг ТОП-200 Україна [8], створений ГО Центром міжнародних проєктів «Євроосвіта», враховує показники якості науково-педагогічного потенціалу, якості навчання та міжнародного визнання. Згідно з інформацією на сайті, «всього для формування зазначених індексів використовувалися 24 індикатори прямого виміру з сумарною вагою 80%, показник інформаційних ресурсів (якість та функціональна повнота веб-сайтів університетів) — 5% і експертне оцінювання з ваговим коефіцієнтом 15%». Проте, методика цього проєкту не дає відповіді щодо того, яким саме чином створювався рейтинг, як розраховувалися показники і наскільки достовірним є експертне оцінювання.

Таким чином в проаналізованих вітчизняних рейтингах мають місце такі недоліки:

- по-перше, непрозорість процесу оцінювання, що ставить під сумнів достовірність результатів рейтингування, відсутність методики рейтингу у вільному доступі, необґрунтованість вагових коефіцієнтів окремих складових / критеріїв рейтингування;
- по-друге, нерепрезентативність вибірки (або тих, кого оцінюють — вузьке коло ЗВО; або тих, хто оцінює — вузьке коло експертів з невеликої кількості

компаній-роботодавців), на додаток до того ж рейтинг може створюватись, спираючись виключно на експертну думку зазначених роботодавців;

- по-третє, недостатня сфокусованість на потреби роботодавців і абітурієнтів, низька інформативність: рейтинги виставляють узагальнену оцінку університету, і не розкривають його сильні і слабкі сторони у підготовці спеціалістів певного профілю.

Якщо ж звернутись до світового досвіду рейтингування вузів, то побачимо, що їх методики здебільшого досліджують «силу» університетів в науці: увага акцентується на рівні наукових досліджень, враховується індекс цитування наукових робіт, а також кількість співробітників інституцій, які мають Нобелівські або Філдсівські премії тощо. Далі ми зупинимось на методичних особливостях ряду відомих у світі рейтингів.

Американський рейтинг Best Global Universities Ranking (U.S. News & World Report) [9] вже більше 30 років зберігає свою авторитетну позицію і дозволяє визначити, яке положення займають американські ЗВО у світі. Повний список університетів — найбільший у світі — містить станом на 2017 рік 1250 університетів (у попередньому році — 1000) з 74 країн і дає комплексну оцінку дослідницьких університетів з різних куточків планети. Щодо методики, то спочатку обираються навчальні заклади за результатами глобального репутаційного опитування Clarivate Analytics, решта університетів добираються серед тих, які опублікували найбільшу кількість статей за п'ятирічний період. На наступному етапі оцінюються 12 основних індикаторів, які подані в табл. 1. Варто зазначити, що рейтинг в основному фокусується на академічних дослідженнях університету і на «загальносвітовій» науковій репутації: беруться до уваги кількість публікацій і цитувань, а також результати опитувань більш ніж 50 тисяч респондентів, детальніший розрахунок наведених індикаторів представлено на сайті рейтингу [9].

Серед авторитетних рейтингів — Академічний рейтинг університетів світу (The Academic Ranking of World Universities, або ARWU) [10], який вперше був опублікований у червні 2003 року Центром Дослідження Університетів Світового Класу (CWCU) Академії вищої освіти Шанхайського Університету. Рейтинг ARWU розраховується на основі шести об'єктивних (таких, що статистично вимірюються) показників, серед яких: число випускників і співробітників, яким присуджено Нобелівську або Філдсівську премію, число високо цитованих дослідників, число статей, опублікованих в журналах Nature і Science, число статей, проіндексованих в Science Citation Index — Expanded і Social Sciences Citation Index і продуктивність університету в розрахунку на душу населення. Щорічно понад 1200 університетів входять до рейтингу ARWU, а 500 кращих публікуються. Цей рейтинг одразу став популярним і отримував позитивні відгуки від найбільш шанованих університетів світу. Основною ж причиною такої впливовості ARWU його переконливість — факт наявності науково обґрунтованої, стабільної і прозорої методики, де всі показники є чисельними, статистично вимірюваними і зрозумілими для менеджменту університетів. Саме тому показники даного рейтингу слугують основою для встановлення власних стратегічних цілей різними університетами світу.

Таблиця 1

ІНДИКАТОРИ РЕЙТИНГУ BEST GLOBAL UNIVERSITIES RANKING (U.S. NEWS & WORLD REPORT)*

Індикатори рейтингу	Вагомість (%)
Глобальна дослідницька репутація	12,5
Регіональна дослідницька репутація	12,5
Публікаційна активність	10,0
Книжки	2,5
Конференції (публікації за результатами конференцій)	2,5
Нормалізований індекс цитування	10,0
Загальне число цитувань	7,5
Кількість публікацій, які входять у 10% найбільш цитованих публікацій	12,5
Частка в загальній кількості публікацій, які входять у 10% найбільш цитованих публікацій	10,0
Міжнародне співробітництво	10,0
Кількість високоцитованих публікацій, які входять у 1% найбільш цитованих публікацій у відповідній предметній області	5,0
Частка в загальній кількості публікацій, які входять у 1% найбільш цитованих публікацій у відповідній предметній області	5,0

(складено за джерелом [8])

Зупинимось на рейтингу університетів за версією британської консалтингової компанії Quacquarelli Symonds (QS World University Rankings) [11], про який ми вже згадували на самому початку даної статті і який цікавий своєю поглибленою увагою до репутації ЗВО серед роботодавців, причому в розрізі окремих спеціальностей. Компанія QS оцінює університети за такими показниками: активність і якість науково-дослідницької діяльності, думка роботодавців і кар'єрний потенціал, викладання та інтернаціоналізація. Щороку оцінюється понад 2,5 тисячі вищих навчальних закладів по всьому світу. За підсумками дослідження будується рейтинг 500 кращих університетів світу, а також рейтинги університетів з окремих дисциплін. Рейтинговий показник складається з ряду індексів:

- індекс академічної репутації ЗВО (40%). Показник включає дані глобального експертного опитування представників міжнародної академічної спільноти про те, в яких навчальних закладах світу наукові дослідження по їх сфері компетенцій проводяться на найвищому рівні;
- індекс репутації ЗВО серед роботодавців (10%). Показник включає дані глобального експертного опитування представників організацій-роботодавців, що представляють усі основні галузі економіки і мають не менше ста співробітників;
- співвідношення професорсько-викладацького складу ЗВО і чисельності студентів (20%);

- індекс цитування наукових робіт викладацького складу ЗВО по відношенню до чисельності викладацького складу (20%). Індекс цитування наукових робіт оцінюється на основі бібліометричної бази даних Scopus;
- частка іноземних викладачів ЗВО по відношенню до загальної чисельності викладацького складу (5%);
- частка іноземних студентів по відношенню до загальної чисельності студентів (5%).

В опитуванні представників міжнародної академічної спільноти (QS Global Academic Survey) беруть участь професори і керівники університетів із середнім стажем в науці 20,3 роки. За даними 2018 р. було опитано понад 75 000 осіб, серед них провідні вчені та ректори понад 500 університетів (можливість обробки такої кількості первинних даних обумовлена інвестиціями QS в програмне забезпечення для опитування, дизайном опитування, ефективністю комунікації і управління базами даних).

В опитуванні ж представників роботодавців (QS Global Employer Survey [3]) беруть участь кілька тисяч компаній з більш ніж 90 країн світу.

Таким чином, рейтингування за методикою QS включає в себе як об'єктивну, так і суб'єктивну складову, а також є більш зорієнтованим на потреби ринку праці, ніж попередній — Шанхайський — рейтинг, з огляду на критерії рейтингування. Останні більш різносторонньо характеризують ЗВО, зокрема, не лише з точки зору кількості нобеліатів і значних цитувань (що не підходить для характеристики абсолютної більшості ЗВО України), а й з врахуванням академічної репутації ЗВО та репутації серед роботодавців.

Продовжуючи аналіз міжнародних рейтингів, звернемося до досвіду країн-сусідів з пострадянського простору. В даному контексті варто згадати рейтинг вищих навчальних закладів Співдружності Незалежних Держав, розроблений рейтинговим агентством «Експерт РА» [12]. У список увійшли 153 ЗВО, які представляють Росію, Україну, Казахстан, Білорусь, Молдову, Узбекистан, Азербайджан і Киргизію. У такому рейтингу враховуються як статистичні дані, так і результати опитувань понад 5,5 тисячі респондентів — викладачів, роботодавців, науковців, студентів і випускників. Всі ЗВО розподілені у рейтингу за п'ятьма рейтинговими класами від А до Е, де клас А означає виключно високий рівень підготовки випускників, В — дуже високий рівень, а рейтингові класи С, D і Е відображають високий, прийнятний і достатній рівні підготовки випускників відповідно. Варто відзначити і те, що на думку «Експерт РА» найвищих місць у рейтингу варті ЗВО з сильною «класичною і технічною спеціалізацією», оскільки випускники провідних технічних університетів більш затребувані ринком праці, ніж управлінці, економісти та гуманітарії.

Якщо ж детальніше розглянути методологію зазначеного Рейтингу вузів країн СНД, то рейтингування відбувається за результатами аналізу таких інтегральних факторів, як: 1) якість освіти у ЗВО (вага = 0,5); 2) рівень затребуваності роботодавцями випускників ЗВО (вага = 0,3); 3) рівень науково-дослідницької активності ЗВО (вага = 0,2). Значення кожного з інтегральних факторів визначається групами показників, які, в свою чергу, об'єднують показники, що характеризують найважливіші аспекти діяльності ЗВО. Наприклад, до рейтингового

фактору «якість освіти у ЗВО» відносять такі групи: рівень викладання; міжнародна інтеграція; ресурсне забезпечення; затребуваність серед абітурієнтів. До фактору «рівень затребуваності роботодавцями випускників ЗВО»: якість кар'єри випускників; співробітництво з роботодавцями. До фактору «рівень науково-дослідницької активності ЗВО»: інноваційна активність; наукові досягнення; інноваційна інфраструктура [12]. Також у рейтингу відслідковується тенденція до якомога більшого врахування об'єктивних показників і їх превалювання над суб'єктивними відгуками, проте останні (як дані експертних опитувань) також беруться до уваги. Так складовими показника «якість кар'єри випускників» є такі, що своїй більшості не піддаються математичним розрахункам, і саме тут основним джерелом інформації є анкетування студентів і випускників. Перевагою методичного підходу, використовуваного даним рейтингом є саме поділ критеріїв за групами, що дозволяє, по-перше, краще сприймати подану інформацію і, по-друге, додає рейтингу більшої обґрунтованості.

Досить високою структурованістю рейтингових показників характеризується Національний рейтинг університетів [13] — спеціальний проєкт Групи «Інтерфакс», запущений у 2009 році з метою розвитку незалежної системи оцінювання російських університетів. Інформаційними даними про діяльність університетів є матеріали сайтів ЗВО; відомості, що розміщуються на спеціалізованих сайтах МОН РФ; дані, розміщені на сайтах фондів і організацій, пов'язаних з розвитком науки і системи вищої освіти країни; доступні дані національної та міжнародної наукометрії. Присутнє чітке групування показників у шість параметричних рейтингів (освіта, дослідження, соціальне середовище, інтернаціоналізація, інновації та підприємництво, оцінка бренду університету) і створення загального зведеного рейтингу з урахуванням усіх вищенаведених.

В руслі світової тенденції перетворення університетів в осередки підприємницької культури, в т.ч. надання самим університетам підприємницької самостійності в комерціалізації власних відкриттів та винаходів, потребує оцінки підприємницька функція діяльності університетів. В даному контексті в Росії у 2017 році було створено рейтинг ЗВО «Три місії університету», що є принципово новим за своєю методологією [14]. Університети у такому рейтингу оцінюються за 17 індикаторами, які відображають три основні місії університету у сучасному світі: «освіта», «наука», «університет і суспільство», вага у підсумковій оцінці яких 45%, 25% і 30% відповідно. Рейтинг використовує цілий ряд нових критеріїв (схвалених міжнародними експертами), які розраховуються за об'єктивними даними, і виключають суб'єктивні репутаційні опитування, що означає отримання інформації більшою мірою з незалежних від університетів джерел, що набагато підвищує його об'єктивність та ставить всі вищі навчальні заклади в рівні умови. Об'єктивності рейтингові додає використання сучасних інструментів Data mining й інформації з незалежних міжнародних джерел, як то: Clarivate Analytics, постачальник даних і метрик з InCites і Global Institutional Profiles Project (GIPP); Elsevier, власник бібліографічної та реферативної бази даних SCOPUS; онлайн-платформи масової освіти Coursera і edX; загальнодоступна багатомовна універсальна інтернет-енциклопедія Wikipedia; пошукові системи Google, Yandex, Baidu; соціальна мережа Twitter, а також Особливо

відзначимо, що даний рейтинг включає оцінку результативності міжнародної наукової та освітньої діяльності саме студентів університетів, в т.ч. на основі інформації веб-порталів міжнародних студентських олімпіад.

Підводячи проміжні підсумки, відзначимо, що проаналізовані міжнародні рейтинги зорієнтовані на менеджмент університетів — для встановлення цілей стратегічного планування розвитку університетів в міжнародній конкуренції систем вищої освіти різних країн світу. Всі вони відслідковують якість кадрів вузів за показниками цитованості наукових праць. Методики рейтингів є складними і трудомісткими з точки зору розрахунків.

Повертаючись до особливостей системи вищої освіти України, відзначимо, що наукова складова діяльності університетів традиційно була другорядною по відношенню до безпосередньої освітньої діяльності. Основною діяльністю викладачів є саме навчальна, а не наукова діяльність і, відповідно, оцінка якості освітніх послуг вітчизняного університету за показниками цитованості праць персоналу університету (як, скажімо, в авторитетному Шанхайському рейтингу) не може бути змістовною.

Саме тому пропонуємо в рамках побудови рейтингу вищих навчальних закладів для оцінки якості кадрів вітчизняних вузів використовувати традиційний (і поки що більш релевантний, ніж цитованість) *показник частки викладачів з вченим званням* (або / та науковим ступенем) у викладацькому персоналі вузу. Додамо, що використання не абсолютних, а відносних показників (частка, %) покликане зробити порівняльними в рейтингу вузи різної «потужності», які конкурують на ринку між собою. Це важливо з огляду на високу конкурентоспроможність народжуваних / елітних вузів, що орієнтуються не на масове виробництво, а працюють в рамках стратегії ринкової «ніші». Пропоновані критерії побудови рейтингу вищих навчальних закладів для абітурієнтів та роботодавців унаочнює табл. 2.

Таблиця 2

**КРИТЕРІЇ ПОБУДОВИ РЕЙТИНГУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
ДЛЯ АБИТУРІЄНТІВ ТА РОБОТОДАВЦІВ***

Заклад вищої освіти	Критерії рейтингу, їх розрахунок					ЗАГАЛЬНА ОЦІНКА
	Частка викладачів з вченим званням	Середній бал ЗНО абітурієнтів	Частка студентів, залучених у наук. діяльності	Частка студентів, що пройшли стажування	Оцінка роботодавців (шкала 0-100 балів)	
	Число професорів та доцентів / загальна чисельність викладачів	Сума середніх балів ЗНО (-100) / чисельність вступників	Студенти, задіяні у наук. діяльності / загальна чисельність студентів	Студенти 2-6 курсу, які стажувалися / загальна чисельність студентів	Загальна кількість балів / чисельність експертів, що оцінили ВНЗ	Сума за критеріями
ЗВО 1
ЗВО 2
ЗВО 3

(розроблено авторами)

Умовою для реалізацію високого викладацького потенціалу університету є відповідно високий рівень підготовки вступників, статистично вимірюваним показником якого є *бал ЗНО* (зовнішнього незалежного оцінювання). Крім того, концентрація інтелектуального студентства в вузі формує його внутрішню організаційну культуру і забезпечує високий рівень конкуренції, мотивації до навчання й наукової дискусії як основу та передумову формування майбутніх професіоналів. І статистично вимірюваним показником-критерієм для побудови рейтингу тут може бути *частка студентів, залучених до наукової діяльності* (у загальній кількості студентів у вузі). Цей показник опосередковано засвідчує інтерес студентів до своєї спеціальності, вміння аналізувати інформацію і проводити власні дослідження.

Прикметою часу є той факт, що студенти українських вузів все частіше прагнуть знайти роботу вже на другому-третьому році навчання, часто переходячи на заочну форму на старших курсах і віддаючи пріоритет практиці над вивченням теорії в університеті. Однак щонайперше студенту потрібен «тест на працездатність» обраної спеціальності, щоб переконатись в правильності вибору фаху і якості отримуваної професійної освіти. Вузи, що опікуються даною проблемою, активно контактують з бізнесом і направляють власних студентів на стажування вже починаючи з перших років навчання. З іншого боку, відбір студентів на стажування здійснюється в компаніях, як правило, на конкурсній основі і є одним з підтверджень якості вузівської підготовки. Відповідно, *частка студентів, що пройшли стажування* — може бути критерієм, що свідчить про професійну підготовленість студентів / випускників університету.

Крім статистично оцінюваних показників якості освітніх послуг, варто звернутись і до *експертної оцінки роботодавцями* професійних навичок випускників того або іншого вузу. Анкетування експертів — представників компаній є традиційним (і, на думку авторів даного дослідження, безальтернативним) інструментом, широко використовуваним в практиці як в Україні, так і за кордоном. Проводиться опитування представників впливових та конкурентоспроможних компаній, які оцінюють студентів й випускників університету за рівнем наявних знань і навичок та відповідності останніх потребам компанії (наприклад, шляхом оцінювання по 100-бальній шкалі). Таким чином, цей показник матиме суб'єктивний характер і певною мірою коригуватиме рейтинг, додаючи до «сухих» цифр статистики ще й «живе» бачення компаній щодо цінності для бізнесу / роботи випускників того або іншого університету.

Висновки. Отож, провівши детальний аналіз критеріїв, за якими можна побудувати рейтинг закладів вищої освіти для абітурієнтів та роботодавців, виокремлено п'ять основних: 1) частка викладачів з вченим званням (та науковим ступенем) в структурі персоналу ВНЗ; 2) середній бал вступників (бал ЗНО); 3) частка студентів, які задіяні в науковій діяльності (міжнародні конференції, конкурси, олімпіади тощо) ; 4) частка студентів, які проходили стажування у компаніях; 5) оцінка якості освіти (підготовки в вузі) роботодавцями. Перші чотири критерії є статистично вимірюваними, останній передбачає експертну оцінку. Методика дозволяє побудувати не лише загальний рейтинг університетів, а й порівнювати вузи окремо по кожній професійній сфері. В ході подальших до-

сліджень буде деталізовано процедурні аспекти опитування роботодавців із застосуванням методів прикладної соціології.

Література

1. Павленко О. В. Розвиток ринку освітніх послуг ВНЗ: актуальні тренди та прогнози / Павленко Олександр Вадимович // Стратегія економічного розвитку України : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана ; редкол.: В. А. Верба (голов. ред.) [та ін.]. — Київ : КНЕУ, 2017. — Вип. 41. — С. 89–98.
2. Best universities for graduate jobs: Global University Employability Ranking 2016. [Electronic source]. — Access mode : <https://www.timeshighereducation.com/student/best-universities/best-universities-graduate-jobs-global-university-employability-ranking>
3. QS Graduate Employability Rankings 2017 — Overview. [Electronic source]. — Access mode : <http://www.qs.com/qs-graduate-employability-rankings-2017-overview/>
4. The Times Higher Education World University Rankings 2016-2017 (list the 980 top universities in the world) [Electronic source]. — Access mode : https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2017/world-ranking#!/page/0/length/25/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats
5. Топ-50 вишів України за оцінками роботодавців [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://vnz.org.ua/statti/10201-top-50-vyshiv-ukrayiny-za-otsinkamy-robotodavtsiv>
6. ТОП-10 вузів України на думку роботодавців [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/society/2013/04/5/125807/>
7. Консолідований рейтинг ВНЗ України 2017 року [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/51741/>
8. Топ-200 кращих університетів України [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.euroosvita.net/index.php/?category=28&id=1095>
9. Best Global Universities Rankings. U.S. News & World Report / [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.usnews.com/education/best-global-universities/rankings>
10. The Academic Ranking of World Universities (ARWU) [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.shanghairanking.com/ru/>
11. QS World University Rankings 2018 [Electronic source]. — Access mode : <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2018>
12. Рейтинг вузов «Эксперт РА» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://raexpert.ru/rankings/vuz/method>
13. Методика и процедуры формирования Национального рейтинга университетов (НРУ 2017) [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.univer-rating.ru/txt.asp?rbr=30&txt=Rbr30Text9318&lng=0>
14. Московский международный рейтинг университетов «Три миссии университета» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://mosiur.org/methods/methodology/>

References

1. Pavlenko, A.V. «Market Development of High Education Services: Actual Trends and Forecasts.» *Strategy of Economic Development of Ukraine*, no. 41 (2017): 89–98.
2. «Best universities for graduate jobs: Global University Employability Ranking 2017.» Times Higher Education (THE). November 20, 2017. Accessed May 05, 2018.

<https://www.timeshighereducation.com/student/best-universities/best-universities-graduate-jobs-global-university-employability-ranking>.

3. «QS Graduate Employability Rankings 2017 — Overview.» QS. May 04, 2017. Accessed December 05, 2018. <http://www.qs.com/qs-graduate-employability-rankings-2017-overview/>.
4. «World University Rankings.» Times Higher Education (THE). September 23, 2016. Accessed May 05, 2018. https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2017/world-ranking#!/page/0/length/25/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats
5. «Top-50 vyshiv Ukrainy za otsinkamy robotodavtsiv.» Vyshcha osvita. Accessed May 5, 2018. <http://vnz.org.ua/statti/10201-top-50-vyshiv-ukrayiny-za-otsinkamy-robotodavtsiv>
6. «TOP-10 vuziv Ukrainy na dumku robotodavtsiv.» Ukrainska pravda. Accessed May 5, 2018. <http://life.ppravda.com.ua/society/2013/04/5/125807/>.
7. «Konsolidovanyi reitynh vuziv Ukrainy 2017 roku.» Osvita.UA. Accessed May 5, 2018. <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/51741/>.
8. «Top-200 krashchykh universytetiv Ukrainy.» Euroosvita. Accessed May 5, 2018. <http://www.euroosvita.net/index.php/?category=28&id=1095>.
9. «US News Best Global Universities | US News Education.» U.S. News & World Report. Accessed May 5, 2018. <https://www.usnews.com/education/best-global-universities/rankings>.
10. «ARWU World University Rankings 2017 | Academic Ranking of World Universities.» Academic Ranking of World Universities — 2003 | Top 500 Universities | Shanghai Ranking — 2013 | World University Ranking — 2003. Accessed May 5, 2018. <http://www.shanghairanking.com/>.
11. «QS World University Rankings 2018.» Top Universities. November 22, 2017. Accessed May 5, 2018. <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2018>.
12. «Kak sostavljal'sja rejting: procedura i metodologija.» Rejtingovoe agentstvo RAEX («Jekspert RA»). Accessed May 5, 2018. <https://raexpert.ru/rankings/vuz/method>.
13. «Metodika i procedury formirovaniya Nacional'nogo rejtinga universitetov (NRU 2017).» Accessed May 5, 2018. <http://www.univer-rating.ru/txt.asp?rbr=30&txt=Rbr30Text9318&lng=0>.
14. «Moskovskij mezhdunarodnyj rejting universitetov «Tri missii universiteta.»» Accessed May 5, 2018. <https://mosiur.org/methods/methodology/>.

ОБОСНОВАНИЕ МЕТОДИКИ ПОСТРОЕНИЯ РЕЙТИНГА ВУЗОВ ДЛЯ АБИТУРИЕНТОВ И РАБОТОДАТЕЛЕЙ

Петренко Л. А., к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики предприятий ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

Семко В. В., Юшкова Д. А., магистры программы «Бизнес-экономика» ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. Статья посвящена проблеме обеспечения и контроля качества образовательных услуг. Целями исследования является анализ и обобщение отечественного опыта построения рейтингов вузов, следующее до-

полнение его анализом зарубежных рейтингов и разработка предложений по методике построения рейтинга высших учебных заведений Украины для абитуриентов и работодателей. В ходе обоснования методики построения рейтинга высших учебных заведений для абитуриентов и работодателей предложено использовать такие критерии рейтингования: 1) показатель доли преподавателей с ученым званием (и / или ученой степенью) в преподавательском персонале вуза; 2) уровень подготовки абитуриентов, статистически измеряемым показателем которого является балл ВНО (внешнего независимого оценивания); 3) доля студентов, вовлеченных в научной деятельности (в общем количестве студентов в вузе); 4) доля студентов, прошедших стажировку — критерий, свидетельствующий о профессиональной подготовленности студентов / выпускников университета; 5) кроме статистически оцениваемых показателей качества образовательных услуг, предлагается обратиться также к экспертной оценки работодателями профессиональных навыков выпускников вузов.

Ключевые слова: качество образовательных услуг, академический рейтинг, репутация университетов, Украина.

METHODOLOGY FOR THE RANKING OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Liudmyla A. Petrenko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Business Economics Department SHEI «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»

Valentyn V. Semko and Daria A. Yushkova, Students of Business Economics master degree program SHEI «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»

Abstract. The article is devoted to the problem of providing and controlling the quality of educational services. The objectives of the study are: 1) analysis and synthesis of domestic experience in building the ratings of universities, 2) analysis of foreign rankings, 3) development of proposals for the methodology for constructing the ranking of higher educational institutions of Ukraine for school leavers and employers. To build the ranking of higher education institutions for applicants and employers, it was suggested to use such criteria: 1) the ratio of teachers with academic rank (and / or academic degree) in the teaching staff of the university; 2) the level of preparation of entrants, a statistically measurable indicator of which is the EIE score (external independent evaluation); 3) the proportion of students involved in scientific activities (in the total number of students in a university); 4) the proportion of students who passed the internship — a criterion indicating the professional preparedness of students / graduates of the university; 5) in addition to the statistically evaluated indicators of the quality of educational services, it is also suggested that the experts assess the professional skills of graduates.

Keywords: the quality of educational services, Academic Ranking, reputation of universities, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 31.03.2018

ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ АВТОРІВ

До розгляду редколегії приймаються наукові статті, які відповідають профілю збірника, написані спеціально для нього (оригінальні) та відповідно оформлені. Всі статті, прийняті до розгляду редколегією збірника, рецензуються на предмет їх відповідності профілю та вимогам щодо наукових статей. Статті, відхилені редколегією та рецензентами, можуть бути повернені авторам для доопрацювання (за їх вимогою).

Рекомендований обсяг статті — 12-20 сторінок. Мова статей — українська. Для кожної статті має бути визначено УДК.

РЕКОМЕНДОВАНА СТРУКТУРА СТАТТІ:

- 1) **Анотація українською мовою** обсягом від 50 до 100 слів.
- 2) **Ключові слова українською мовою** (5-8 слів).
- 3) **Вступ** (постановка проблеми в загальному вигляді і її зв'язок з останніми дослідженнями і публікаціями, а також з важливими науковими і практичними завданнями з обов'язковими посиланнями в тексті на літературу, яка була використана: автор повинен виділити із загальної проблеми ту частину, яку він досліджує і показати її актуальність).
- 4) **Постановка задачі** (формулювання цілей і методів дослідження теми, яка розглядається).
- 5) **Результати** (викладення основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів).
- 6) **Висновки** (наукова новизна, теоретичне і практичне значення дослідження, перспективи подальших наукових розвідок в даному напрямку).
- 7) **Література** (список використаних джерел, на які є посилання у тексті). Список літератури складається у порядку згадування. До нього слід включати лише джерела, на які є посилання у статті.
- 8) **Література транслітерована англійською мовою.** Після заголовка *References* необхідно навести список використаних джерел, транслітерований латинською абеткою та оформлений у відповідності до стандарту Chicago 15th Edition (Author-Date System), повторюючи список літератури, наданий національною мовою, незалежно від того, є в ньому іноземні джерела чи немає. Якщо в списку є посилання на іноземні публікації, вони повністю повторюються у списку, наведеному у латиниці. Для спрощення процесу створення англомовного списку джерел рекомендуємо використовувати онлайн-сервіс <http://bibme.org/chicago/> для формування списків та сервісом <http://ukrlit.org/transliterations> для спрощення процесу транслітерації.
- 9) **Анотація та ключові слова російською на англійською мовами.** Анотація англійською мовою повинна бути розширеною, обсягом 150-250 слів. Анотація англійською мовою має бути: інформативною (без загальних слів); оригінальною (не копіювати скорочену анотацію, подану національною мовою); змістовною (відобразити основний зміст статті та результати досліджень); структурованою (необхідно розкрити такі елементи, як предмет, тема, мета, метод або методологія, результати, область застосування результатів, висновки); грамотною (повинна бути написана якісною англійською мовою).

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ АВТОРСЬКОГО ТЕКСТОВОГО ОРИГІНАЛУ:

- Для набору тексту використовується текстовий редактор Microsoft Word. Допустимі формати файлів для збереження текстового оригіналу: DOC, DOCX, RTF.
- Формат паперу — А4.
- Шрифт — Times New Roman Cyr 14
- Міжрядковий інтервал — 1,5
- Формули набираються в редакторі Microsoft Equation (3.0).
- Ілюстрації до статей (схеми, графіки, діаграми) виконуються у растровому (векторному) форматах (BMP, PNG, TIF, JPG, GIF) і додаються окремим файлом. *Забороняється використовувати графічний редактор MS Word!*
- Абзац — 15 мм.
- Нумерація сторінок — внизу сторінки справа.
- Поля на сторінці: ліве — 3 см, праве, нижнє і верхнє — 1,5 см.
- Посилання в тексті на літературу подаються в квадратних дужках.

Актуальні вимоги до статей, шаблон рукопису та форма анкети «Відомості про автора» доступні за посиланням: <http://www.sedu.com.ua/dlya-avtoriv/vimogi-do-statey/>

ДО РЕДАКЦІЇ ПОДАЄТЬСЯ:

У роздрукованому вигляді:

- Текстовий оригінал, роздрукований на принтері на одному боці аркуша (у одному примірнику).
- Відомості про автора.

В електронному вигляді матеріали надсилаються через електронну форму за посиланням <http://www.sedu.com.ua/dlya-avtoriv/nadislatti-stattyu/>

Гонорари за статті не виплачуються!

Публікація для автора є безоплатною, тому авторський екземпляр викупается у видавництві за фактичною калькуляцією видавничих витрат.

КОНТАКТНА ІНФОРМАЦІЯ

Адреса редакційної колегії: 03680, м. Київ, просп. Перемоги, 54/1,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
факультет економіки та управління, каб. 261а

Контактні телефони: 044 371-61-92 (Гребешков Олексій Миколайович,
відповідальний секретар редколегії)

E-mail: sedu@kneu.ua

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток