

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА”

ВІСНИК

НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
“ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА”

Збірник наукових праць

*Голова Редакційно-видавничої ради –
д-р екон. наук, професор Н. І. Чухрай*

Засновано 1964 р.

№ 815

СЕРІЯ:

**ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ
ТА УПРАВЛІННЯ**

Львів
Видавництво Львівської політехніки
2015

У Віснику опубліковано результати науково-дослідних робіт професорсько-викладацького складу, аспірантів та співробітників Інституту економіки і менеджменту Національного університету “Львівська політехніка”, а також вчених і викладачів інших наукових і навчальних закладів України. Серед економічних проблем чільне місце займають питання, пов’язані з інвестиційною привабливістю окремих галузей і підприємств, вирішення актуальних завдань поглиблення і розширення інноваційних процесів у різних сферах господарювання, з удосконаленням методів аналітичної оцінки діяльності підприємств. У своїх публікаціях автори значну увагу звертають на висвітлення проблем удосконалення системи управління інноваційною діяльністю, використання сучасних інформаційних технологій та інструментарію фінансового менеджменту у формуванні інноваційного потенціалу підприємств, особливості стратегічного управління, маркетингової діяльності, забезпечення розвитку кадрового потенціалу в сучасних умовах господарювання.

Всі представлені матеріали знайдуть зацікавленого читача, вони будуть корисними не тільки для наукових працівників і викладачів ВНЗ, а й для практичних працівників різних галузей національного господарства і слухачів системи підвищення кваліфікації.

***Рекомендувала Вчена рада Національного університету “Львівська політехніка”
(протокол № 11 засідання від 24.03.2015 р.)***

***Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
(серія КВ №13038 – 1922Р від 20.07.2007 р.)***

Редакційно-видавнича рада Національного університету “Львівська політехніка”:
проф., д-р екон. наук Н. І. Чухрай (голова);
О. Я. Юрків (відповідальний секретар)

Редакційна колегія серії “Проблеми економіки та управління”

проф., д-р екон. наук Й. М. Петрович, відп. ред. (Україна)
проф., д-р екон. наук Є. В. Крикавський (Україна)
проф., д-р екон. наук Н. І. Чухрай (Україна)
канд. екон. наук Я. Гаврись (Польща)
проф., д-р екон. наук Я. Дадо (Словаччина)
проф., д-р екон. наук М. Васелевські (Польща)
проф., д-р екон. наук І. Ритковські (Польща)
проф., д-р екон. наук Р. Гродзкі (Польща)
проф., д-р екон. наук О. Г. Туровець (Росія)
доц., канд. екон. наук К. В. Процак, відп. секретар (Україна)
проф., д-р екон. наук О. Є. Кузьмін (Україна)
проф., д-р екон. наук Н. Ю. Подольчак (Україна)
проф., д-р екон. наук І. В. Алексєєв (Україна)
проф., д-р екон. наук Ж. В. Поплавська (Україна)
проф., канд. екон. наук В. В. Козик (Україна)

**Входить до переліку фахових наукових видань (проблеми економіки та управління),
затвердженого МОН України**

Адреса редколегії

***Національний університет “Львівська політехніка”
вул. С. Бандери, 12, 79013, Львів–13
mor.conferece@gmail.com***

*За можливі технічні збіги з іншими науковими працями
автори відповідають персонально*

ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ

УДК 658.589.005

Й. М. Петрович

Національний університет “Львівська політехніка”,
кафедра менеджменту організацій

МОДЕРНІЗАЦІЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ВАЖЛИВА ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

© Петрович Й. М., 2015

Зроблено спробу проаналізувати і узагальнити вплив основних організаційно-технічних і економічних чинників, які можуть впливати на прискорення розвитку конкурентоспроможності виробничого потенціалу українських промислових підприємств, охарактеризувати їх змістовне наповнення і сферу впливу в динамічних умовах прискорення науково-технічного прогресу і жорсткої конкуренції. В цьому контексті наголошується на ролі і значенні організаційно-технічних і соціально-економічних чинників у формуванні та ефективному використанні конкурентоспроможного потенціалу промислових підприємств. Зроблено спробу висвітлити важливість вирішення цього завдання застосування на промислових підприємствах новітніх технологій та забезпечення їх освоєння персоналом високого рівня кваліфікації. Наголошується на важливості і необхідності вирішення проблем прискорення процесів модернізації виробничого потенціалу вітчизняного машинобудівного комплексу. Зокрема йдеться про нарощування сучасного конкурентоспроможного потенціалу машинобудівних підприємств, які повинні налагодити випуск прогресивної техніки для переоснащення підприємств агропромислового комплексу, легкої та харчової промисловості, а також підприємств виробничої інфраструктури. Підкреслюється важливість застосування сучасних методів управління процесом модернізації, орієнтованих на ефективне використання інвестиційних ресурсів. Звернено увагу на підвищення ролі мотивації працівників підприємств у вирішенні проблем їх модернізації. Підкреслюється важливість застосування важелів матеріального і морального стимулювання персоналу.

Ключові слова: модернізація, інновація, потенціал, конкуренція, інвестиції, ефективність, мотивація, персонал, управління.

Yo. M. Petrovych

Lviv Polytechnic National University
Management of Organizations Department

MODERNIZATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISES AS AN IMPORTANT PRECONDITION OF THEIR COMPETITIVE POTENTIAL DEVELOPMENT

© Petrovych Yo. M., 2015

An attempt is made to analyze and generalize the effect of main organizational and technical as well as economic factors which can accelerate increase of competitiveness of the industrial production potential of Ukraine. Their content and scope of influence in the

dynamic conditions of scientific and technical progress acceleration and hard competition are described.

In this context the role and importance of organizational and technical as well as socio-economic factors in formation and effective use of competitive potential of industrial enterprises are emphasized. An attempt is made to light up the importance of applying innovative technologies at industrial enterprises for solving this task and mastering these technologies by highly qualified personnel. The importance and necessity of solving the problems of modernization processes acceleration at production enterprises of domestic machine-building complex are emphasized. In particular, modern competitive potential of machine-building enterprises should be built. The progressive technologies should be used for re-equipment of enterprises of agro industrial complex, retail food industry, light and production infrastructure enterprises. The importance of applying modern methods of modernization control is underlined. Attention is paid to increasing the role of the enterprise workers motivation in solving modernization-related problems. The importance of applying financial and moral stimulation of personnel is stressed.

Key words: modernization, innovation, potential, competition, investments, efficiency, motivation, personnel, management.

Постановка проблеми

В умовах ринкових трансформацій, що відбуваються під впливом сукупності чинників організаційно-технічного та соціально-економічного спрямування, великого значення набуває усунення неузгодженості, що склалася між зростанням потреб у виготовленні конкурентоспроможної продукції, яка користується підвищеним попитом на ринку, та потенційними можливостями її виготовлення промисловими підприємствами. Тобто мова має йти про якісно новий розвиток виробничих потужностей промислових підприємств шляхом їх модернізації на засадах застосування новітніх технологій, що стане важливим підґрунтям для виготовлення ними продукції з інноваційним наповненням, яка буде конкурентоспроможною на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У сучасній вітчизняній фаховій літературі значну увагу звертають на вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності діючих промислових підприємств, а також виготовленням ними конкурентоспроможної продукції. В цьому контексті в монографічних і періодичних фахових виданнях з економіки і менеджменту знаходимо низку рекомендацій теоретичного і методичного спрямування щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств, які повинні виготовляти продукцію високої якості, конкурентоспроможну на внутрішньому і зовнішньому ринках [1–3]. Водночас майже відсутні публікації, в яких ґрунтовно досліджено проблеми розвитку конкурентоспроможного потенціалу підприємств їх модернізацією. Ці питання лише окремими фрагментами висвітлено в наукових працях, в яких розглядаються проблеми модернізації [4–11].

Постановка цілей

У динамічних умовах прискорення науково-технічного прогресу та жорсткої конкуренції на зовнішніх і внутрішніх ринках, важливим завданням є висвітлення основних організаційно-технічних і економічних передумов підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств шляхом модернізації їх виробничих потужностей на засадах новітніх технологій.

Виклад основного матеріалу

Розвиток економіки країни можна назвати успішним тоді, коли її сектори та їх підприємства випускають конкурентоспроможну продукцію і нарощують для збільшення її випуску якісно нові виробничі потужності. Слід зазначити, що в динамічних умовах ринкових трансформацій в цьому

контексті необхідно розглядати розвиток економіки України взагалі та розвиток, а також функціонування її секторів та їх підприємств та організацій зокрема. Актуальність цього важливого для країни і національного господарства завдання вимагає теоретичного обґрунтування і практичного розв'язання низки проблемних питань організаційно-технічного і соціально-економічного спрямування на державному, секторальному і регіональному рівнях. Йдеться про розроблення і впровадження конкретних системних заходів згаданого вище спрямування, які повинні стати основним підґрунтям підвищення конкурентоспроможності секторів української економіки та їх основних ланок – підприємств і організацій.

Вирішальне й визначальне значення у вирішенні цієї проблеми повинно бути відведено модернізації економіки України, її секторів та окремих промислових підприємств. Це зумовлено тим, що на сучасному етапі свого розвитку економіка України і її складові не готові адекватно реагувати на зовнішні і внутрішні загрози, що свідчить про низький рівень їх конкурентоспроможності. Тут доречно нагадати, що в теоретичному і практичному аспектах модернізацію економіки країни та її основних ланок – підприємств слід розглядати як важливу передумову її сталого і ефективного розвитку, що ґрунтується на впровадженні у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, спрямованих на оновлення матеріально-технічної бази секторів національного господарства та їх підприємств з метою нарощування виробничого потенціалу для випуску продукції високої якості з інноваційним наповненням, яка відповідає міжнародним стандартам і здатна конкурувати на зовнішніх ринках, зокрема на ринках країн Євросоюзу, звичайно, і на внутрішньому ринку, на якому вона повинна гідно замінити імпортовану продукцію. Тобто, йдеться про випуск продукції, яка користується підвищеним попитом на вітчизняному ринку.

Слід зазначити, що для успішного вирішення низки проблемних питань, пов'язаних з модернізацією промислових підприємств, насамперед необхідно сформувати якісно нові виробничі потужності підприємств, які покликані стати основним чинником підвищення їх конкурентоспроможності. Вирішити це важливе завдання можна на засадах визначених пріоритетів стосовно окремих секторів економіки та їх підприємств, тобто таких, що здатні в стислі терміни при ефективному використанні оптимально доступних інвестицій впроваджувати новітні технології і так нарощувати свій конкурентоспроможний потенціал і випуск продукції високої якості з інноваційним наповненням, яка користуватиметься попитом на зовнішньому і внутрішньому ринках.

Визначення пріоритетності секторів національної економіки та їх підприємств під час модернізації має не формальне, а принципове значення. Йдеться про те, що модернізація має здійснюватися внаслідок реалізації відповідних проектів, в яких повинні бути чітко визначені перспективи розвитку кожного підприємства, насамперед його якісно нових потужностей, сформованих за допомогою новітніх технологій, які передбачають застосування високопродуктивних машин і устаткування. Вибір таких підприємств для модернізації свідчить про їхнє пріоритетне значення у вирішенні економічних і соціальних завдань, з одного боку, а з іншого – зумовлює необхідність обґрунтування потреби відповідних ресурсів на реалізацію проектів модернізації. Тут особливо важливо зробити акцент на застосуванні принципу пріоритетності у виборі підприємств для їх модернізації, адже окремі проекти для здійснення можуть вимагати значних коштів. Тому важливим критерієм при виборі таких підприємств для першочергової модернізації має бути обмеження на ресурси. Враховуючи такі обставини, прискореними темпами треба модернізувати підприємства, на яких склалися сприятливі умови для нарощування їх виробничого потенціалу за невеликих витрат коштів. Кошти внутрішніх і зовнішніх інвесторів насамперед повинні бути спрямовані на модернізацію матеріально-технічної бази підприємств як основи застосування новітніх технологій в тих виробничих підрозділах, які є визначальними в організованні виробничого процесу виготовлення продукції високої якості, яка користується попитом на ринку. У вирішенні цього завдання важлива роль повинна належати ґрунтовній техніко-економічній діагностиці сучасного стану техніко-технологічної бази підприємств, у процесі якої визначають підрозділи, які потребують першочергового оновлення технологічного устаткування,

підвищення загального технічного рівня як важливої передумови нарощування їх потенціалу та налагодження випуску високоякісної продукції, що відповідає міжнародним і вітчизняним стандартам.

Отже, визначення пріоритетних галузей і підприємств, що підлягають першочерговій модернізації, має важливе економічне і соціальне значення, оскільки в процесі модернізації прискорюється розвиток інноваційних процесів, створюються належні організаційно-технічні передумови для підвищення конкурентоспроможності підприємств та їх стабільного функціонування в жорстких умовах конкуренції.

Відомо, що на державному рівні переважно акцентують увагу на розвитку пріоритетних галузей національного господарства, серед яких паливно-енергетичний, агропромисловий, житлово-комунальний, машинобудівний комплекси та транспортна інфраструктура. Якби цю пріоритетність було відображено у відповідних нормативних актах та цільових програмах розвитку цих галузей, то це означало б, що вони вже орієнтовані на подальше динамічне зростання на тривалу перспективу. Тобто, такий статус дає підстави вважати, що вони знаходяться під опікою держави і можуть розраховувати на відповідні державні преференції під час своєї діяльності на тривалу перспективу.

Очевидно, що в згаданих галузях і на їх підприємствах необхідно створювати передумови для прискорення інноваційних процесів, що дало б змогу сформуванню якісно нової матеріально-технічної бази підприємств для розвитку їх конкурентоспроможного потенціалу та збільшення випуску ними конкурентоспроможної продукції.

У вирішенні проблем нарощування конкурентоспроможного потенціалу промислових підприємств важлива роль належить вітчизняному машинобудівному комплексу, перед яким стоїть двоєдине завдання: докорінно на засадах модернізації оновити власні виробничі потужності, підвищити їх конкурентоспроможність та розширити масштаби випуску продукції для переоснащення секторів інших підприємств національного господарства, насамперед, підприємств і організацій агропромислового комплексу, легкої і харчової промисловості та виробничої інфраструктури. Це дасть можливість створити належну матеріально-технічну базу для підвищення конкурентоспроможності цих підприємств, а також налагодити випуск ними конкурентоспроможної продукції.

Слід зазначити, що роль вітчизняного машинобудівного комплексу у вирішенні проблем нарощування конкурентоспроможного потенціалу промислових підприємств з кожним роком значно зростає. Це зумовлено обставинами в розвитку національної економіки. Так, відсутність достатньої державної підтримки у виконанні низки програм науково-технічного та інноваційного розвитку вітчизняної економіки знизила не лише темпи розвитку багатьох галузей, а й конкурентоспроможність їх підприємств. Про це зокрема свідчать дані про значне зниження з року в рік валового нагромадження капіталу у внутрішньому валовому продукті, знижується кількість підприємств, що впроваджують інновації, практично не зростає частка реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої промислової продукції. Водночас обсяг імпортованої високотехнологічної продукції на ринку України значно перевищує обсяги її власного виробництва.

Значною перешкодою на шляху нарощування конкурентоспроможного потенціалу промислових підприємств є уповільнення приросту їх основних фондів. Так, у 2013 році цей приріст становив понад 2 % порівняно з 5 % у 2010–2012 роках. Отже, надзвичайно актуальним завданням є вирішення проблеми оновлення основних фондів, оскільки їх зношеність сягає 70 %, а в окремих секторах цей показник є значно вищим. Зокрема це стосується підприємств сільськогосподарського машинобудування, де зношеність основних фондів становить понад 80 %. При цьому слід зазначити, що за високого рівня зношеності основних фондів повільними є темпи їх оновлення – на рівні до 5 % на рік.

Відомо, що при сучасних високих темпах технічного прогресу рекомендується оновлювати активну частину основних фондів і, насамперед, технологічного устаткування через кожні 8–10 років. За таких умов треба оновлювати щорічно понад 20 % технологічного устаткування від його наявної кількості. Отже, наведені факти свідчать про необхідність прискорення темпів модернізації матеріально-технічної бази підприємств як основного чинника підвищення їх конкурентоспроможності.

Вирішення проблемних завдань, пов'язаних із розвитком виробничих потужностей промислових підприємств шляхом їх модернізації та створення відповідних умов для розширення виробництва конкурентоспроможної продукції, зумовлює необхідність прискореного оновлення виробничих потужностей підприємств машинобудування. Актуальність вирішення цього важливого завдання пояснюється насамперед тим, що відсоток оновлення технологічного устаткування на підприємствах галузі становить в середньому 10–15 %, тобто є майже удвічі нижчим від заданого нормативного рівня. Тому створення належних передумов для підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств зумовлює необхідність оновлення виробничих потужностей, основна роль в якому належить вітчизняному машинобудуванню.

Досвід передових вітчизняних і зарубіжних підприємств показує, що в процесі їх модернізації серед низки важливих чинників вирішальною є роль формування якісно нового технологічного рівня виробничих процесів, що є однією із найважливіших передумов підвищення конкурентоспроможності підприємств, їх здатності виготовляти конкурентоспроможну продукцію.

Водночас, модернізація промислових підприємств повинна не тільки сприяти розвитку їх активів і зростанню конкурентоспроможності потенціалу, а й позначатися на поліпшенні і захисті навколишнього середовища, безпеці праці персоналу, його розвитку і креативному зростанні.

Особливо треба зазначити, що модернізація промислових підприємств зумовлює необхідність забезпечення їх фахівцями високого рівня кваліфікації, зокрема інженерно-технічними працівниками, управлінцями і кваліфікованими робітниками. Вони потрібні як на стадії реалізації проектів модернізації, так і на стадії освоєння і використання нового виробничого потенціалу.

У багатьох випадках модернізація підприємств може значно позначитись на формуванні величини і структури їх персоналу. В таких ситуаціях перевагу надають залученню до роботи працівників високої кваліфікації, які здатні вирішувати системно складні завдання підвищення техніко-організаційного рівня виробництва на засадах новітніх технологій, організувати виробництво продукції високої якості, конкурентоспроможної на внутрішньому і зовнішньому ринках.

До розроблення і реалізації проектів модернізації підприємств необхідно залучити поряд з досвідченими працівниками молодих спеціалістів-випускників ВНЗ, які мають достатні знання для вирішення конкретних проектних завдань, пов'язаних з підвищенням техніко-технологічного рівня підприємств та їх підрозділів. Тобто таких, що володіють знаннями в сфері новітніх технологій.

Крім цього, для вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності українських підприємств необхідно забезпечити їх кваліфікованими робітниками. Слід констатувати, що сьогодні чисельність таких фахівців не зростає, а постійно зменшується. В результаті виникає диспропорція між потенціальними можливостями матеріалізованих новітніх технологій і ефективним їх використанням робітниками підприємств. Повільно переорієнтовуються на вирішення проблем кадрового забезпечення професійні заклади освіти і вища школа. Вони не повною мірою забезпечують потреби високотехнологічних підприємств кадрами високої кваліфікації, особливо для галузей, які модернізують своїх потужності і покликані освоювати новітні технології та виготовляти конкурентоспроможну продукцію.

Нарощування потенційних конкурентних можливостей підприємств значною мірою залежить від мотивації їх працівників. В основу формування системи мотивації працівників високотехнологічних підприємств, які виготовляють конкурентоспроможну продукцію, має бути покладений принцип, дотримання якого дасть змогу уникати помилок при визначенні внеску працівника в загальний результат, тобто забезпечувати зв'язок між досягненням загального результату та величиною індивідуальної винагороди. Це означає, що досягнутий індивідуальний результат працівника і величина його винагороди повинні бути завжди узгоджені та тісно пов'язані між собою. Отже, на високотехнологічних і конкурентоспроможних підприємствах доцільно застосовувати персоналізовані системи мотивації персоналу. Так можна значно підвищити продуктивність праці персоналу та обсяги випуску продукції високої якості, яка стане конкурентоспроможною на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Удосконалення механізму мотивації персоналу повинно бути спрямоване не тільки на об'єктивне визначення винагороди за високопродуктивну і якісну працю, що надзвичайно важливо, а й стимулювати підвищення фахового рівня працівників, здатних освоювати новітні технології виготовлення виробів з інноваційним наповненням.

Висновки

Модернізація економіки України, в системі якої провідне місце належить її первинній ланці – підприємству – покликана забезпечувати досягнення її сталого та ефективного розвитку шляхом впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, спрямованих на оновлення матеріально-технічної бази суб'єктів господарювання, нарощування якісно нових їх виробничих потужностей, здатних виготовляти продукцію з інноваційним наповненням і високою доданою вартістю, конкурентоспроможну на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Поряд із всебічним і системним оновленням виробничих потужностей підприємств у процесі їх модернізації надзвичайно актуальним завданням є вирішення проблем, пов'язаних з освоєнням та ефективним використанням таких потужностей. У цьому контексті особливий наголос необхідно зробити на важливості забезпечення модернізованих підприємств фахівцями високого рівня кваліфікації, здатних освоювати новітні технології виготовлення високоякісної продукції та ефективно управляти конкурентоспроможними потужностями промислових підприємств, тобто формувати і домагатися стійкого функціонування системи “новітні технології і сучасні високопрофесійні кадри”.

Перспективи подальших досліджень

Модернізація як важлива передумова переведення економіки на інноваційний шлях розвитку охоплює вирішення широкого кола проблемних завдань, які пов'язані насамперед з ефективним використанням інвестицій, що зумовлює необхідність розроблення відповідних методичних рекомендацій щодо оцінювання найсприятливіших варіантів модернізації. В цьому контексті доцільні дослідження, результатом яких повинна бути розроблена методика вибору таких варіантів та оцінювання ефективності їх використання в реальних проектах модернізації промислових підприємств.

1. Адамик В. Конкуренція і конкурентоспроможність у механізмі сучасного економічного розвитку / В. Адамик, Г. Вербицька // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2007. – № 3. – С. 7–18.
2. Балабанова І. Конкурентна компетенція підприємства: сутність її методи діагностики / І. Балабанова // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2008. – № 1 – С. 79–86.
3. Жук О. Управління експортною конкурентоспроможністю підприємств / О. Жук // Вісник Львівського національного університету ім. Івана Франка. Серія економічна. – 2004. – Вип. 33. – С. 320–328.
4. Білорус О. Політична економія глобалізму і проблеми структурної модернізації національної економіки. Дослідження міжнародної економіки / О. Білорус: Збірник наукових праць. – 2004. – Вип. 2. – 672 с. – С. 3–26.
5. Бужимська К. О. Принципи державної політики в сфері модернізації економіки / К. О. Бужимська // Вісник Житомирського державного технічного університету “Економічні науки”. – Житомир, 2010. – № 94 (5) – С. 220–223.
6. С. І. Бандур. Модернізація економіки як чинник трансформації структури зайнятості населення / С. І. Бандур // Ринок праці та зайнятість населення. – 2011. – № 2. – С. 3–6.
7. Луків О. М. Структурна модернізація промисловості: пріоритети та напрями реалізації / О. М. Луків // Управління розвитком: Збірник наукових робіт Харківського національного економічного університету – 2011. – № 4 – С. 162–164.
8. Качала Т. М. Модернізація як необхідна умова економічної відбудови національної соціально-економічної системи / Т. М. Качала // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту.– 2011. – № 2. – С. 4–13.
9. Софієнко А. В. Конкурентоспроможність підприємства як складова модернізації економічного розвитку / А. В. Софієнко // Економічні інновації. Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України. – Одеса, 2011. – Вип. № 45. – С. 226–231.
10. Валінкевич Н. В. Упровадження економічної модернізації на підприємствах харчової промисловості як передумова їх ефективного розвитку / Н. В. Валінкевич // Економічний вісник Донбасу (Науковий журнал). – Донецьк, 2011. – № 1 (23). – С. 144–147.
11. Бужимська К. О. Деякі складові теоретико-методологічної бази інноваційно-технологічної модернізації / К. О. Бужимська // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2011. – С. 113–119.

СТРАТЕГІЧНИЙ ВИМІР КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

О Балик У. О., Колісник М. В., 2015

Розглянуто концепцію соціальної відповідальності підприємства в контексті планування та реалізації стратегії його розвитку. Сьогодні про конкурентоспроможність підприємства свідчить не лише ціна пропонованих продуктів, але й умови виробництва, умови ведення бізнесу. Тому ідея соціальної відповідальності бізнесу передбачає побудову спільної цінності та створення корисності як для самого підприємства, так і для суспільства чи навколишнього середовища. Отже, результатом праці є “зрівноважені” продукти – у розумінні зрівноваженості із короткостроковими цілями господарюючих суб’єктів, що їх пропонують, та довгостроковими цілями суспільної екзистенції, навколишнього середовища. Пояснено, що важливим є не лише як підприємство генерує власні прибутки – важливими є також і шляхи використання зароблених коштів. У практичній площині постає необхідність вказати причини, які роблять підприємство кращим в очах громадськості на загальному фоні конкурентів. Доведено, що значна частина управлінців сприймає переваги імплементації принципів соціальної відповідальності у практику власних підприємств перш за все у стратегічній перспективі. Обґрунтовано, що концепція соціальної відповідальності виходить за межі функціональної стратегії, сприяючи досягненню стратегічних цілей. Позитивна роль CSR є очевидною також відносно самої методики формування стратегії підприємства. Доведено, що CSR є головним інструментом, який має використовувати підприємство, розробляючи власну стратегію розвитку. А також обґрунтовано, що для того, щоб стратегію соціальної відповідальності було належно реалізовано, вона повинна ґрунтуватись на справжніх переконаннях власників, керівників та працівників підприємства та бути відзеркаленням декларованих ними цінностей. Розглянуто ще один вимір конкурентоспроможності, який виникає із концепції CSR, – інноваційність. Тому у розумінні соціально відповідального бізнесу інновація, окрім впровадження нових технологічних рішень у вигляді нових товарів, повинна сприяти також підвищенню якості уже існуючих товарів та послуг, покращенню їхніх технічних характеристик, удосконаленню методів реалізації стратегії та відповідних процедур.

Ключові слова: стратегія, соціальна відповідальність бізнесу, управління, блакитний океан, ISO.

U. Balyk, M. Kolisnyk
Lviv Polytechnic National University
Department of Marketing and Logistics

STRATEGIC DIMENSION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

© Balyk U., Kolisnyk M., 2015

A concept of social responsibility of an enterprise in the context of planning and implementing its development strategy is investigated in the article. Nowadays company competitiveness is related not only to the price of its products, production conditions, business conditions but also to its corporate social responsibility (CSR). The idea of CSR involves

building the shared value and creating utility for both the company itself and the society or the environment. Thus, as the result of such efforts, there appear “balanced” products, in the sense of them being balanced both with short-term goals of enterprises and long-term goals of social existence, the environment. The article explains that it is important not only how the company generates its income but also how it uses the money earned. In practical terms the need arises to specify the reasons that make the company look better in the public eye than its competitors. It is proved that most managers perceive advantages of implementing principles of social responsibility at their enterprises primarily in the strategic perspective. It is justified that the concept of social responsibility goes beyond the functional strategy, contributing to the achievement of strategic goals. The positive role of CSR is also evident concerning the very method of forming the enterprise strategy. It is proved that CSR is a key tool to guide the company in developing its own development strategy. It is also confirmed that for the enterprise social responsibility strategy to be implemented properly, it should be based on true beliefs of the enterprise owners, managers and employees and reflect their declared values. One more dimension of competitiveness arising from the concept of CSR is considered, that of innovation. So in the sense of socially responsible business, but for implementation of new technological solutions in the form of new products, innovation should also contribute to improving the quality of existing products and services, improve their technical characteristics, improve methods of strategies implementation and the related procedures.

Key words: strategy, corporate social responsibility, management, blue ocean, ISO.

Постановка проблеми

Сьогодні в Україні з'являється багато наукових праць з тематики соціальної відповідальності бізнесу (англ. Corporate Social Responsibility – CSR). Зокрема значну увагу звертають власне на концепцію та аргументацію щодо обґрунтованості та передумов імплементації соціальної відповідальності у практику діяльності господарюючих суб'єктів. Інші науковці і практики звертають увагу на бар'єри, які необхідно подолати для реального, а не декларативного використання концепції CSR у власній діяльності. Водночас підкреслюють також сутність та вимоги, які у цьому питанні ставляться нормами ISO 26000:2010, котра впорядковує в дорадчій формі сферу зрівноваженого розвитку підприємства. У частині публікацій враховано думку менеджерів вищого рівня щодо сприйняття ролі та значення корпоративної соціальної відповідальності для стратегічного розвитку підприємства.

На підставі аналізу інформаційного контенту за цією тематикою можна стверджувати, що незважаючи на значну кількість підходів та думок у вигляді наукових публікацій із CSR, актуальною є потреба розвитку та методологічного підпорядкування концепції CSR як основи для вироблення загальної стратегії розвитку підприємства. На підставі емпіричних досліджень можна зробити висновок, що значна частина управлінців сприймає переваги імплементації принципів соціальної відповідальності у практику власних підприємств насамперед у стратегічній перспективі.

Таке сприйняття є зазвичай наслідком їхнього власного досвіду та знань, що формує іноді навіть неусвідомлене переконання у цій темі. У підходах деяких із представників вищих ланок управління компаній із міжнародним статусом можна констатувати ще радикальнішу думку, котра полягає у сприйнятті корпоративної соціальної відповідальності не як додаткової програми підтримки основного виду діяльності підприємства, а як своєрідного ДНК стратегічного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У вітчизняній та світовій практиці, а також у науковому вимірі накопичено певний досвід у досліджуваній сфері. Зокрема, аналізу концепцій соціальної відповідальності, а також спробам їх певної систематизації присвячено праці Д. Баюри та А. Колоска [1, 3]. З іншого боку, у працях Р. Гранта, Ч. Кіма, Р. Каплана та ін. [2, 4, 5, 7] детально проаналізовано функціональні сфери стратегічного управління, які надалі можуть бути сферою зацікавленості концепції корпоративної

соціальної відповідальності. Водночас власне питанням імплементації у практику діяльності підприємств принципів CSR уваги приділяли недостатньо. Враховуючи актуальність зазначеної тематики, необхідно продовжувати наукові дослідження.

Постановка цілей

Метою статті є дослідження місця та ролі концепції соціальної відповідальності бізнесу в контексті планування та реалізації стратегії розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу

Сприйняття ролі CSR як інструментарію, дієвого у стратегічній перспективі, вимагає виокремлення декількох основних сутнісних особливостей. Серед них зокрема слід згадати те, що існує взаємодоповнюваність цінностей і норм, котрі експонуються завдяки CSR та змістом функціонування підприємства, а також утворення передумов, за яких соціальна відповідальність бізнесу створює додану вартість, необхідну для досягнення довгострокових цілей господарюючих суб'єктів. При цьому ключовою проблемою, яка постає в контексті вищесказаного, є “в яких сферах та як конкурувати?”, ба більше: визнання того факту, що CSR є тим головним мотивом, яким повинно керуватися підприємство, опрацьовуючи власну стратегію розвитку. Саме таку постановку питання вважаємо за найбільш релевантну до умов сучасного середовища, адже саме принципи, які диктує CSR, за вдалого їх використання можуть по-різному сприяти покращенню конкурентних позицій та формуванню довгострокової конкурентної переваги. Усвідомлюючи всю складність квантифікації зазначених ефектів, стверджуємо, що існує спектр аспектів, які можуть підтверджувати значення соціальної відповідальності у діяльності підприємства.

По-перше, розуміння значимості та ролі CSR повинно виникати із засад та правил процесу стратегічного управління. Щодо такої думки, аргументом “за” є сама динаміка та напрям еволюції поглядів стосовно стратегічного управління. Починаючи з 70-х рр. минулого століття спостерігається, з одного боку, очевидна кристалізація формування чітких концепцій та моделей стратегічного управління, натомість з іншого – поява на цьому фоні елементів соціальної відповідальності у стратегії підприємства. Сьогодні все частіше контекст соціальної відповідальності чітко прослідковується під час формування стратегії розвитку підприємства. Такий зв'язок має відношення до створення передумов для довгострокового планування і в такому вигляді його інтерпретують як інтегративну основу, котра поєднує засоби (власні, доступні та/або контрольовані), компетенції (вміння, навички) та умови середовища (як внутрішні, так і зовнішні), котрі використовує підприємство для досягнення власних цілей.

У дихотомічному поділі стратегії на корпоративну та бізнесову, незалежно від пошуку відповіді на завжди актуальне питання “де і як конкурувати”, очевидно є наявність стратегії CSR у цих двох вимірах [1].

Перший із згаданих типів стратегії визначає сферу діяльності підприємства під кутом зору набору різних товарних ринків. Ключові практичні рішення в цьому випадку стосуватимуться вибору рівня диверсифікації товарів/послуг фірми, можливостей формування ситуативних та/або довгострокових альянсів, ймовірності створення вертикальних маркетингових систем та методів розподілу ресурсів поміж різними сферами господарської активності підприємства. Наслідком таких рішень буде той чи інший рівень прибутковості як окресленого виду його діяльності (стратегічного господарського підрозділу), так і підприємства загалом. Джерело прогнозованої вигоди може вже міститись як у межах вже існуючого ринку, так і прогнозуватись (на підставі попереднього аналізу тенденцій і ринкових трендів) у нових інноваційних сферах розпізнаних споживчих потреб.

Другий тип стратегії передбачає вибір способу конкуренції в межах певним чином окресленої товарної категорії, а її метою є пошук рішень, які повинні формувати конкурентну перевагу та/чи можливість задоволення споживчої потреби шляхом імплементації інновацій.

Ці два типи стратегій та відповідні їм аналітичні категорії дуже тісно між собою пов'язані. Задля формування та утримання конкурентної переваги підприємство активно шукає такі сфери ймовірної власної зацікавленості, які будуть привабливими з комерційного погляду. На практиці це

означає обов'язковість використання на практиці не лише т.зв. “твердих” методів конкуренції, але й потребу використання широкого інструментарію “м'яких” методів, котрі є іманентними складовими корпоративної соціальної відповідальності. В обох випадках стратегія відіграє роль похідної від сприйняття споживачів не лише як джерел вигоди, але також як суб'єктів, відносно яких необхідно дотримуватись норм та вимог, котрі виникають із суспільної заангажованості та відповідальності підприємства як приязного працедавця, громадянина, сусіда.

Таке своєрідне співіснування двох типів стратегії призводить до того, що постає новий тип ринкової поведінки, нова ринкова парадигма, місія, котра (якщо її трактувати як своєрідне кредо діяльності підприємства) відіграє роль своєрідної “візитки” та водночас є викликом для стратегічного управління в сучасних умовах, створює якісно новий контекст стратегії. Синтетичну еволюцію стратегічних передумов, опрацьовану за підходом Р. Гранта, наведено в таблиці.

Соціальна відповідальність бізнесу як головний мотив у стратегічному управлінні

№ з/п	Стратегічна перспектива	Період	Передумови/мотиви застосування в процесі стратегічного управління
1	Позиціонування	70-ті рр. XX ст.	Секторний аналіз, сегментація ринку, крива досвіду, PIMS-аналіз, портфельний аналіз
2	Формування конкурентної переваги	80-ті – 1-ша пол. 90-х рр. XX ст.	Аналіз засобів та навичок, максимізація вигод для акціонерів, реструктуризація та інжиніринг, експансія та створення альянсів
3	Відображення нових підходів в економіці	кін. XX – поч. XXI ст.	Стратегічні інновації, нові бізнес-моделі, технологічні прориви
4	Специфіка сучасних підходів до ведення бізнесу	поч. XXI ст. і до сьогодні	Соціальна відповідальність бізнесу і етика бізнесу, конкуренція стандартів ведення бізнесу, ринки типу “winner-take-all”, глобальні стратегії

Джерело: власна розробка на підставі [2]

Виокремлення CSR як головного мотиву слід трактувати як переконання Р. Гранта у тому, що в сучасних умовах не можливо не враховувати думки та переконання широкої громадськості, суспільства (водночас – клієнтів) відносно господарюючих суб'єктів. Це стосується не лише м'яких іміджевих характеристик, але й сприйняття представників громадськості впливових гравців, котрі вимагають від сучасного підприємства такої поведінки, котра б на практиці підтверджувала його декларації щодо відповідальності перед суспільством поведінки.

Другим згаданим у таблиці мотивом є конкуренція стандартів ведення бізнесу, котра є синтетичним окресленням всього комплексу ініціатив, котрі реалізуються т.зв. “інноваторами цінностей”. Такі інноватори конкурують за бачення майбутніх можливостей ведення бізнесу в межах певної галузі промисловості, зокрема – за інтелектуальне (в широкому розумінні цього поняття) лідерство в ній.

Описана у таблиці історія еволюції стратегічних концепцій ґрунтується на припущенні, що підприємство серед широкого загалу сприймається як сукупність окремих елементів, екзистенція яких забезпечується усім комплексом складових зовнішнього середовища. Вищеописане припущення передбачає необхідність внутрішньої скерованості діяльності такої сукупності з метою налагодження контактів та побудови співзалежностей з іншими учасниками ринку.

Отже, переконання у стратегічній вагомості соціальної відповідальності бізнесу сьогодні поступово виходить із поля спекулятивних тем та/або поверхневого трактування до сфери використання принципів CSR на практиці.

Як свідчить досвід ринкової діяльності багатьох підприємств, позитивна роль CSR є очевидною також відносно самої методики формування стратегії підприємства. У науковій літературі з цього питання часто зустрічається думка, що умовою ефективного переходу через окремі фази/цикли процесу формування стратегії є інтеграція двох з основних її етапів – формування та реалізації [1,3]. Вважаємо, що застосування принципів соціальної відповідальності сприятиме такій інтеграції, навіть більше – стане її своєрідним каталізатором.

Із декількох відомих у фахових наукових джерелах методичних рекомендацій щодо формування стратегії (передовсім на основі постулатів Р. Каплана та Д. Нортон [4], які популяризують використання збалансованої системи показників, та підходу М. Моргана, Р. Левіта і В. Малека, що пропонують модель стратегічної діяльності SEF – strategic execution framework) [7, с. 35] найближчою до ідей, які відстоює концепція соціальної відповідальності бізнесу, є підхід, Ч. Кімам та Р. Моборн – стратегія блакитного океану [5]. Ці автори описують вже раніше відомий підхід “інновації споживчої вартості”, наслідком використання якого є зменшення значення концентрації уваги на конкуренції як такої. Можна стверджувати, що такий підхід за своїм змістом є новим типом стратегії ринкової діяльності підприємства.

Незалежно від того, як трактується вищезазначена стратегія, її ефективності (завдяки інтеграції окремих етапів) досягають належною системою мотивації працівників як вищого управлінського рівня, так і низового, виконавчого рівня. У такий спосіб інтеграція етапу реалізації у стратегію, на думку авторів цієї концепції, найбільше відповідає тим умовам, в яких здійснюють власну діяльність господарюючі суб’єкти. Власне ці умови окреслюються поняттями єдності/інтегрованості та чесності. Останнє із зазначеного дало змогу авторам концепції ввести категорію “належного процесу”, яка полегшує як формування, так і реалізацію стратегії завдяки мобілізації працівників навколо спільної мети. Належний процес є гарантією того, що від самого початку формування стратегії, враховуючи етап її реалізації, стає можливим розрахунок вищого керівництва на високу заангажованість працівників у діяльність підприємства. Соціальна відповідальність відносно працівників підприємства є проявом чесного ставлення до них керівництва фірми.

Можна стверджувати, що, окрім виокремлених в стратегії блакитного океану чинників (сприйняття необхідності змін у практиці ринкової діяльності підприємства, потенціал внутрішній підприємства, мотиваційні та політичні чинники), які впливають на планування та реалізацію стратегії та відповідним чином її з’єднують у єдине ціле, формула соціальної відповідальності може відігравати роль інтегрувальної сили усього процесу стратегічного управління підприємством.

Об’єднання в єдине ціле окремих дій у межах планування та реалізації стратегії можна також зауважити, аналізуючи цикл створення стратегії у її формальному вигляді як документа. У кожному з її етапів (від формулювання бачення до окреслення конкретних завдань) можуть бути присутні передумови, котрі походять із сутнісних основ CSR. У такому трактуванні концепція соціальної відповідальності виходить за межі функціональної стратегії, сприяючи досягненню стратегічних цілей. Отже, вимоги до неї є водночас фундаментальними основами, котрі є частиною генеральної стратегії підприємства, що поєднує елементи: засоби, вміння, умови зовнішнього середовища (умови для ринкової діяльності підприємств).

Окрім функцій, пов’язаних з інтеграцією окремих елементів стратегії підприємства, соціальна відповідальність може сприяти також одному із основних постулатів Ч. Кіма та Р. Моборн – скерованість уваги загалом та ринкових дій, зокрема на неіснуючому попиті. У цьому випадку йдеться про своєрідне подолання бар’єрів існуючого попиту із використанням потенціалу соціальної відповідальності, а саме: всього спектру інновацій, посилення конкурентної переваги.

Оцінюючи явище з цієї перспективи, можна стверджувати, що CSR може впливати на вироблення бізнес-моделі підприємства, створюючи платформу на потреби розроблення окремих функціональних стратегій та їх імплементацію. А саме: при координації компонентів, що складають у кінцевому варіанті бізнес-модель фірми, вихідним пунктом завжди є певна стратегічна ціль, котра за змістом може походити із постулатів CSR.

Згадана раніше основна причина, через яку CSR повинна знаходити власне місце у стратегії підприємства, підтверджується на практиці результатами досліджень, які проводяться ще з поч. XXI ст. Ці результати показують, що більшість жителів різних країн Європейського Союзу декларує, що заангажованість підприємства у соціально вагомій сфері береться ними до уваги при купівлі того чи іншого товару/послуги. Наприклад, в Нідерландах та Іспанії вищезазначене задекларувало близько 90 % респондентів. При цьому у семи із дванадцяти країнах, в яких проводились дослідження, значна частина споживачів декларувала, що була б готовою платити більше за “соціально відповідальний” та “екологічний” товар [8].

Сьогодні, коли про конкурентоспроможність підприємства свідчать не лише ціна пропонованих ним товарів/послуг, але також і те, в яких умовах вони виробляються, відповідальне відносно суспільства ведення бізнесу може давати додаткову конкурентну перевагу. Її суть можемо сформулювати як стратегічний довгостроковий підхід, котрий ґрунтується на засадах суспільного діалогу та пошуку рішень, які б приносили користь усім зацікавленим сторонам. З цієї перспективи ідея соціальної відповідальності бізнесу передбачає побудову спільної цінності та створення корисності як для самого підприємства, так і для суспільства чи навколишнього середовища. Отже, результатом праці є “зрівноважені” продукти – у розумінні зрівноваженості із короткостроковими цілями господарюючих суб’єктів, що їх пропонують, та довгостроковими цілями суспільної екзистенції, навколишнього середовища.

Отже, важливим є не лише як підприємство генерує власні прибутки – важливими є також і шляхи використання зароблених коштів. У практичній площині постає необхідність зазначення причин, які роблять підприємство кращим в очах громадськості, аніж загальний фон його конкурентів.

Для того, щоб стратегія соціальної відповідальності була реалізована належним чином, вона повинна ґрунтуватись на справжніх переконаннях власників, керівників та працівників підприємства та віддзеркалювати декларовані ними цінності. Що вищим є рівень усвідомлення серед вищого керівництва важливості врахування поглядів усіх зацікавлених сторін, то більше вони схильні бути “адвокатами” ідей соціальної відповідальності та відстоювання екологічних стандартів під час прийняття рішень. Отже, поступово приходить розуміння вигоди від зайняття позиції соціально відповідального підприємства. А у результаті виникає напрямленість на імплементацію та утримання концепції соціально відповідального управління як незмінного внутрішнього стандарту, постійне організаційне самовдосконалення та збільшення сукупного інтелектуального капіталу підприємства.

Іншим виміром конкурентоспроможності, який виникає із концепції CSR, є інноваційність. Очевидно, наслідками впровадження в практику інноваційних рішень мають бути водночас і користі, вимірювані такими показниками, як збільшення частки ринку, обсягу збуту тощо. Розроблення та впровадження на ринок нових “зрівноважених” зазвичай сприяє побудові конкурентної переваги та дає змогу підприємству вигідно вирізнятися на фоні решти конкурентів. У цьому випадку не йдеться виключно про впровадження на ринок просто товарів-новинок. У розумінні соціально відповідального бізнесу інновація, окрім впровадження нових технологічних рішень у вигляді нових товарів, повинна сприяти також підвищенню якості уже існуючих товарів та послуг, покращенню їхніх технічних характеристик, удосконаленню методів реалізації стратегії та відповідних процедур тощо.

Висновки

Підприємства діють на ринку під постійним тиском та підлягають постійній свідомій та несвідомій оцінці. Одночасно зростають очікування споживачів, суспільства та засобів масової інформації щодо транспарентності та етики в бізнесі. За таких умов постулати, які висуваються CSR, дозволяють отримати та зберегти “суспільну ліцензію” та довготермінову і ефективну діяльність на ринку. Інтегровальним елементом для операційного виміру стратегії, котрий у фаховій літературі отримав назву процесного підходу, є можливість використання норми соціальної відповідальності бізнесу ISO 26000, котра належить до семи сутнісних сфер [6].

Перспективи подальших досліджень

Перспективу для подальших наукових досліджень у межах зазначеної тематики становлять напрями та глибина імплементації норм ISO 26000 у практику діяльності вітчизняних підприємств у разі разом із оцінкою ефектів такої імплементації.

1. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління / Д. Баюра // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 1. – С. 21–25. 2. Грант Р. Современный стратегический анализ / Р. Грант. – СПб.: Питер, 2011. – 560 с. 3. Колосок А. М. Соціальна відповідальність в системі корпоративного управління / А. М. Колосок // Економічний форум. – 2014. – № 1/2014. – С. 249–253. 4. Каплан Р. Сбалансированная система показателей / Р. Каплан, Д. Нортон. – М.: Олимп-Бизнес, 2004. – 214 с. 5. Чан Ким. Стратегия голубого океана: как создать свободную рыночную нишу и перестать бояться конкурентов / Ч. Ким, Р. Моборн. – М.: Нипро, 2005. – 727 с. 6. ISO 26000: Guidance on social responsibility [pdf-документ]. – Режим доступу: <http://www.cnis.gov.cn/wzgg/201405/P020140512224950899020.pdf> (03 травня 2015 р.). 7. Morgan M. Executing your strategy / M. Morgan, R. Levitt, W. Malek – Boston: Harvard Business Revue, 2008. – 289 p. 8. The first ever European survey of consumers attitudes towards Corporate Social Responsibility, “CSR Europe Magazine The Corporate Social Responsibility Magazine in Europe”, January 2001.

УДК 37.015.6:371.26

* О. М. Блистів, Л. В. Галаз

*Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка,
кафедра менеджменту та адміністрування,
Національний університет “Львівська політехніка”,
кафедра менеджменту організацій

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

© Блистів О. М., Галаз Л. В., 2015

Характерною ознакою сучасного етапу економічного та науково-технічного прогресу є стрімкий розвиток інформаційних технологій, їх якнайширше використання у різних сферах життя, зокрема в освіті та управлінні державою.

Сьогодні система освіти переживає період змін та трансформацій. Навчальні заклади повинні формувати вміння вчитися, здобувати інформацію, отримувати з неї необхідні знання. Зважаючи на це, все більшу роль у навчальному процесі відіграє рівень розвитку інформаційної культури особистості.

Поширення інформаційної культури в суспільстві та в освіті зокрема є важливим соціально-освітнім підґрунтям інформатизації загалом. Розглянуто особливості формування інформаційної культури особистості; розкрито зміст поняття “інформаційна культура” та сформульовано проблеми її формування; визначено шляхи та методи впливу інформаційної культури на ефективність навчального процесу.

Формування інформаційної культури якісно впливає на розвиток мислення студентів, сприяючи вмінню мислити категоріями, відділяти головне від другорядного, аналізувати ситуацію і робити висновки, розвиваючи їх об’єктивну та абстрактну складові.

Доводячи важливість впливу ІТ на освітній процес, увагу зосереджено і на негативних моментах такого впливу. Розкрито, зокрема, сутність таких аспектів, як індивідуалізація процесу навчання, створення нових форм взаємодії, вплив інформатизації

на сучасну мову, вплив на цінності та культурні інтереси студентів; розглянуто проблеми фільтрації матеріалу, переходу до самостійних дій, підміни реальних знань комп'ютерною програмою тощо.

Ключові слова: інформаційне суспільство, інформаційна культура, особистість, інформаційні технології, якість навчання.

O. Blystiv, L. Galaz

Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University
Management of Administration Department
Lviv Polytechnic National University
Management of Organizations Department

INTERRELATION BETWEEN INFORMATION CULTURE AND THE QUALITY OF EDUCATIONAL PROCESS

© *Blystiv O., Galaz L., 2015*

A characteristic feature of the present stage of economic, technological and information progress is rapid development of information technologies, their wide use in everyday life and education as well as in government management.

Today, the educational system is undergoing the period of changes and transformations. Educational establishments should form the ability to learn, obtain information and gather the necessary knowledge. Hence, the development of an individual's information culture plays an increasing role in educational process.

Expansion of the information culture in the society and, particularly, in education is an important social and educational foundation of informatization in general. This article examines peculiarities of formation of an individual's information culture; elucidates the notion of "information culture" and formulates the problems of its formation; identifies the ways and methods by which information culture influences the efficiency of the educational process.

Formation of the information culture influences students thinking ability in a positive way, enabling them to think in categories, see main ideas, analyze the situation and draw conclusions developing their objective and abstract constituents.

Proving the importance of IT influence on the process of education, we also focus our attention on the negative moments of such influence. We reveal the essence of such aspects as individualization of the learning process, creation of new forms of interaction, informatization impact on the modern language, students' values and cultural interests as well as material filtration, transition to individual work, substitution of real knowledge by a computer programme etc.

Key words: information society, information culture, personality, information technologies, quality of training.

Постановка проблеми

У період стрімкого розвитку інформаційного суспільства необхідно підготувати людину до швидкого сприйняття та обробки великих обсягів інформації, оволодіння сучасними засобами, методами і технологією роботи з нею. Однак, нові умови роботи породжують залежність інформованості однієї людини від інформації, набутої іншими людьми. Тому недостатньо вміти самостійно освоювати, накопичувати інформацію. Людина має мати певний рівень соціальної культури поведінки з інформацією. Для відображення цього факту запроваджено термін "інформаційна культура". Інтерес до проблем інформаційної культури викликаний переходом до нового типу економіки, яка ґрунтується на знаннях та до нового типу управління знаннями.

Актуальність формування інформаційної культури пов'язана з розширенням впливу на молодь засобів масової комунікації. Відтак це зумовлює необхідність застосування особистісно орієнтованого підходу до розвитку критичного мислення студентів, становлення захисного механізму до значного впливу засобів масової комунікації, які, з одного боку, спричиняють відчутне зростання інтелектуального і культурного потенціалу особистості, а з іншого – можуть руйнівно впливати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вивченню загальних тенденцій розвитку інформаційної культури присвячено наукові дослідження Н. Джинчарадзе, Л. Скворцова, Л. Винарика і О. Щедрика. Результати аналізу психолого-педагогічних напрацювань вітчизняних дослідників дають змогу стверджувати, що в них накопичено значний науковий і практичний досвід, який може стати основою для вдосконалення підходів до формування інформаційної культури майбутніх учителів (М. Близнюк, Т. Богданова, Н. Гендіна, О. Гладченко, Ю. Рамський, А. Столяревська, А. Фінькова); визначено домінуючі імперативи нової стратегії професійної підготовки фахівців з позиції нової філософії освіти (В. Андрущенко, С. Гончаренко, І. Зязюн, В. Кремень, В. Огнев'юк та інші). Значущими в контексті розгляду питання формування інформаційної культури педагогічних працівників є наукові дослідження Т. Бабенко, Є. Данильчук, М. Жалдака, О. Значенко, А. Коломієць, С. Конюшенко, Л. Лазаревої, О. Шиман.

Проблема впливу інформаційної культури на якість навчального процесу залишається достатньо актуальною. На сторінках наукових видань, у працях багатьох учених та учителів (В. Шолохович, Є. Силаєва, С. Антонова, М. Левшина, С. Оленев, Є. Семенюк, Н. Зінов'єва, А. Гречихін, М. Назаренко, Р. Гуревич, Н. Баловсяк, О. Немиров, Н. Гендіна, В. Кравець, В. Кухаренко, В. Мозолин, Н. Новожилова та ін.) досліджуються методики формування інформаційної культури молодого покоління, аналізуються форми навчальної роботи, доцільність використання засобів і прийомів для розвитку інформаційної культури на ефективність навчального процесу. Водночас у дослідженнях вітчизняних вчених недостатньо розглянуто питання взаємозв'язку інформаційної культури майбутніх учителів та якості навчального процесу у контексті нової освітньої парадигми.

Постановка цілей

Мета статті: виявити шляхи та методи взаємовпливу інформаційної культури на ефективність навчального процесу.

Для досягнення мети визначено такі завдання:

- розкрити сучасні трактування поняття інформаційної культури як складової загальної культури особистості студента;
- обґрунтувати особливості впливу інформаційної культури на якість навчального процесу.

Виклад основного матеріалу

Інформаційна культура – здатність суспільства ефективно використовувати наявні інформаційні ресурси і засоби інформаційних комунікацій, а також застосовувати для цих цілей передові досягнення в галузі розвитку засобів інформатизації та інформаційно-комунікаційних технологій [8].

Н. Г. Джинчарадзе зазначає, що інформаційна культура особистості “вміщує в себе багатоаспектні, взаємопов'язані елементи – інформаційний потенціал, інформаційний світогляд, інформаційний менталітет, інформаційно-орієнтаційну діяльність, мікро- та макроінфомодель, інфопотребу та інші” [1]

Один з провідних фахівців в галузі інформатизації Е. П. Семенюк під інформаційною культурою розуміє інформаційний компонент людської культури загалом, що об'єктивно характеризує рівень всіх здійснюваних у суспільстві інформаційних процесів та існуючих інформаційних стосунків.

Поняття інформації та інформаційної культури з філософського погляду аналізує А. Суханов [10], який вважає, що впоратися з гігантськими потоками інформації людина може тільки за допомогою високої інформаційної культури, якої необхідно набути.

Інформаційну культуру науковець розглядає як досягнутий рівень організації інформаційних процесів, ступінь задоволення потреб людей в інформаційному спілкуванні, рівень ефективності створення, збирання, зберігання, опрацювання і передавання інформаційних ресурсів. Водночас це і діяльність, спрямована на удосконалення всіх видів інформаційного спілкування, створення найсприятливіших умов для того, щоб цінності культури були засвоєні людиною, ввійшли органічно в її спосіб життя [2].

На нашу думку, основою інформаційної культури особистості є знання про інформаційне середовище, закони його функціонування та розвитку, вміння орієнтуватися в безмежному просторі різноманітних повідомлень і даних, раціонально використовувати засоби сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для задоволення інформаційних потреб.

До ознак інформаційної культури людини належать:

- уміння адекватно визначати потребу в інформації;
- ефективно шукати потрібні дані;
- адекватно відбирати й оцінювати інформацію;
- мати навички опрацювання інформації та продукувати нову;
- володіти здатністю до інформаційного спілкування.

Усе вищеперераховане має ґрунтуватися на розумінні ролі інформації у суспільстві, знанні законів інформаційного середовища та розумінні свого місця в ньому, володінні новими інформаційними технологіями.

Як відомо, глобальний характер інформаційного розвитку, формування інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури, окрім позитивних впливів, спричиняє багато нових і непростижних проблем, котрі, насамперед, пов'язані з розвитком самої людини, забезпеченням психологічних, моральних, правових аспектів взаємодії з інформаційним оточенням. Негативним інформаційно-психологічним впливом називають вплив інформації на психіку і свідомість людини, що призводить до неадекватного відображення дійсності і, як наслідок, зміни поведінки. Під інформаційно-психологічними факторами ризику, що чинять на особистість свій вплив, розуміють такі характеристики системи "людина – інформаційне середовище", які є потенційно небезпечними для нормальної життєдіяльності [3]. Аналіз наукової літератури показує, що основними факторами інформаційного середовища, які можуть стати факторами ризику, а відтак і джерелами інформаційно-психологічної небезпеки, є:

1) обсяг, повнота, кількість інформації, точність, доступність, своєчасність надходження до реципієнтів;

2) співрозмірність ергономічних характеристик інформації та їх потоків до параметрів органів чуттів, властивостей уваги, пам'яті, мислення особистості, поведінкових стереотипів, соціально-психологічних установок суспільства ;

3) наявність в інформаційних потоках специфічних елементів, які цілеспрямовано змінюють психофізіологічний стан великих мас людей, або осіб, які приймають важливі для соціуму рішення;

4) наявність в інформаційному середовищі модифікованих фізичних носіїв інформації, які впливають безпосередньо на фізіологічних носіїв (світлові, звукові, електромагнітні впливи) [5].

До основних факторів інформаційно-психологічного ризику, властивих самій людині, належать:

1) незрілість особистості, що полягає в нездатності до самостійного, усвідомленого вибору інформації, релевантної власним змінам, переконанням та планам;

2) налаштування особистості на конформізм, наслідування, на готовність до сприйняття маніпулятивних інформаційних впливів;

3) негативно змінений функціональний стан головного мозку та психіки;

4) стан соціуму, що сприяє підвищеній сугестивності, масовому зараженню ідеями, закличками, що виходять від харизматичної особистості, і викликається на психофізіологічному рівні гострим психоемоційним стресом, фрустрацією, тривожністю.

Масштабність і потужність впливу інформаційного середовища на психіку людей, їх особистості в сучасних умовах актуалізувало проблему інформаційно-психологічної безпеки. Під інформаційно-психологічною безпекою розуміють стійкий стан захищеності особи від негативних інформаційних впливів. Очевидно, що інформаційне середовище, яке оточує людину, неоднорідне, має різну природу інформаційно-психологічного впливу. У ньому в інтегрованому вигляді і різноманітних поєднаннях одночасно функціонують інформація, яка адекватно відображає реальний світ, а також деформована, перекручена інформація. Це зумовлено як складністю самого процесу пізнання, неповнотою наших знань про світ, так і упередженістю, суб'єктивністю людей, які її відтворюють. Для особистості, яка перебуває на стадії формування і розвитку, це може становити інформаційно-психологічну небезпеку. Тому вважаємо доречним звернути особливу увагу на формування у студентів критичного мислення та інформаційної культури при сприйнятті та використанні інформації. Це допоможе певною мірою створити інформаційно-психологічну безпеку особистості та зберегти її психологічне здоров'я.

Великого значення у формуванні інформаційної культури набуває освіта, яка повинна формувати нового фахівця інформаційного співтовариства, що володіє такими вміннями і навичками, як диференціація інформації; виділення значущої інформації; вироблення критеріїв оцінювання інформації; створення інформації та використання її.

Розвиток зазначених вмінь та навичок є важливим аспектом підготовки майбутніх учителів, оскільки вони у майбутньому повинні формувати такі самі риси у своїх учнів.

Поділяємо думку М. М. Левшина [6] про те, що “досягнення мети формування інформаційної культури здійснюється у процесі вирішення наступних завдань: вивчення різноманітних джерел інформації; опанування способів аналітико-синтетичної переробки навчальної інформації, прийомів і засобів самостійного ведення пошуку інформації відповідно до завдань, які виникають під час навчання; вивчення і застосування можливостей новітніх інформаційних технологій тощо”.

На основі цього вважаємо доцільним враховувати чинники формування інформаційної культури під час розроблення навчальних планів, програм дисциплін, робочих навчальних програм, підручників, посібників, навчально-методичного забезпечення тощо.

Студенти повинні усвідомлювати, що інформація є єдиним ресурсом життєзабезпечення, який не вичерпується, а накопичується. Відомо, що у 70-ті роки ХХ ст. обсяг інформації подвоювався кожні 5–7 років, а сьогодні це відбувається через кожні два роки [4].

Вважаємо, що методика укрупнення дисциплін [7] сприятиме формуванню інформаційної культури студентів, оскільки спонукатиме їх до постійного удосконалення навичок пошуку, оцінювання, відбору, опрацювання інформації.

Великого значення для формування інформаційної культури набувають нові інформаційно-комунікаційні технології (далі ІКТ), які визначаються як сукупність методів і засобів збирання, організації, збереження, опрацювання, передавання й подання інформації, що розширює знання людей і розвиває їхні можливості. До сучасних інформаційно-комунікаційних технологій навчання належать: інтернет-технології, мультимедійні програмні засоби, офісне та спеціалізоване програмне забезпечення (*текстові та графічні редактори, програми підготовки презентацій, електронні таблиці тощо*), електронні посібники та підручники, системи дистанційного навчання (системи комп'ютерного супроводу навчання), телеконференції [9].

Застосування ІКТ у навчально-виховному процесі відіграє важливу роль, зокрема:

- забезпечує інтеграційні процеси пізнання;
- сприяє розвитку особистості;
- підвищує рівень активності й реактивності студентів;
- розвиває здібності альтернативного мислення;
- розвиває вміння розробляти стратегії пошуку вирішення навчальних та практичних завдань;
- дозволяє прогнозувати результати реалізації прийнятих рішень на основі моделювання об'єктів, явищ, процесів, що вивчаються та їхніх взаємозв'язків.

ІКТ дають змогу інтегративно підходити до навчання, – це може ще більше розширити межі взаємодії між предметами певного курсу. З використанням ІКТ реалізується творчий та

інтелектуальний потенціал учасників процесу, їх залучення до сучасних способів отримання і переробки інформації. Цей процес сприяє більшому взаємному збагаченню викладача та студента. Застосування мультимедіа на заняттях дає змогу активізувати канали студентського сприйняття, а отже, сприяє ефективному засвоєнню навчального матеріалу. Відомо, що більшість людей запам'ятовує 5 % почутого і 20 % побаченого з першого сприйняття. Одночасне використання аудіо- та відеоінформації підвищує запам'ятовування до 40–50 %. Під час використання мультимедійних технологій етап мотивації збільшується й має пізнавальне навантаження. Це важлива умова успішності навчання, оскільки без інтересу до поповнення знань, без активізації уяви та емоцій відсутня творча діяльність студента, не формується активно його інформаційна культура.

Сьогодні інформаційно-комунікаційним технологіям належить провідна роль у всіх сферах діяльності людини, зокрема і в сфері освіти. Використання ІТ в освіті істотно впливає на формування загальної та інформаційної культури студента, його соціальну поведінку. Однак не можна зосереджувати увагу лише на позитивному впливі. Існують важливі моменти, на які слід звернути увагу з огляду на їх неоднозначний вплив і, відповідно, значення. Отже, розглянемо деякі соціокультурні аспекти інформатизації освіти та їх вплив на культуру сучасного студента.

Індивідуалізація процесу навчання студентів. З використанням ІТ можна індивідуалізувати процес навчання. Підвищується рівень активності студента, розвивається мислення, формуються вміння виконувати як навчальні, так і практичні завдання. Тому надзвичайно важливо в процесі навчання допомогти майбутньому фахівцю побудувати свою індивідуальну освітню технологію з урахуванням його здібностей. Незважаючи на це, індивідуалізація навчання може призвести і до негативних явищ. Так, індивідуалізація може ще більше посилити розшарування всередині групи на слабких і сильних студентів. Іншим істотним недоліком є “згортання” соціальних контактів, скорочення практики соціальної взаємодії і спілкування.

Створення нових форм взаємодії в процесі навчання. Використання ІТ дає можливість підвищити різноманіття видів і форм організації діяльності студентів на заняттях і вдома як, наприклад, видача та виконання індивідуальних завдань, групових завдань, проектних рішень тощо. Але разом з тим спостерігається зменшення ролі викладача на заняттях, зниження його авторитету та виховного впливу на процес навчання.

Вплив інформатизації на сучасну мову. Індивідуалізація зводить до мінімуму живе спілкування викладачів і студентів, студентів між собою, пропонуючи їм спілкування у вигляді “діалогу з комп'ютером”. Це призводить до того, студенти не отримують достатньої практики спілкування, формулювання думки, змінюється стиль формулювань і письмового викладу, з'являється сленг, мова спрощується.

Вплив інформатизації на цінності та культурні інтереси сучасних студентів. Інформаційне суспільство дає змогу легко задовольнити будь-які інформаційні потреби людини. Проте в деяких ситуаціях, коли йдеться про моральні цінності та культурні інтереси сучасних студентів, вплив інформатизації може призвести до істотних негативних результатів, як, наприклад, зниження значущості традиційних культурних цінностей (книги, живопис, класична музика, театр), нав'язування масової культури, поява субкультур.

Проблема відбору та фільтрації матеріалу. Певні негативні моменти може викликати значна свобода в пошуку і використанні інформації. При цьому студенти часто не здатні правильно використовувати її. Часто нелінійна структура інформації наражає студента на “спокусу” йти за пропонованими посиланнями. За невмілого використання таких ресурсів відбувається відволікання від основної мети.

Проблема переходу до самостійних дій. Найскладніше перейти від роботи з інформаційними технологіями до самостійних професійних дій. Часто використання засобів інформатизації освіти невиправдано позбавляє студентів можливості самостійного проведення дослідів, що негативно позначається на результатах навчання.

Підміна знань комп'ютерною програмою. Сьогодні відбувається заміна знань навичками з пошуку та отримання необхідної інформації за допомогою комп'ютерних програм. Безперечно, це

істотно спрощує процес навчання студента, проте, з іншого боку, означає для студента зниження цінності володіння знаннями.

Порушення права інтелектуальної власності. У процесі навчання студент отримує доступ до колосальних обсягів інформації. При цьому у нього часто виробляється відчуття повної відкритості та вседоступності інформації. Отже, студенти, копіюючи різні інформаційні продукти (програми, підручники в електронному вигляді тощо), навіть не думають про те, що в багатьох випадках їх копіювання і використання є прямим порушенням права інтелектуальної власності.

Висновки

Отже, інформаційна культура формує: розвиток особистості студента; умови для підготовки його до самостійної продуктивної діяльності в умовах інформаційного суспільства; реалізацію соціального замовлення, зумовленого інформатизацією сучасного суспільства; інтенсифікацію усіх рівнів навчально-виховного процесу; гуманітаризацію та гуманізацію навчального процесу. Процес інформатизації освіти є не лінійною функцією, а доволі складним соціокультурним феноменом, що містить як позитивні, так і негативні моменти, які слід враховувати, плануючи і організовуючи навчальний процес.

Перспективи подальших досліджень

Враховуючи актуальність проблеми розвитку та модернізації освітньої галузі у нашій країні, у подальших дослідженнях доцільно звернути увагу на розроблення та впровадження інноваційних технологій підготовки студентів. Оскільки інформаційне середовище здатне як позитивно, так і негативно впливати на людину, то вважаємо доцільним подальше обґрунтування та виокремлення чинників впливу та пошук способів зменшення їх руйнівної дії на особистість.

1. Джингчарадзе Н.Г. *Інформаційна культура особи: формування та тенденції розвитку (соціально-філософський аналіз): дис. ...д-ра філос.наук : 09.00.03 / Наталія Гаврилівна Джингчарадзе.* – К.: Київський ун-т ім. Т. Шевченка, 1997. – 452 с. 2. *Енциклопедія освіти / Акад. ред. наук України; гол. ред. В. Г. Кремінь.* – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 1040 с. 3. Зараковский Г. М. *Информационно-психологическая безопасность: основные понятия / Г. М. Зараковский, Г. Л. Смолян // Психология и безопасность организаций ; под ред. А. В. Брушлинского и В. Е. Лепского.* – М., 1997. 4. Калініна Л. М. *Інтернет як джерело отримання інформації та засіб підвищення професійної майстерності вчителів і керівників закладів освіти / Л. М. Калініна, О. Л. Губаи // Стратегії управління закладами освіти в умо-вах формування інформаційного суспільства : зб. наук. пр. / Ін-т педагогіки АПН України ; за ред. Р. П. Вдовиченко, Л. М. Калініної.* – К. ; Миколаїв : Ілліон, 2008.– Вип. 1. – С. 209 – 221. 5. Козырева А. Ю. *Информационно-психологическая безопасность в практике дипломатической службы / А. Ю. Козырева.* – М. : ДА МИД России, 2004. – 158 с. 6. Левшин М. М. *Педагогічна сутність поняття “інформаційна культура особистості” / М. М. Левшин // Вища освіта України.* – 2002. – № 3. – С. 67–74. 7. *Наказ МОН № 47 від 26.01.2015 р // [Електронний Ресурс] : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0132-15>.* 8. Степанов В. Ю. *Інформаційна культура сучасного інформаційного суспільства / В. Ю. Степанов // Вісник Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр.* – 2009. – Вип. 27. – С. 91–97. 9. Степанов В.Ю. *Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній освіті / В. Ю. Степанов // Вісник Харківської державної академії культури.* – 2010. – Вип.30. – С. 173–179. 10. Суханов А. П. *Информация и прогресс / А. П. Суханов.* – Новосибирск: Наука, 1988. – 193 с.

ЧИННИКИ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ЕФЕКТИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

© Гальків Л. І., Килин О. В., 2015

Розкрито об'єктивну природу відпочинкових подорожей за межі міст. Охарактеризовано специфіку формування попиту на послуги у сфері сільського туризму.

Досліджено термінологічний апарат тематики відпочинку у сільській місцевості. Охарактеризовано підходи до трактування сільського зеленого туризму вітчизняними науковцями, на основі чого сформульовано авторську дефініцію цього поняття.

Структуровано чинники активування сільського зеленого туризму в Україні. Обґрунтовано соціально-економічні наслідки розвитку зеленого туризму для сільських територій та для їх населення.

За даними Державної служби статистики України оцінено показники діяльності вітчизняних фізичних осіб-підприємців у сфері сільського (зеленого) туризму. Окреслено перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні.

Ключові слова: туризм, сільські території, сільський туризм, зелений туризм, перспективність розвитку сільського зеленого туризму.

L. I. Halkiv, O. V. Kylyn *

Lviv Polytechnic National University
The Department of the management of the organization
*Lviv State Institute of Economy and Tourism

FACTORS AND SOCIO-ECONOMIC EFFECTS OF RURAL GREEN TOURISM IN UKRAINE

© Halkiv L. I., Kylyn O. V., 2015

The objective nature of recreation tours outside the city is discussed in the article. Specifics of creating demand for services of green tourism are characterized.

The terminology of recreation in the countryside is studied. Approaches to treating green tourism by domestic scientists are characterized. The author's definition of this concept is formulated as "the form of recreation outside the urban environment, with corresponding resource potential and scope, the positive effects of which go beyond the rural areas."

Green tourism contributes to preservation and development of human heritage, revitalization of agricultural activities, improvement of tourism infrastructure, preservation of Ukrainian ethnocultural identity and environmental awareness. It led to government support program for the development of green tourism in European countries.

Factors of stimulating green tourism in Ukraine are distinguished (demand growth, reasonable prices, historical and ethnographic heritage, recreational resources, affordable housing, environmental cleanliness) alongside with the discouraging factors (political and economic instability, negligent legal support, low level of human, advertising and information support, insufficient infrastructure and communications).

Socio-economic effects of green tourism in rural areas are defined (amplification of agricultural production, improvement of welfare settlements, diversification of management

forms, stimulation of services development) and advantages for their population (increase of real incomes, employment increase, improvement of educational and cultural levels) are presented.

According to the State Service Statistics of Ukraine in 2012-2013, performance of the domestic natural individual entrepreneurs in green tourism is estimated. It is shown that not only the costs but also the quantitative indicators have increased: the number of estates; their area; the number of overnight stays; average length of stays. Dislocation of businesses in green tourism expanded from 13 to 20 areas. However, decrease is observed in tourist flows, cost per person-day; utilization of estates capacity. It is shown that business in green tourism is mostly concentrated in recreational areas of Ukraine.

Rising dynamics create supply on the green tourism market and the existence of blank sectors in this market indicates the green tourism development perspectives in Ukraine. The experience of European countries is presented concerning the following issues: tax incentives; common rural development and tourism against the background of financial support to the private sector; specialization in cuisine, wine tasting, ethnographic, pilgrim tours; employment of tourists in agriculture and others.

To improve the business environment in green tourism in Ukraine it is necessary to improve the regulatory framework and ensure its agreement with the EU; improve the investment climate; expand foreign economic activity; promote the value of healthy living based on the principles of sustainable tourism; adapt international experience to local realities.

Key words: tourism, rural areas, rural tourism, green tourism, the future development of rural tourism.

Постановка проблеми

Сучасна парадигма соціальної зорієнтованості суспільного розвитку вимагає уваги до проблем розвитку сільських територій України, передусім у руслі трансформації їх людського потенціалу в людський актив. Одним з найактуальніших напрямів розвитку українського села є активне становлення і розвиток зеленого туризму як альтернативного інструменту забезпечення зайнятості сільського населення, джерела формування його доходів та дієвого елемента комплексної стратегії соціально-економічного розвитку села в сучасних ринкових умовах [1, с.70].

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Наукові розвідки сільського туризму, розосереджуючись у галузях права, історії, географії, економіки, фінансів, туризмознавства, біології, не оминають соціальних проблем (розвитку територій, покращення добробуту людей, працевлаштування на селі, зниження безробіття серед його мешканців). Окремі аспекти соціальних імперативів туристичного бізнесу сільської місцевості України розглядали вітчизняні учені В. Беркович [2], Т. Булах [3], П. Горішевський, В. Васильєв, Ю. Зінько [4], О. Камушков [5], С. Коробка [6], І. Крюкова [1], Л. Опельд [8], М. Рутинський [10] та ін. Проте, вчені [10] погоджуються, що проблему розвитку туристики на сільських територіях у нашій країні досліджено недостатньо, а, отже, вона вимагає системного вивчення і є актуальною.

Постановка цілей

Дослідження визначеної проблеми зумовлює постановку розкриття сутності сільського зеленого туризму, виділення чинників його активування і дестимулювання в Україні. Також вважаємо за доцільне розглянути значення сільського зеленого туризму для сільської місцевості, оцінити його параметри в регіонах України та окреслити перспективи розвитку.

Викладення основного матеріалу

Давні традиції відпочинкових подорожей за межі міст значно поширились за нинішніх реалій, коли в індустріальних центрах відчувається нестача чистого повітря, інтенсифікувались умови використання трудового потенціалу, зросла напруженість життя на тлі здороження вартості турів на курорти, зростання рівня освіченості громадян, розвитку транспортної та туристичної інфраструктури. Об'єктивний попит на туристичні продукти, пов'язані з привабливими

малозаселеними, екологічно чистими сільськими територіями, активізував відповідні бізнес-проекти і новий тип діяльності, до якого застосовують різні назви: сільський туризм; зелений туризм, агротуризм, екотуризм, “відпочинок під грушею” та ін. Світова практика свідчить про його прибутковість. Щорічний приріст цього сектору 6 % [9, с. 44], а його частка у загальному туристичному потоці – 7–20 % [5]. До трійки топ-мотивів обрання послуг фермерського і сільського туризму за результатами соціологічних опитувань у ЄС входять: “втеча” від напруженого ритму міського життя, можливість занурення у неквапливий сільський побут, розслаблення (35,2 %); можливість поєднання відпочинку з активними подорожами (20,2 %); прагнення відпочинку на природі й спілкування із світом живого (17,3 %). Кожен десятий вказував на можливість родинного відпочинку; кожен двадцятий – на спортивний туризм із недорогою нічліжною базою. Домінує серед рекреантів урбанізована молодь.

Із термінологічного апарату тематики відпочинку у сільській місцевості часто виокремлюють поняття “зелений туризм” (табл. 1), акцентуючи на живій, недоторканній природі. Прикметник “сільський” вказує на специфіку забудови, побуту, ландшафту [10], територіальної дислокації [2, 4, 5, 11], етнокультурної складової відпочинку [2, 7]; отримувачів і надавачів послуг [4, 7, 9]; засобів розміщення [3]; соціально-економічних наслідків [7, 11].

Таблиця 1

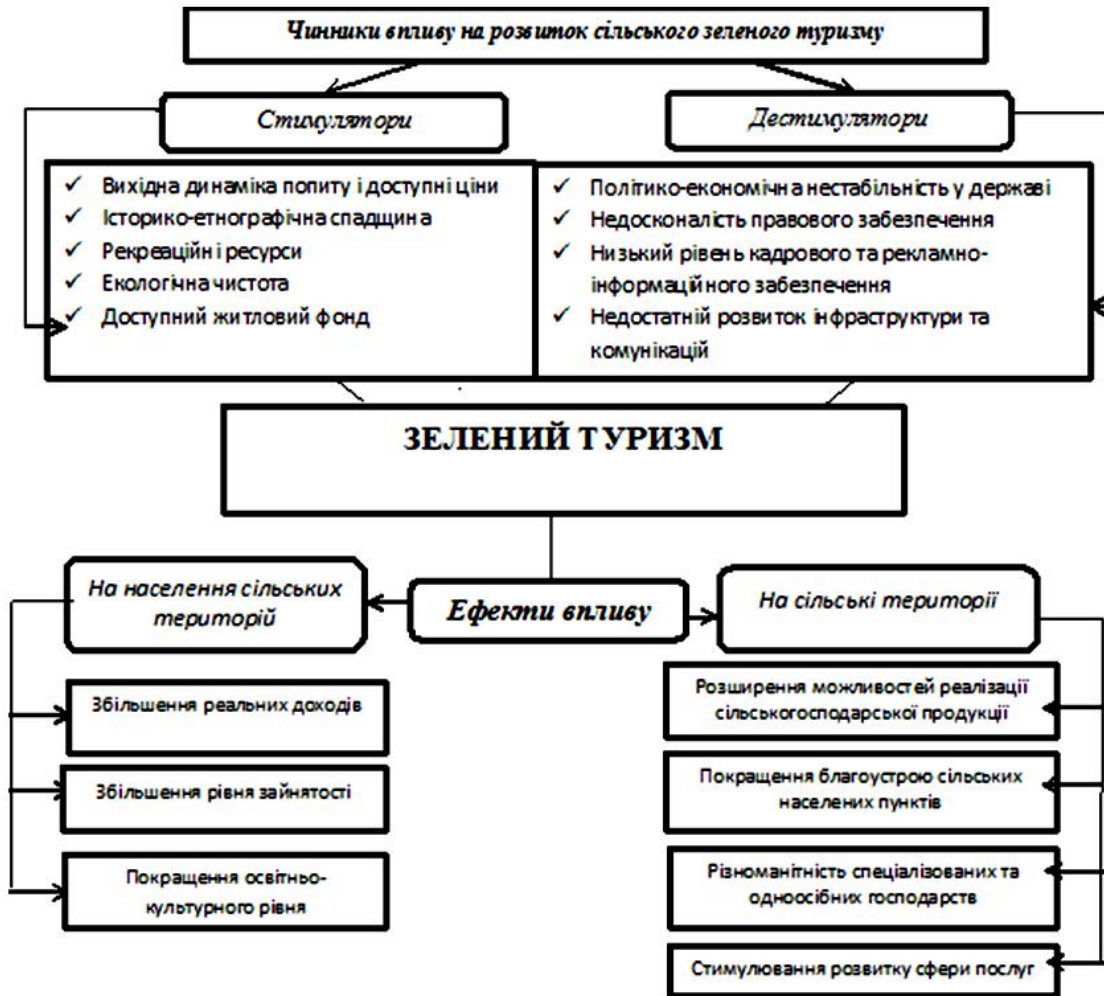
Дефініції категорії “сільський зелений туризм”

Автор, джерело	Означення
1	2
Л. Ткаченко, С. Тимчук, Л. Нецадим [10]	проведення вільного часу у сільському середовищі з відповідною забудовою, побутом, етнокультурним колоритом місцевості
П. Горішевський, В. Васильєв, Ю. Зінько [4].	відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях, який передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, аграрних і народних музеїв, центрів з обслуговування туристів з екскурсводами
В. Федорченко, Т. Дьорова [11]	вид туризму, який дає можливість міським мешканцям активно відпочивати в приватних сільських господарствах, а сільським господарям поліпшити своє фінансове становище
Т. Булах [3]	вид туризму, що передбачає ознайомлення з місцевим побутом в агрооселях, вивчення традицій проведення народних свят, фольклорної творчості, організації подорожей вихідного дня.
В. Биркович [2]	специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості, а також культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону.
М. Рутинський, Ю. Зінько [9]	відпочинок у сільській місцевості характеризується тим, що, по-перше, відпочивальники ведуть сільський спосіб життя і знайомляться з місцевими звичаями; по-друге – це надання господарями туристу-відпочивальнику (споживачу) якісної послуги, яка повинна повністю відповідати його платоспроможному попиту
О. Камушков [5]	вид проведення вільного часу у формі стаціонарного, з можливістю недалеких виїздів чи походів, відпочинку в сільській місцевості.
Л. Оппельд, А. Гордіян [7]	специфічна форма відпочинку на селі, де суб'єктами надання туристичних послуг є не професіонали, а мешканці села – власники особистих, підсобних та фермерських господарств, які спираються на наявні місцеві ресурси, а також сфера, що сприяє заохоченню сільського населення до розвитку приватної ініціативи, до забезпечення самозайнятості й підвищення рівня та якості життя на селі

Узагальнюючи авторські трактування сільського зеленого туризму, можна визначити його як форму відпочинку у позаурбаністичному середовищі, з відповідним йому ресурсним потенціалом, а також як сферу діяльності, позитивні наслідки якої виходять за межі сільських територій. Зокрема він сприяє збереженню та розвитку людського капіталу, активуванню господарської діяльності; покращенню туристичної інфраструктури; збереженню етнокультурної самобутності українців, їх

екологічної свідомості. Цим зумовлена вагома державна підтримка програми розвитку зеленого туризму в європейських країнах.

Соціально-економічні ефекти розвитку сільського зеленого туризму найбільш відчутні для сільських територій (уможливлення реалізації сільгосппродукції, покращення благоустрою, диверсифікація бізнес-процесів) та мешканців села (збільшення доходів, зниження безробіття, покращення якісних параметрів людського потенціалу) (рисунк). Так, за підрахунками експертів Європейського банку, дохід, отриманий від одного ліжка-місця, еквівалентний річному доходу фермера від однієї корови [5]. Проте в Україні, незважаючи на наявні передумови розвитку сільського зеленого туризму (стимулятори), діє низка чинників, які перешкоджають цьому: нестабільність політико-економічної ситуації, вади правового регулювання, низький рівень кадрового та інформаційного забезпечення, інфраструктурні та комунікаційні деструкції та ін.



Чинники та ефекти розвитку сільського зеленого туризму
Джерело: Власна розробка авторів

У час зменшення фінансових ресурсів населення, наявності значного прошарку незаможних мешканців, великої кількості осіб, які потребують реабілітації внаслідок подій на Сході України сільський зелений туризм може отримати новий поштовх для подальшого розвитку. Як приклад можна навести ініційовану власниками приватних садиб у Карпатах практику безкоштовного оздоровлення та відпочинку бійців АТО.

Державна статистика України оперує категорією сільський (зелений) туризм [8] і на сьогодні оприлюднила дані про діяльність фізичних осіб-підприємців у його царині за 2012–2013 рр. За цей період помітно збільшилися не лише вартісні показники (доходи витрати, прибутки), які реагують

на цінові чинники, а й натуральні: кількість садиб (23,9 %); їхня площа (33,5 %), зокрема житлова (44,3 %); кількість ночівель (16,2 %); середня тривалість перебування розміщених осіб (18,2 %). Натомість туристичний потік знизився на 1,5 %; фактичні витрати на один людино-день – на 10,9 %; коефіцієнт використання місткості садиб – на 26,9 %.

Як позитивні зміни можемо зазначити суттєве розширення дислокації підприємництва у сфері сільського зеленого туризму з 13 областей у 2012 р. до 20 у 2013 р. областей. Втім, як бачимо з табл. 2, цей вид бізнесу сконцентрований переважно у рекреаційних регіонах.

Таблиця 2

Частка регіонів-лідерів за показниками діяльності фізичних осіб-підприємців у сфері сільського (зеленого) туризму в Україні, %

Область	Кількість туристів		Кількість садиб		Кількість днів роботи у 2013 р.
	2012 р.	2013 р.	2012 р.	2013 р.	
Івано-Франківська	42,6	45,9	68,7	64,6	61,3
Львівська	33,6	16,6	13,5	12,6	17,0
Чернівецька	8,4	9,4	7,4	5,6	4,8
Хмельницька	4,2	8,6	0,9	2,1	1,8
Волинська	5,0	5,5	0,9	0,7	0,9
Закарпатська	0,5	3,3	1,7	2,8	3,0
Тернопільська	4,0	3,5	2,6	1,4	1,8
Інші області	1,7	7,2	4,3	10,2	9,4

Джерело: розраховано за:[8]

Аналіз статистичних даних підтверджує перспективи розвитку зеленого туризму в Україні, оскільки, по-перше, спостерігається висхідна динаміка показників, які формують пропозицію на ринку послуг цього виду туризму; по-друге, існує незаповнена ніша на цьому ринку (у 2013 р. з 20 областей лише по одній садибі було у 6 областях, по дві – у 3, а на Донеччині, Житомирщині, Київщині, Миколаївщині, Рівненщині, Сумщині їх взагалі немає. Можна скористатися досвідом країн Європи, стосовно пільгового режиму оподаткування (Німеччина, Італія, Австрія, Польща, Угорщина); спільного розвитку сільської місцевості та туризму за фінансової підтримки приватного сектору (Франція); спеціалізації на гастрономічних та дегустаційних (Італія), етнографічних (Румунія), паломницьких турах (Італія, Іспанія); на зайнятості туристів в агрогосподарстві (Австрія) та ін.

Висновки

Сільський зелений туризм не лише сприяє збереженню селянства як носія українського культурно-духовного менталітету, а є одним із напрямів диверсифікації сільської економіки, що забезпечує її фінансове оздоровлення, стимулює формування міцного прошарку середнього класу на селі. Для активізації бізнес-середовища у сфері сільського зеленого туризму в Україні необхідно: удосконалити нормативно-правову базу та узгодити її з нормами країн ЄС; покращити інвестиційний клімат; розширити зовнішньоекономічну діяльність; популяризувати цінності здорового способу життя на засадах сталого туризму; адаптувати світовий досвід до вітчизняних реалій.

Перспективи подальших досліджень

Зважаючи на важливу роль сільського зеленого туризму в активуванні бізнес-процесів на сільських територіях, варто надалі зосередити увагу на стратегічних імперативах сталого розвитку окремих регіонів України. Також перспективи подальших досліджень вбачаються в науковій розвідці питань, пов'язаних з екологічним туризмом та екологічністю туризму.

1. Крюкова І. О. Стратегічні імперативи розвитку зеленого туризму у Південному регіоні України / І. О. Крюкова // Економічний форум. – 2015. – №1. – С. 69–74. 2. Биркович В. І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України / В.І. Биркович // Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник. – 2008. – №1 (6). – С. 138–143. 3. Булах Т. М. Сільський туризм як перспективний напрям для соціально-економічного розвитку села /

Т. М. Булах // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2010. – №11. – С. 143–147.
4. Горішевський П. В. *Сільський зелений туризм : організація гостинності на селі: підручник* / П. В. Горішевський, В. П. Васильєв, Ю. В. Зінько. – Івано-Франківськ: Місто-Н, 2003. – 148 с.
5. Камушков О. С. *Розвиток зеленого туризму як ланки туристичної сфери України* / О. С. Камушков // *Держава та регіони. (Серія: Економіка і підприємництво)*. – 2009. – № 5. – С. 78–83.
6. Коробка С. В. *Зелений туризм як фактор підвищення конкурентоспроможності сільської місцевості* / С. В. Коробка // *Економіка. Управління. Інновації*. – 2012. – №1 (7) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : tourlib.net/statti_ukr/korobka.htm.
7. Оппельд Л. І. *Міжнародний досвід зеленого туризму в Україні : проблеми та перспективи* / Л. І. Оппельд, О. Гордіян // *Ефективна економіка* – 2014. – №.1.
8. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
9. Рутинський М. Й. *Сільський туризм [Текст] : навч. посібник* / М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінько. – К. : Знання, 2006. – 272 с.
10. Траченко Л. В. *Соціальне значення зеленого туризму в контексті розвитку сільських територій України* / Л. В. Траченко, С. В. Тымчук, Л. М. Нецадим // *Современные технологии управления*. – 2015. – №.1(49). – С. 43–47.
11. Федорченко В. К. *Історія туризму в Україні* / В. К. Федорченко, Т. А. Дьорова. – К. : Вища школа, 2002. – 195с.

УДК 65.012.34:631.11

Н. Т. Гринів, Г. В. Подвальна
Національний університет “Львівська політехніка”,
кафедра маркетинг і логістика

ТРАНСПОРТНА ПОСЛУГА ЯК ОБ’ЄКТ АНАЛІЗУ ТА УПРАВЛІННЯ

© Гринів Н. Т., Подвальна Г. В., 2015

Проаналізовано транспортну послугу за параметрами якості та ціни, виокремлено основні фактори, які формують попит на транспортні послуги. Проаналізовано фактори, котрі детермінують поняття якості транспортної послуги в контексті її оцінювання споживачем. Досліджено, як впливають коливання ціни транспортної послуги на попит на неї залежно від базових характеристик самої послуги. Проаналізовано наукові підходи до чинників, які актуалізують потребу в транспортуванні.

Дослідження здійснюється з метою вивчення передумов формування попиту на транспортні послуги.

На підставі проведених досліджень було встановлено, що атрибутами, які визначають поняття якості транспортної послуги, є матеріальні атрибути, довіра з боку клієнта та вірогідність її надання, компетенція, комунікативність та клієнто-орієнтованість виконавця, безпечність та доступність самої послуги. Обґрунтовано, що вплив доходу та ціни на величину попиту на ринку транспортних перевезень є то значніший, що більш факультативним є характер потреби у перевезенні і навпаки. Визначено, що кожна індивідуальна транспортна послуга, виокремлена із загальної їх маси потреб у транспортуванні, є наслідком первинної потреби, що зумовлює потребу у транспортуванні, просторовою та часовою відстанню між пунктами відправки та призначення, конкретним вантажем/пасажиром чи групою вантажів/пасажирів.

Результати дослідження є важливими для розвитку фундаментальних знань про ринок транспортних послуг. Вони будуть корисними для подальшого розвитку теорії та практики управління транспортним підприємством на ринкових засадах.

Ключові слова: транспортна послуга, декомпозиція, управління, клієнт, стандарти обслуговування.

TRANSPORT SERVICES AS AN OBJECT OF ANALYSIS AND MANAGEMENT

© Hryniv N., Podvalna H., 2015

The transport service is analyzed in terms of the parameters of quality and price. The main factors that form a demand for transport services are determined. The analysis of the factors that determine the concept of transport services quality in the context of their consumer evaluation is conducted. It is investigated how fluctuations of transport services prices affect the demand for them in respect to different basic characteristics of the services. Scientific approaches to a set of factors actualizing the demand for transportation services are analyzed.

The research is carried out in order to study the prerequisites of shaping a demand for transport services.

On the basis of these studies it is found that the material attributes, trust and reliability of the provider, competence, communicability and openness to a client, safety and availability of the services are the attributes that define the concept of transportation services quality. It has been proved that the more optional is the nature of the demand in transportation the more important is the impact of income and prices on the demand. It is observed that each individual transport service, as a part of the total transportation demand, is the result of a primary need. Hence the demand is set for transport, spatial and temporal distance between the points of departure and destination, specific cargo / passenger or group of cargo / passengers.

The results of the research are important for the development of fundamental knowledge about the market of transport services. These results will be useful for the further development of theory and practice of management of transport companies on market principles.

Key words: transport service, decomposition, management, customer service standards.

Постановка проблеми

Одним із головних видів діяльності, які реалізуються на ринку логістичних послуг, є надання послуг з транспортування вантажів. Попит на ці послуги виникає з потреби переміщення товарів з метою задоволення конкретних індивідуальних/групових потреб. Інтенсифікація процесу товарообміну, в т. ч. у міжнародному масштабі, процеси спеціалізації виконання окремих видів діяльності спричиняють значний розвиток ринку транспортних послуг. Пов'язано це також із вагомістю ролі, яку відіграє транспортування в господарських процесах, забезпечуючи належне функціонування усіх галузей економіки. Світова економіка ставить перед транспортною галуззю щораз масштабніші завдання, які виникають із зростаючих обсягів виробництва та збільшення рівня спеціалізації і кооперації в рамках організування процесу виробництва.

Враховуючи частоту, сферу зацікавлень та роль послуг вантажних перевезень особливої актуальності набуває питання аналізування та управління ними. В теорії та практиці існують різні методи, техніки і знаряддя аналізу транспортної послуги, і їхнє різноманіття може слугувати опосередкованим свідченням вагомості проблеми, що розглядається.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У доступній фаховій літературі, присвяченій логістичній тематиці, питанню управління транспортними послугами відводиться вагома роль. Зокрема, ролі транспортних послуг в загальному управлінському контексті присвячені праці В. Г. Галабурди, Н. І. Чухрай, М. Цесельського, А. Шимоніка та ін.

Так, праця В. Галабурди та співавторів [1] привертає увагу до маркетингової тематики у транспортній галузі із суттєвим наголосом на використання математичного апарату для розрахунків у межах маркетингу-мікс.

У працях М. Седля та Л. Сімака [6], Шимоніка та співавторів [7] транспортну послугу як об'єкт дослідження розглядають в контексті формування доданої вартості для клієнта протягом усього ланцюга поставок. Отже, її роль та місце автори зводять виключно до функції переміщення вантажів у просторі, нехтуючи усім асортиментом суміжних до транспортування послуг, врахування якого власне і уможливило об'єктивне оцінювання та порівняння конкурентних пропозицій на відповідному ринку.

У цьому аспекті вигідно відрізняється підхід, який запропонували Н. Чухрай та О. Гірна [3], коли сам процес транспортування розглядається як інтегральна складова логістичного обслуговування клієнта. При цьому межі транспортної послуги чітко автором не виокремлюється, що можна вважати виправданим з огляду на комплексність проблем, які підлягають аналізу.

Окремо на питанні управління послугами з транспортування концентруються такі науковці, як С. В. Смерічевська, М. В. Шевченко, Г. Роса та ін. Так, перевагою наукових праць С. Смерічевської та Г. Роси є їхня практична спрямованість, використання як інформаційної бази для обґрунтування власних висновків широкого масиву статистичних даних, авторських досліджень [2, 6]. Аналогічні атрибути наявні у посібнику М. Шевченко [4] з детальним аналізом змісту транспортного обслуговування на усіх його етапах: від прийняття принципового рішення про необхідність перевезення, поточного контролю та контролю апостеріорі. Однак робота цього автора має, вузький профіль застосування у підгалузі залізничних перевезень.

Отже, у вищезгаданих працях недостатньо уваги приділяється комплексному погляду на такий об'єкт аналізу та управління, яким є логістична послуга.

Постановка цілей

Цілями статті є обґрунтування необхідності змістовного наповнення транспортної послуги із врахуванням споживчих преференцій, розроблення і апробація підходу до комплексного аналізування послуги з транспортування.

Виклад основного матеріалу

Транспортування є діяльністю, метою якої є переміщення в просторі. Аналізуючи цей вид діяльності, можна зауважити, що він ґрунтується на платному наданні послуг, які дають ефект у вигляді переміщення людей та вантажів, а також надання супутніх послуг. З економічного погляду “транспортування є виробничим процесом, завдяки якому в умовах обмежених засобів забезпечується переміщення осіб, вантажів, енергії в просторі з метою задоволення індивідуальних і групових потреб” [1, с. 284]. Отже, якщо транспортування є виробничим процесом, то в його результаті виникає продукт, який в цьому випадку є транспортною послугою. Для того, щоб реалізувати цю послугу, необхідними є безліч елементів, таких як транспортні засоби, інфраструктура, кваліфікований персонал та правила, згідно з якими транспортні послуги надаються [7, с. 32]. Усі ці елементи формують транспортну систему, під якою розуміють сукупність взаємопов'язаних чинників, що містять згадані елементи.

Транспортування широким загалом сприймається як діяльність з обслуговування певним чином окресленого кола клієнтів, які “споживають” транспортну послугу. З цього факту випливає її нематеріальний характер. Нематеріальний характер послуги зумовлює чергову специфічну для транспортної послуги характеристику, а саме єдності місця, часу, обсягу її виробництва та споживання. Під час виробництва транспортних послуг не можна сформувати відповідні “запаси

готової продукції”. Такий стан справ часто спричиняє наявність значних невідповідностей між фактичним попитом на транспортні послуги, з одного боку, та можливостями їх задоволення профільними підприємствами, з іншого. Тому виробляти транспортні послуги можна лише в часових рамках, в яких було заявлено про потребу в їх наданні. У цих часових рамках заявлені потреби у транспортуванні повинні бути нижчими порівняно із максимальним потенціалом транспортного підприємства, а саме підприємство повинно мати у диспозиції надлишок транспортних засобів. В іншому випадку може виникнути ситуація, яку в маркетингу характеризують як “втрачені продажі”. Ринок транспортних послуг також характеризується значною нерівномірністю попиту на такого типу послуги, що також зумовлює формування локальних ринків, які виникають у відповідь на неспроможність великих логістичних операторів охопити значні території.

Також специфічною ознакою послуг з вантажоперевезень є її предмет – вантаж, що підлягає перевезенню. Зі зміною місця вантажу пов’язана інша характеристика цього роду послуг – просторовість, під якою розуміють можливість зміни місця матеріальних об’єктів. Окрім цього, транспортні послуги є доволі капіталомісткими, що зумовлює необхідність утримання відповідних транспортних засобів, а також створення можливостей для належного обслуговування вантажів в розподільчих/дистрибуційних центрах [4, с. 10]. Сутністю послуг з транспортування є також низька цінова еластичність попиту на них, підтвердженням чого в останні роки є реагування попиту на них із збільшенням цін профільних підприємств: такі дії не спричиняють зниження попиту, оскільки поставка переважної більшості споживчих товарів передбачає необхідність транспортування їх з місця виробництва до місця продажу.

На етапі проведення переговорів між надавачем та споживачем транспортної послуги з’являється загроза конфлікту сторін. Це пов’язано з тим, що будь-які погодження стосуються майбутніх періодів, тоді як послуги з транспортування (про що говорилось раніше) неможливо надати “про запас”. Тому виробництво цих послуг потребує сталого і тісного контакту обох сторін.

Вищенаведені характерні особливості спричиняють певні наслідки як для господарюючих суб’єктів, які пропонують послуги з перевезення, так і для їхнього споживача. У першому випадку ці характеристики означають те, що транспортне підприємство повинно бути в постійній готовності до отримання замовлення, інакше кажучи, так запланувати використання транспортних засобів, щоб мати їх резерв у певній величині на непередбачені замовлення. З іншого боку, слід розуміти, що такого роду резерви генерують втрати, які повинні покриватись за рахунок засобів, що також знаходяться у використанні.

Щодо наслідків для клієнта, то серед найбільш очевидних можна згадати, наприклад, необхідність передоплати за ще не надану послугу, відсутність як технічної, так і юридичної підстави для відмови від неї в процесі безпосереднього “споживання”. І хоча клієнт не усвідомлює вищезгаданих наслідків, він вибирає серед різних пропозицій транспортних послуг, які можуть не мати такого “навантаження” [6, с. 160].

Наслідки характерних особливостей послуг з транспортування наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Наслідки характерних особливостей транспортних послуг

Наслідки для перевізників		Наслідки для клієнтів	
Організаційні	Економічні	Організаційні	Економічні
Пропонування можливостей з транспортування, а не власне транспортних послуг.	Наявність втрат з огляду на потребу утримання резервів можливостей з транспортування.	Відсутність можливості вибору на ринку транспортної послуги; натомість необхідність вибору її надавача	Виникнення непередбачених витрат внаслідок не належним чином наданої транспортної послуги

Наслідки для перевізників		Наслідки для клієнтів	
Організаційні	Економічні	Організаційні	Економічні
Неповне використання основних фондів у періоди “затишшя”	Наявність витрат, пов’язаних із перевантаженістю транспорту у пікові періоди	Брак можливості відмови від послуги в процесі її “споживання”	Поширена практика передоплати за надання транспортної послуги
Необхідність утримання резервів можливостей з транспортування на випадок непередбачених флуктуацій попиту	Нижча якість послуг, що надаються у пікові періоди. Вищі сукупні витрати у зв’язку із згаданими обставинами	Брак можливості обміну послуги після її реалізації	

Джерело: сформовано на підставі [5, с. 41]

За своїм змістом транспортна послуга є поняттям комплексним, яке передбачає не лише фізичне переміщення певного об’єкта в просторі. Якщо брати за основу саме так окреслену послугу з перевезення, при плануванні комплексного обслуговування клієнтів транспортним підприємством слід враховувати той факт, що така “база” потенційно генерує цілий спектр суміжних послуг, які в глобальному масштабі набули значного поширення. Окрім іншого, про це свідчать дані, подані в табл. 2.

Таблиця 2

Послуги, що найчастіше замовляються логістичним операторам

№ з/п	Послуга	Період, рр.		
		2010, %	2012, %	2014, %
1	Внутрішньодержавні перевезення	83	71	80
2	Міжнародні перевезення	75	78	70
3	Складування	74	62	67
4	Митне оформлення	58	48	53
5	Експедиція вантажів	53	57	51
6	Зворотна логістика (усунення неполадок, ремонт, повернення)	35	27	36
7	Документальне обслуговування	28	17	33
8	Послуги, що додають споживчої вартості товарам: етикетування, пакування, комплектування тощо	36	24	30
9	Крос-докінг	38	26	30
10	Планування та управління процесом транспортування	31	23	25
11	Формування, перетворення, виконання замовлень	16	14	18
12	Управління запасами	–	21	18
13	Управління ланцюгом поставок	18	11	15
14	Логістика запасних частин	–	14	14
15	Інформаційні технології	20	15	14
16	Управління транспортним парком	15	10	13
17	Послуги LLP (Lead Logistics Provider) / 4PL	13	9	11
18	Обслуговування клієнта	13	11	5
19	Послуги, пов’язані із забезпеченням “зеленої” логістики	–	4	3

Джерело: сформовано на підставі [8]

Як бачимо з табл. 2, транспортні підприємства поступово трансформуються у надавачів цілого спектру логістичних послуг, що ускладнює як управління ними, так і їхнє аналізування. При цьому 70 % усіх логістичних витрат припадає власне на транспортування [2, с. 92]

Якість транспортного обслуговування характеризується не лише економічністю доставки. Ефективність функціонування споживачів транспортних послуг залежить як від величини тарифу на доставку, так і від таких аспектів якості доставки, як своєчасність, схоронність та ін. На практиці при виборі варіанта доставки відправники вантажу і вантажоодержувачі часто враховують лише основну частину витрат, пов'язаних з доставкою, – транспортні витрати. Інші витрати, зумовлені недостатнім рівнем якості доставки, враховують зазвичай як витрати основного виробництва. Отже, фактичний вплив транспорту на ефективність основного виробництва є значно більшим, ніж це впливає із суми транспортних витрат. Це відповідає сучасному підходу до обслуговування клієнта з перспективи філософії, коли саме обслуговування підноситься до глобального зобов'язання задовольнити його потреби якнайкраще [3, с. 21].

В удосконаленні рівня якості системи доставки вантажів зацікавлені не тільки споживачі транспортних послуг, в яких велика частка транспортних витрат у вартості їхньої продукції, але і ті, в яких ця частка невелика, але через недостатньо високий рівень якості доставки витрати значні (неможливість застосування ефективних виробничих технологій, необхідність збереження великих запасів і т. п.).

Для того, щоб вибрати систему доставки вантажів, що забезпечує високий рівень наданого обслуговування, потрібно виявити, які саме вимоги в клієнта до системи доставки і за допомогою яких параметрів споживач оцінює ступінь задоволення цих вимог? Безсумнівно, згодом ці вимоги змінюються, відповідно змінюється і ступінь їхнього задоволення. Однак для забезпечення повноти вирішення завдання вибору треба виявити всі можливі вимоги споживачів.

Для цього необхідно постійно відстежувати зміни у вимогах споживачів і використовувати такі методи, як анкетування, структуровані інтерв'ю, фокусування на окремих групах тощо. Крім безупинного вивчення запитів споживачів необхідний моніторинг ринкових факторів, що змінюються.

Стандарти обслуговування гарантують клієнтам задекларований підприємством перелік благ, які вони можуть отримати водночас з послугою. Стандарти обслуговування визначають правила роботи працівників сервісного комплексу і ґрунтуються на часових критеріях, показниках надійності і показниках, пов'язаних із втратами та пошкодженнями. Ці правила є обов'язковими для виконання, що гарантує високу якість всіх послуг і задоволення вимог покупців.

Спосіб, який дає змогу системно аналізувати транспортні послуги на досліджуваному підприємстві, має передбачати врахування усіх послуг, які можуть ним надаватися в процесі обслуговування клієнтів. Як уже зазначалось, сам процес транспортування супроводжується цілим рядом супровідних дій. Неврахування їх при аналізованні транспортної послуги не дасть змоги робити адекватні висновки щодо ефективності організування процесу обслуговування клієнта, необхідності запровадження регулятивних дій з боку керівництва, скерованих на процесну оптимізацію транспортної послуги.

Отже, метод, який застосовують для аналізування транспортної послуги, має ґрунтуватися на принципах:

- комплексності: враховувати весь спектр процесів, необхідних для надання транспортної послуги;
- точності: мати чіткі параметри для кількісного оцінювання;
- відповідати принципу “леза Окхама”: враховувати в процесі аналізу лише основні дії, що виконуються в процесі обслуговування клієнта, які реально впливають на якість транспортної послуги.

Відповідно до вище зазначених принципів нами запропоновано застосування авторської розробки – TRW-аналізу (transportation – транспортування, reloading – перевантаження, warehousing – складування), який, вважаємо, дає змогу комплексно моніторити надання транспортних послуг на транспортних підприємствах, охоплюючи, крім “бази”, усі суміжні сфери, які в комплексі формують транспортну послугу.

Для аналізу нами обрано ТзОВ “Універсальна логістична компанія”, яка є класичним 3PL-оператором логістичних послуг з регіональним (частково національним) масштабом діяльності. Для

аналізу було обрано транспортну послугу, яку за усіма параметрами можна вважати найбільш затребуваною у клієнтів підприємства (вибір було здійснено на підставі аналізу внутрішньої документації підприємства).

Дії, які передують транспортній послугі в даному підприємстві, є її попереднє аналізування, що проводить спеціально визначена особа. Завдяки таким підрахункам можна спостерігати, якою є різниця між запланованим часом операції та часом її реального виконання. Дані аналізу подано в табл. 3 і 4.

Декомпозицією обраної транспортної послуги можна проаналізувати ефективність організування процесу клієнтського обслуговування в розрізі окремих процесів та виявити відхилення від запланованих показників.

Таблиця 3

**TRW-аналіз обраної послуги ТзОВ “Універсальна логістична компанія”:
порівняння планових та фактичних показників**

Процес	Фактичні показники		Планові показники		Відхилення	
	Час, хв.	Кількість повторів	Час, хв.	Кількість повторів	Час, хв.	Кількість повторів
Перевантаження	116	2	120	2	-4	-
Транспортування	586	3	600	3	-14	-
Контроль транспортного засобу	101	4	90	4	11	-
Очікування	60	2	30	2	30	-

Джерело: власні дослідження авторів

Такий підхід важливий з огляду на те, що серед вітчизняних транспортних підприємств (зокрема, у досліджуваному підприємстві) все поширенішою стає практика декларування стандартів обслуговування, які містять конкретні вимірювані величини, зокрема за часом обслуговування. З огляду на це моніторинг дотримання цих стандартів задля виявлення можливих відхилень стає необхідністю, без якої неможливо забезпечити якість транспортної послуги.

Таблиця 4

**TRW-аналіз транспортної послуги ТзОВ “Універсальна логістична компанія”
в розрізі конкретних операцій станом на 2013 р.**

№ з/п	Пункт призначення	Відповідальна особа	Принцип виконання	Процес**	Опис	Відстань, км.	Вага, т.	Час (хв.)			
								К	Т	П	О
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Транспортна база фірми***	Механік	Візуально	К	Візуальний технічний контроль ТЗ*			20			
2	Транспортна база фірми	Водій	Транспортний засіб	Т	Виїзд водія на місце завантаження	2			10		
3	Паркінг	Водій	Транспортний засіб	О	Очікування на завантаження						38

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4	Склад клієнта	Працівник складу	Автонавантажувач	П	Завантаження ТЗ	0,05	20			61	
5	Склад клієнта	Водій	Візуально	К	Контроль розміщення вантажу у ТЗ		20	16			
6	---	Водій	Транспортний засіб	Т	Виїзд за місцем призначення	215	20		300		
7	---	Водій	Візуально	К	Технічний контроль під час зупинок		20	10			
8	Паркінг	Водій	Транспортний засіб	О	Очікування на розвантаження		20				22
9	Склад клієнта	Працівник складу	Автонавантажувач	П	Розвантаження та складування	0,09	20			55	
10	Транспортна база фірми	Водій	Транспортний засіб	Т	Повернення водія на транспортну базу	214			276		
11	Транспортна база фірми	Механік	Засоби діагностики	К	Технічний контроль ТЗ			55			
					Всього	432	20	101	586	116	60

Джерело: власні дослідження авторів

* - транспортний засіб

** - К – контролювання транспортного засобу; Т – транспортування; П – перевантаження; О – очікування.

*** - автобаза ТзОВ "Універсальна логістична компанія"

На підставі проведеного аналізу можна чітко окреслити, які елементи процесу надання транспортної послуги клієнтові займають найбільше часу (а отже, мають найбільший резерв для оптимізації), а які найменше. У нашому випадку власне перевезення вантажу займає 68 % загального часу, передбаченого на послугу. Звичайно, час, який займає безпосередньо транспортування, є тим елементом, який залежить від багатьох чинників, зокрема від напруженості транспортного потоку на запланованому маршруті, якості дорожнього покриття. Ці чинники є об'єктивними, а отже, такими, на які підприємство не має впливу. Однак, варто звернути увагу на те, що існує можливість скорочення часу всієї транспортної послуги, розглядаючи такі її елементи, як швидкість завантаження/розвантаження, технічний контроль транспортного засобу, час очікування на завантаження/розвантаження.

Одним із конкретних прикладів оптимізації використання часу в процесі надання послуги може бути ситуація, в якій знаходиться водій під час очікування на завантаження. Вільний від виконання будь-яких завдань, він може паралельно здійснювати операції, пов'язані із технічним контролем стану транспортного засобу.

Висновки

Запропонована та апробована методика аналізування послуги з транспортування вантажів дає змогу здійснити її процесну декомпозицію до рівня, достатнього для виявлення у ній слабких ланок. Такі ланки потребуватимуть заходів управлінського впливу з метою подальшого синтезу кожної із виокремлених складових у інтегроване ціле, яким є транспортна послуга.

Зміни, які виникають на ринку логістичних послуг, насамперед – послуг з транспортування – поставили виробничі підприємства та підприємства, що працюють у сфері послуг, в якісно нову ситуацію, в якій їх виживання та розвиток залежать від можливості пристосування до змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі. Такий стан справ зумовлює важливість структурних змін у їхній актуальній ринковій поведінці. Необхідність цих змін стосується всього комплексу дій, пов'язаних із способом прийняття оперативних і стратегічних рішень, принципів планування

ринкової діяльності, графіка оновлення транспортного парку, зростання ефективності використання транспортно-експедиційних можливостей профільних підприємств, а також джерел нагромадження та напрямів використання капіталу.

Перспективи подальших досліджень

Пізнання сутності інтеграційної ролі транспортних послуг, їх ідентифікація в аспекті обслуговування логістичних ланцюгів, беззаперечно, має наукове значення. Проблематика інтеграційної ролі транспортних послуг у логістичних системах є доволі новою і в умовах перманентних змін на ринку логістичних послуг набуває особливої ваги, передусім завдяки тому, що сприяє підвищенню якості послуг та стає одним із вагомих чинників конкурентоспроможності. Тому подальші дослідження в за окресленою тематикою вважаємо беззаперечно актуальними.

1. Галабурда В. Г. *Транспортный маркетинг: учебник* / В. Г. Галабурда, Г. В. Бубнова, Е. А. Иванова и др.; под ред. В. Г. Галабурды. – М.: ФГОУ “Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте”, 2011. – 452 с. 2. Смерічевська С. В. *Стратегія формування транспортно-логістичних кластерів України: інноваційний та інтелектуальний підходи: монографія* / С. В. Смерічевська, Т. В. Ібрагімхалілова. – Донецьк: ВІК, 2013. – 360 с. 3. Чухрай Н. І. *Формування ланцюгів поставок: питання теорії і практики: монографія* / Н. І. Чухрай, О. Б. Гірна. – Львів: Видавництво “Інтелект-Захід”, 2006. – 231 с. 4. Шевченко М. В. *Логистика транспортных услуг: анализ возможностей и прогнозирование потребностей* / М. В. Шевченко. – Ростов: ФГБОУ ВПО РГУПС, 2012. – С. 150. 5. Rosa G.: *Usługi transportowe. Rynek – Konkurencja – Marketing* / G. Rosa. – Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2006. – 216 с. 6. Siedl M. *Integracja transportu w systemach logistycznych* / M. Siedl, L. Simak // *Zeszyt naukowy “Logistyka i transport”*. – 2012. – № 1 (8) – С. 159–169. 7. Szymonik A. *Zarządzanie zapasami i łańcuchem dostaw* / A. Szymonik, I. Mowak, J. Szymonik. – Warszawa: Wydawnictwo Difin, 2013. – 323 с. 7. *3rd Party Logistics Study-2010, 2012, 2015 [PDF documents]*. <http://www.3plstudy.com/downloads/previous-studies/> (23 лютого 2015 р.)

ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗМІНИ ЯК УМОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

© Жаворонков В. О., 2015

Обґрунтовано необхідність інноваційно-технологічних змін як головного фактору інноваційного розвитку країни. Проаналізовано стан інноваційної діяльності України за допомогою міжнародних індексів, що оцінюють науково-технологічну та інноваційну конкурентоспроможність країни, і їх ранжування. Визначено фактори, які заважають впроваджувати новітні досягнення, та головні проблеми національної економіки щодо проведення інноваційно-технологічних змін.

Ключові слова: інноваційно-технологічні зміни, інноваційний розвиток, інституціоналізація, конкурентоспроможність.

V. O. Zhavoronkov
National Aviation University

INNOVATIVE TECHNOLOGICAL CHANGES AS A CONDITION OF INNOVATION OF UKRAINE

© Zhavoronkov V. O., 2015

It is proved that the development of the world economy is closely linked to the accelerated pace of scientific and technological progress and intellectual capital. Many countries are on the path of intensifying their economy, choosing a benchmark for the innovative model of economic development. In the article the necessity of innovations and technological changes as the main factor for innovative development is considered. The ideas, theories and concepts that theoretically proved influential nature and value of innovations and technological changes for economic growth are considered. The basic innovations and development of the respective innovative market niches are not possible without the active support of the state. Long legal documents of the government only declare direction of its powerful scientific and technological policy.

There is proposed and carried out the innovations analysis of Ukrainian economy through international indexes. They assess scientific and technological innovations and competitiveness as well as their ranking; the possibilities of Ukraine to develop new technologies and innovations; determine negative trends that threaten national security and technological inefficiency of government actions; evaluate the state of innovations in Ukraine. It is possible to identify the factors that hinder introduction of new achievements. There exist problems of low innovation activity of enterprises and high risks that hinder raising capital in high-tech sectors. Another problem concerns financing innovations of domestic enterprises and organizations, their sources and overall dynamics.

The article outlines the positive trends that show scientific personnel growth potential and the effectiveness of their work. This helps to increase the personnel own innovations and technological level. There is analyzed the quality of scientific research personnel, the ability of research institutions to carry out research work. The questions of motivating the staff of academic institutions and state funding of research are considered.

The effectiveness of scientific and technological entities and scientific research and technological capabilities of the national economy are analyzed in international terms. The indicators of economic, institutional, environment and information and communication technologies in Ukraine are analyzed. Assessment of scientific and technological sphere of the Ukrainian economy is made.

The main problems of the national economy concerning technological changes are highlighted: imperfection of the legislative framework for innovation and technological development; unfavorable economic and institutional regime for the development of innovative economy; the dominance of low-tech sectors of national production; the predominance of production of the 3rd and 4th modes; weak state support of high-tech innovation and resource-saving technologies; low investment research works; weak cooperation between enterprises and research organizations engaged to develop innovative products; low efficiency of research institutions; reduction of scientific and engineering staff and the number of specialists who perform scientific and technical work; declining interest of private companies to innovate; the risk of significant cost of innovative products and little demand for innovative goods and services; reduction in financing innovations at domestic enterprises own expense.

It is proposed that priority areas of innovation and technological changes in the society should be as follows: structural changes in the organizations related to the actions of competitors during the market launch of new products; innovation and technological change for new technologies; changes in production technologies based on new products that can lead to the formation of the new market demand and expand its capacity; socio-economic changes in the methods of work organization, management technologies, methods of social dialogue; institutional changes in the corporate culture; introduction of a new management style for new forms of employees motivation; application of new ways of organizing work and rest, staff training and development; innovative structural changes; transformation of organizational structure; change in the system of authority and responsibility; elimination of inefficient and creation of new organizational units; change of control systems and more.

Key words: innovation and technological change, innovative development, institutionalization, competitiveness.

Постановка проблеми

Розвиток світового господарства тісно пов'язаний з прискореними темпами науково-технічного прогресу та інтелектуалізацією капіталу. Для країн-лідерів світової спільноти характерна інноваційна модель розвитку, за якої переважно економіка зростає завдяки здобуткам науково-технічної та технологічної сфер. Чимало країн стають на шлях інтенсифікації економіки, обираючи за орієнтир інноваційну модель економічного розвитку. Вибираючи таку модель господарювання, можна прискорити темпи економічного зростання, швидкість і якість інтеграції до глобального економічного простору, покращити рівень соціально-економічного розвитку [1]. На перший план у світовій конкурентоспроможності виходять нецінові чинники, з яких найважливішими є якість товару, його новизна, наукомісткість та інтелектомісткість.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Сутність впливового значення інноваційно-технологічних змін на економічне зростання теоретично обґрунтована в цілій низці ідей і теорій, концепціях “нового індустріального суспільства”, “постіндустріального суспільства”, “економіки знань”, “інформаційної економіки”, “нової економіки”. Серед вчених, які займалися цією тематикою, можна назвати закордонних економістів Р. Арона, К. Багриновського, Д. Белла, І. Бойко, С. Глазьева, Б. Кузика, Д. Львова, Р. Нижегородцева, В. Ростю, О. Сухарева, Е. Тоффлера, Я. Тінбергена, Ж. Фурастьє, а також вітчизняних Ю. Бажала, В. Гейця, Б. Малицького, Л. Федулову, А. Чухно, М. Якубовського та ін.

Зокрема, заслуговують на увагу праці О. Сухарева про природу і роль технологічних інновацій, К. Багриновського, який розробив і запропонував механізм управління технологічним розвитком на макро- і мезорівнях, Ю. Бажала про зв'язок економічних реформ з науково-технічними інноваціями та новими технологіями.

Постановка цілей

У “Стратегії інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки” в умовах глобалізаційних викликів закладено основні засади переходу України на інноваційний розвиток та розбудову високотехнологічної конкурентоспроможної держави. Однак, ці наміри неможливо здійснювати без інституціоналізації впровадження новітніх технологій для гарантування оптимального рівня конкурентоспроможності країни. З огляду на це, метою дослідження є порівняльний аналіз основних складових технологічних змін в Україні в міжнародному вимірі, і за результатами аналізу – визначення головних проблем національної економіки з питань запровадження інноваційно-технологічних змін як умови інноваційного розвитку економіки.

Виклад основного матеріалу

Один із напрямів сучасної економічної теорії (сучасний інституціоналізм класичного напрямку), спираючись на об'єктивний процес зростання НТП в розвитку економіки і суспільства, передбачає, що розвиток технологій є причиною зміни і розвитку інститутів. Акцент змістився на технологічну організацію виробництва, і було доведено, що технологічні способи виробництва – одні з визначальних форм рівня розвитку економіки на певному етапі. На цій основі сучасний інституціоналізм створив теорію розвитку людської цивілізації та її постіндустріальної стадії та ввів поняття технологічного імперативу.

До соціально-індустріальних технократичних концепцій належать концепції: “індустріального” і “нового індустріального суспільства”; “постіндустріального суспільства”; суперіндустріальної цивілізації “третьої хвилі”; “інформаційного суспільства”; “конвергенції”. Теорії “індустріального суспільства” і “нового індустріального суспільства” наведено в працях американських інституціоналістів В. Ростоу, Дж. К. Гелбрейта, П. Друкера та ін. Технологія, тобто розвиток і застосування наукових, або систематизованих знань до практичних завдань, є центральною характеристикою сучасного економічного розвитку [2]. Важливі соціальні явища розглядаються крізь призму технологічного розвитку, а соціально-економічні наслідки НТП ототожнюються із соціальною революцією.

Особливої актуальності в сучасному світі набула теорія інформаційного суспільства (З. Бжезинський, Д. Белл та Е. Тоффлер). Аналіз соціально-економічних зрушень у США та інших країнах наприкінці 80-х років минулого сторіччя дав змогу охарактеризувати постіндустріальне суспільство як суспільство інформаційне. Сучасні ринки – це комунікаційні мережі, які забезпечують активне зростання кількості ринкових агентів за рахунок малого бізнесу, а також швидкості та частоти ділових контактів [3]. Комп'ютерна революція формує соціальні межі індустріального суспільства, тобто перехід до постіндустріального суспільства. Виробництво і споживання інформації та знань як основного ресурсу постіндустріального суспільства характеризується певними принциповими особливостями. Якщо матеріальні ресурси обмежені (рідкісні), то інформаційні ресурси практично безмежні, що відкриває не бачені раніше можливості зростання суспільного виробництва та його ефективності.

Коли людство вступає в суспільство, основане на знаннях, основою будь-якого виду діяльності стають науково-технологічні досягнення – результати фундаментальних і прикладних досліджень, винахідницької діяльності, дослідно-конструкторських робіт. Для отримання соціального та економічного або іншого ефекту наукові знання мають бути втілені – за допомогою інновацій та інвестицій – у принципово нові або вдосконалені системи машин, технологічні процеси, джерела енергії тощо. Процес прогнозування, стратегічного планування й відповідного програмування повинен охоплювати весь ланцюжок – “наукова ідея – об'єкт права інтелектуальної власності – комерціалізація – нові технології” й ґрунтуватися на методах пізнання, враховуючи

теорію інноватики та закономірності науково-технологічного й інноваційного розвитку. Чинники об'єктивного відторгнення економічних реформ передусім пов'язані з неспроможністю суспільства забезпечити потік науково-технічних інновацій, опанування та поширення нових технологій. Перехід до ринку і реалізація відомих принципів функціонування розвинених економік країн світу майже неможливі без вирішення проблеми забезпечення умов для технологічних змін і прискорення інноваційного процесу [4].

В умовах виведення суспільства з кризового стану найважливішим фактором, здатним нейтралізувати дії ресурсних обмежень, є технологічний прорив – освоєння й поширення технологій останніх поколінь – п'ятого й шостого технологічних укладів, посилення уваги до експериментальної бази сьомого технологічного укладу. Такий прорив неможливий без активної підтримки державою базисних інновацій і освоєння відповідних ринкових інноваційних ніш. За нормального плину кризи скорочення економічної активності не торкається прогресивних виробництв нового технологічного укладу, що мають потенціал зростання й здатних стати “локомотивами” майбутнього розвитку. Навпаки, руйнується наявна технологічна структури – її модернізують на основі розширення нового технологічного укладу, що створює нові можливості для посткризового економічного зростання.

Довгострокові перспективи суспільного розвитку України в законодавчих документах державної влади пов'язуються з кардинальним підвищенням науково-технологічного рівня виробництва, створенням економічної системи, орієнтованої на інтенсивне добування нових знань та їх активне застосування у виробничій діяльності. Проте реальний стан такий, що з позиції технологічного розвитку останні двадцять років було втрачено. Україна стрімко відставала, втрачаючи ресурс колишніх радянських заділів у сфері технологій і не розпочинаючи роботи над новими. Ще й досі на всіх щаблях влади не усвідомлено сутності сучасної методології та практики прогнозу, науково обґрунтованої національної технологічної стратегії й потужної науково-технологічної політики.

Сьогодні Україна представлена у декількох міжнародних індексах, які оцінюють науково-технологічну та інноваційну конкурентоспроможність країн і здійснюють їх ранжування. Це Глобальний інноваційний індекс (ГІК), Індекс інноваційної ефективності та Індекс економіки знань Інституту Світового банку [5].

Одними з найважливіших складових конкурентоспроможності країни завжди були технологічні та наукові інновації, а сьогодні особливої актуальності набуває питання інституціоналізації технологічних змін як необхідна умова забезпечення економічної незалежності держави та головна передумова науково-технічного та інноваційного розвитку. Тому проаналізуємо можливості України у сфері розвитку новітніх технологій та інновацій, беручи до уваги підіндекси ГІК “Технологічна готовність” та “Інновації”.

Рейтинг України за підіндексом “Технологічна готовність” у 2012–2013 рр. знизився до 81 проти 65 у 2008–2009 рр., але якщо враховувати оцінку підіндексу, то вона зросла на 0,2 бала і становила 3,6 бала у 2012–2013 рр. Складовими цього підіндексу є: “доступність новітніх технологій”, “впровадження технологій на рівні компаній”, “прямі іноземні інвестиції і трансфер технологій”. За останні 5 років показники складових “доступність нових технологій” та “впровадження технологій на рівні компаній” покращились, проте показник “прямі іноземні інвестиції і трансфер технологій” погіршився і опустився на 9 позицій [6].

Рейтинг країн за складовими підіндексу “Технологічна готовність” у 2012–2013 рр. наведено у табл. 1. Україна в рейтингу за субіндексом “Доступність нових технологій” у 2012–2013 рр. посіла 80 місце проти 96 у 2011–2012 рр., чим показала позитивну динаміку зміни за останні 5 років на 5,8 %. Це краще в порівнянні з країнами-сусідами – Польщею (95 місце), Румунією (117) і Росією (129). За даними субіндексу “Впровадження технологій на рівні компаній”, в період 2008–2012 років спостерігається значне зростання цього показника для нашої країни та підняття в рейтингу на 11 позицій до 69 місця. Це дало перевершити такі країни, як: Польща (112 місце), Румунія (116), Росія (141).

**Рейтинг країн за складовими підіндексу “Технологічна готовність”
у 2012–2013 рр. [6]**

Країна	Доступність нових технологій		Впровадження технологій на рівні компаній		Прямі іноземні інвестиції і трансфер технологій	
	Ранг	Значення	Ранг	Значення	Ранг	Значення
Швеція	1	6,7	1	6,3	23	5,2
Швейцарія	2	6,6	3	6,2	36	5,0
Фінляндія	3	6,6	6	6,1	87	4,4
Ісландія	7	6,5	2	6,3	95	4,3
Норвегія	5	6,5	10	6,0	54	4,8
Японія	11	6,3	4	6,2	67	4,7
США	14	6,3	14	5,9	43	4,9
Росія	129	3,9	141	3,6	135	3,6
Польща	95	4,6	112	4,2	58	4,8
Україна	80	4,8	69	4,8	109	4,0
Румунія	117	4,2	116	4,1	97	4,3

У 2012–2013 роки за оцінкою субіндексу “Прямі іноземні інвестиції і трансфер технологій” Україна посіла 109 місце, що на 9 позицій нижче ніж у 2008–2009 роках, але порівняно з 2011–2012 роками результати звітного року підвищилися на 5 позицій. До лідируючих країн, що характеризуються високою часткою прямих інвестицій у науково-технічну сферу та значним трансфером технологій, належать: Ірландія (6,4 бала із максимальних 7), Катар (6,1), Панама (6,0), Сінгапур (5,8), Коста-Ріка (5,8).

Тобто, попри позитивні зрушення в показниках технологічної готовності, спостерігаються негативні тенденції, що становлять загрозу технологічній безпеці країни через повільне техніко-технологічне переоснащення підприємств та слабе впровадження високорентабельних ресурсозберігаючих технологій. Незважаючи на спроби зміцнення інноваційного потенціалу, за основними показниками розвитку науково-технічного потенціалу країна значно відстає від передових країн та сусідніх держав.

Ще одним важливим показником технологічних змін і конкурентоспроможності країни на міжнародному рівні є підіндекс “Інновації” (табл. 2). Він характеризує здатність держави до структурної перебудови економіки завдяки власним науковим установам, кадровому потенціалу, урядовій підтримці та ефективності співпраці між університетами та бізнесом і містить 7 показників науково-інноваційного потенціалу країни. Оцінка складових цього підіндексу має негативний характер, адже більшість з них за останні 5 років показували тенденцію до зниження. Найбільше це стосується даних за субіндексами: “Здатність до інновацій” (на 15,2 %), “Якість науково-дослідних закладів” (на 13,5 %), “Витрати компаній на НДДКР” (на 22,2 %) та “Держзакупівлі високотехнологічної продукції” (на 15,6 %). Водночас стрімко зріс індекс, що стосується “Патентів на винаходи в розрахунку на 1 млн. осіб”, який підвищився на 700 % від 0,3 до 2,1 бала.

Найяскравішим фактором технологічних змін є інноваційна спроможність, яка, на жаль, за останні 5 років зменшується. Згідно із “Здатністю до інновацій” у 2012–2013 рр. (рис. 1), Україна посідає 58 місце, що на 27 позицій нижче ніж аналогічний показник 2008–2009 років.

Оцінюючи стан інноваційної діяльності України, можна виділити фактори, які заважають впроваджувати новітні досягнення, зокрема: недосконалість законодавчої бази; недостатній обсяг власних коштів науково-дослідних установ і суб’єктів господарської діяльності; низький інтерес підприємств до нововведень; недостатнє державне фінансування; складність в налагодженні зв’язків між підприємствами й науковими організаціями; низький попит на інноваційну продукцію та відсутність кваліфікованого персоналу. Через це, маючи однакову оцінку інноваційної спроможності (3,3 бала), Україна в рейтингу 144 країн на 2 позиції нижче ніж Росія (56 місце) та на 4 позиції нижче ніж Польща (54 місце). У 2012–2013 рр. найбільшу здатність до інновацій показали Японія (5,9 бала), Швейцарія (5,8) та Німеччина (5,7).

**Показники складових підіндексу “Інновації” для України
за період 2008–2012 рр. [7]**

Показник	2008–2009		2009–2010		2010–2011		2011–2012		2012–2013	
	рейтинг з 134 країн	бал (1–7)	рейтинг з 133 країн	бал (1–7)	рейтинг з 139 країн	бал (1–7)	рейтинг з 142 країн	бал (1–7)	рейтинг з 144 країн	бал (1–7)
Підіндекс “Інновації”	52	3,4	62	3,2	63	3,1	74	3,1	71	3,2
Здатність до інновацій	31	3,8	32	3,7	37	3,5	42	3,4	58	3,3
Якість науково- дослідних закладів	48	4,2	56	3,9	68	3,6	72	3,6	64	3,7
Витрати на дослідження і розвиток	52	3,3	68	3,0	69	3,0	75	3,0	104	2,7
Співпраця універси- тетів і бізнесу в НДДКР	49	3,6	64	3,5	72	3,5	70	3,6	69	3,6
Держзакупівлі висо- котехнологічної продукції	54	3,7	85	3,3	112	3,1	112	3,1	97	3,2
Наявність наукових та інженерних кадрів	54	4,4	50	4,4	53	4,3	51	4,3	25	4,8
Патенти на винаходи (на 1 млн. осіб)	65	0,3	64	0,5	64	0,4	71	0,3	51	2,1

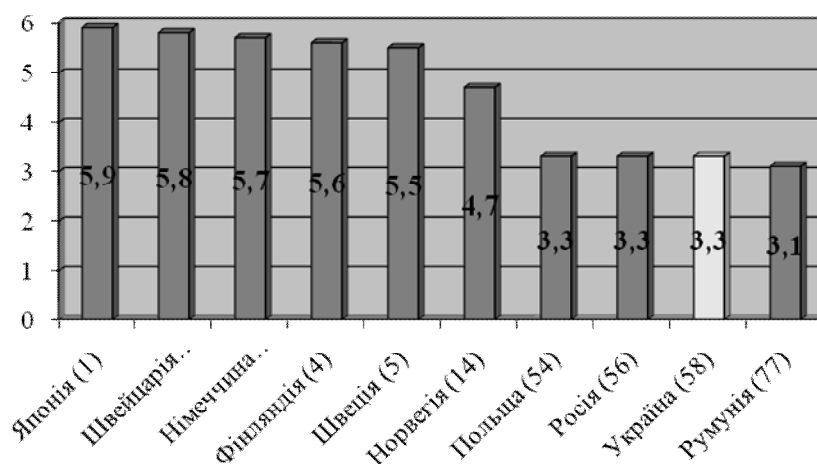


Рис. 1. Рейтинг країн за субіндексом “Здатність до інновацій” в 2012–2013 рр.[7]

Про готовність країни рухатися інноваційним шляхом свідчить власний науковий потенціал, тобто здатність наукових установ здійснювати НДДКР, гарантуючи тим самим технологічну безпеку країни внаслідок зменшення імпорту новітніх технологій і ноу-хау. Однак невтішній характер мають оцінки “Якості науково-дослідних закладів” (рис. 2). Причиною цього є низька мотивація наукового кадрового складу установ, недостатність фінансування науково-дослідних робіт, складність одержання права власності. Порівнюючи дані показника звітного року з базовим (2008р.), спостерігаємо зниження рейтингу України з 48 до 64 місця (на 0,5 бала), незважаючи на те, що наша країна піднялася на 8 балів відносно 2011–2013 рр., покращивши оцінку ефективності науково-дослідних інститутів на 0,1 бала.

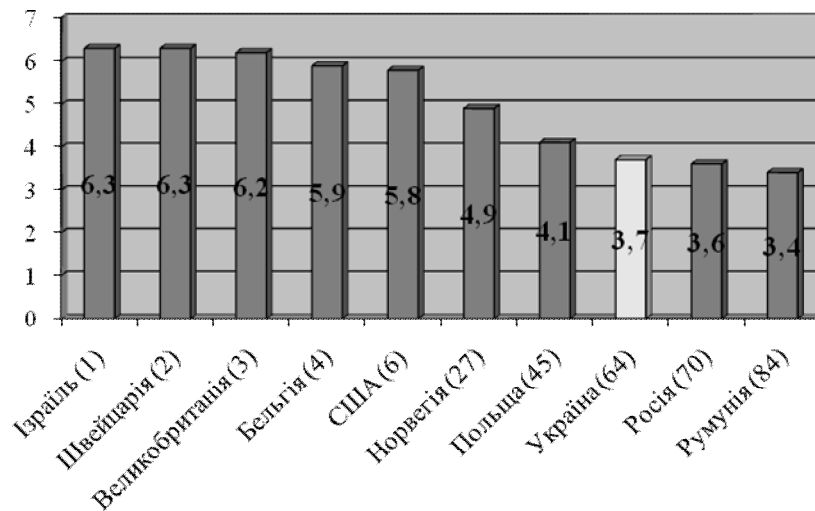


Рис. 2. Рейтинг країн за субіндексом “Якість науково-дослідних закладів” у 2012–2013 рр.[7]

Низька інноваційна активність підприємств насамперед пов’язана з браком фінансових ресурсів для реалізації інноваційного потенціалу. Україні так і не вдалося знизити високих ризиків, що стримують залучення капіталу до наукоємних секторів, а власні кошти і державні інвестиції в інноваційне виробництво залишаються на доволі низькому рівні. Результати аналізу джерел фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств подано в табл. 3.

Таблиця 3

Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні у 2008–2012 рр.[8]

Джерела фінансування	Роки					2012р. у % до 2008р.
	2008	2009	2010	2011	2012	
Загальна сума витрат, млн. грн.	11994,2	7949,9	8045,5	14333,9	11480,6	95,7
Зокрема за рахунок коштів:						
власних	7264,0	5169,4	4775,2	7585,6	7335,9	101,0
державного бюджету	336,9	127,0	87,0	149,2	224,3	66,6
іноземних інвесторів	115,4	1512,9	2411,4	56,9	994,8	862,0
інші джерела	4277,9	1140,6	771,9	6542,2	2925,6	68,4

У 2012 р. порівняно з 2008 р. загальна сума витрат на фінансуванні інноваційної діяльності національних підприємств та організацій знизилась на 513,6 млн. грн., або майже на 5 %. Найбільша частка фінансових витрат припадає на власні кошти підприємств, обсяг яких становить майже 64 % від загальних витрат. Негативна тенденція спостерігається щодо зменшення обсягу фінансування інноваційної діяльності підприємств з державного бюджету та з інших джерел, відповідно на 44,4 % та 31,6 % порівняно з 2008 роком. Позитивні зрушення не надто позначились на загальній динаміці фінансування інноваційної діяльності і, як наслідок, виникає низка проблем, а саме: слабка кооперація між університетами та бізнесом у сфері дослідження і розвитку та незадовільний обсяг державних закупівель високотехнологічної продукції.

Варто зазначити, що деякі складові підіндексу “Інновації” – “Наявність наукових та інженерних кадрів” і “Патенти на винаходи” для України мають позитивні тенденції до зростання, що свідчить про зростання кадрового наукового потенціалу та ефективності його роботи. Це сприяє зростанню можливості генерувати власні інноваційні розробки та підвищувати рівень технологічної безпеки країни. Україна в рейтингу за субіндексом “Наявність наукових та інженерних кадрів” у 2012–2013 роках (рис. 3) зміцнила своє положення, піднявшись до 25 місця, що на 29 позицій вище ніж у 2008–2009 роках.

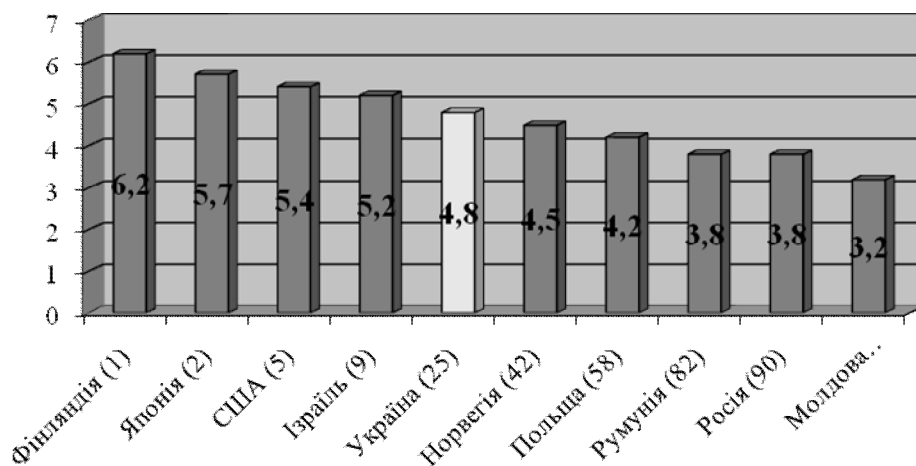


Рис. 3. Рейтинг країн за субіндексом “Наявність наукових та інженерних кадрів” у 2012–2013 рр. [7]

Однак, незважаючи на підвищення конкурентоспроможності країни за показниками наявності наукових кадрів, кількість спеціалістів, які виконували наукові та науково-технічні роботи, у 2012 р. значно скоротилась порівняно з 2008 р., але загальна ефективність науково-технічної діяльності не зменшилася, а навпаки, зросла продуктивність наукових та інженерних працівників.

Отже, аналіз науково-технологічної та інноваційної складової технологічного розвитку країни свідчить про нестабільність наукової, науково-технологічної та інноваційної діяльності вітчизняних науковців, інженерних кадрів, організацій, які зайняті в розробленні та впровадженні інноваційних рішень. Виникає низка проблем та загроз для України не лише в межах національної економіки, а й знижується конкурентоспроможність країни на міжнародному рівні. Про такі негативні наслідки слабого інноваційного розвитку України свідчать не тільки дані Глобального індексу конкурентоспроможності, але й показники Глобального інноваційного індексу (ГІ), Індексу інноваційної ефективності та Індексу економіки знань.

За даними доповіді “Глобальний інноваційний індекс 2012”, Україна посіла 63 місце з індексом 36,1 бала, що на 3 позиції (1,1 бала) нижче ніж у 2011 році. Спостерігалось значне падіння рейтингу країни за такими показниками-підіндексами ГІ, як: інституції (-14 позицій), людський капітал та наукові дослідження (-8), показники ринків (-4), бізнес-досвід (-9) та творчість (-13 місць). Позитивний приріст показали лише значення підіндексів “інфраструктура” (+3) та “результати наукових досліджень” (+10 місць). Перше місце в світі займає Швейцарія (68,2 бала із 100 можливих), друге – Швеція (64,8), третє – Сінгапур (63,5) [9].

Окрім Глобального інноваційного індексу, необхідно звернути увагу на Індекс інноваційної ефективності, який характеризує створення якнайкращих умов для стимулювання інноваційних результатів. Відповідно до Індексу інноваційної ефективності, у 2012 році Україна зайняла 14 місце з-поміж 141 досліджуваних країн, зміцнивши свої позиції у рейтингу порівняно з 2011 роком на 26 місць, а проти 2010 року – на 40. Такий результат є свідченням того, що попри існуючі проблеми науково-технічного розвитку країни ефективність інноваційної діяльності поступово зростає, що сприяє розбудові інноваційної економіки держави.

Нарешті, індекс економіки знань, що визначає ефективність науково-технологічної сфери господарювання, беручи до уваги такі підіндекси: економічний та інституційний режим; інновації; освіта; інформаційно-комунікаційні технології. Результати детального аналізу науково-технологічних можливостей вітчизняної економіки у міжнародному порівнянні подано в табл. 4.

За оцінкою підіндексів, основною конкурентною перевагою держави є освіта – 21 місце проти 26 місця у 2009 році. Посередні значення має показник інновацій, згідно з яким країна займає 59

місце. Доволі низькими залишаються показники економічного та інституційного середовища (93) та інформаційно-комунікаційних технологій (77 місце). Тобто наукова та науково-технологічна сфера української економіки залишається в незадовільному стані і вимагає чималих зусиль для покращення технологічного потенціалу держави.

Таблиця 4

Рейтинг країни за підіндексами Індексу економіки знань у 2012 р.[10]

Країна	Ранг (індекс) за ІЕЗ	Ранг (індекс) “Економічний та інституційний режим”	Ранг (індекс) “Інновації”	Ранг (індекс) “Освіта”	Ранг (індекс) “ІКТ”
Швеція	1 (9,43)	4 (9,58)	2 (9,74)	6 (8,92)	2 (9,49)
Фінляндія	2 (9,33)	2 (9,65)	3 (9,66)	11 (8,77)	6 (9,22)
Норвегія	5 (9,11)	8 (9,47)	17 (9,01)	3 (9,43)	17 (8,53)
Швейцарія	10 (8,87)	6 (9,54)	1 (9,86)	41 (6,90)	7 (9,20)
США	12 (8,77)	26 (8,41)	6 (9,46)	13 (8,70)	18 (8,51)
Японія	21 (8,28)	39 (7,55)	15 (9,08)	19 (8,43)	28 (8,07)
Україна	56 (5,73)	93 (3,95)	59 (5,76)	21 (8,20)	77 (4,96)
Росія	55 (5,78)	117 (2,23)	40 (6,93)	44 (6,79)	44 (7,16)
Польща	38 (7,41)	34 (8,01)	38 (7,16)	26 (7,76)	49 (6,70)
Румунія	44 (6,82)	40 (7,39)	53 (6,14)	29 (7,55)	59 (6,19)

Висновки

Результати аналізу стану інноваційно-технологічних змін в Україні відображають картину існуючих можливостей для становлення інноваційної економіки та ймовірних загроз національній безпеці в галузі НТП. За результатами дослідження, головними проблемами національної економіки з питань інноваційно-технологічних змін є такі:

- недосконалість законодавчої бази з питань інноваційно-технологічного розвитку;
- несприятливий економічний та інституційний режими інноваційної економіки;
- домінування низькотехнологічних та малонаукоємних галузей національного виробництва та переважання виробництва 3-го та 4-го укладів;
- слабка державна підтримка високотехнологічних та ресурсозберігаючих технологій;
- низький рівень фінансування та інвестування науково-дослідних робіт;
- слабка кооперація між підприємствами та науковими організаціями, зайнятими розробками інноваційної продукції;
- низька ефективність роботи науково-дослідних закладів;
- скорочення наукових, інженерних кадрів та кількості спеціалістів, які виконують наукові та науково-технічні роботи;
- зниження інтересу приватних компаній до впровадження інновацій через значний ризик некупності інноваційної продукції та незначний попит на інноваційні товари та послуги;
- зниження рівня фінансування власним коштом вітчизняних підприємств.

Усе, що стосується людських ресурсів – освіченості, наявності кваліфікованих кадрів, ринку праці, патентної активності населення – зокрема залученість компаній до інноваційних процесів, конкурентність на внутрішньому ринку, регуляторне середовище – мало сприяють тому, щоб інновації стали масовими і всеохопними.

Отже, найбільш визначальним показником інноваційної діяльності є створення і використання сучасних новітніх технологій, а самі технології перетворюються на рушійну силу підвищення продуктивності національного виробництва та головне джерело економічного зростання країн. Використання досягнень технологічного прогресу створюватиме значну додану вартість у ВВП та гарантуватиме випереджувальний економічний розвиток України, що сприятиме підвищенню її конкурентоспроможності на міжнародному рівні.

Перспективи подальших досліджень

Подальші дослідження мають бути пов'язані з інституціоналізацією формування інноваційного середовища для реалізації інноваційно-технологічних змін. Нагальним завданням є побудова ефективної системи взаємодії суспільства та держави, в якій у кожного з суб'єктів має бути не тільки простір для маневру, але й надійний механізм взаємоконтролю. Найважливішими сферами інноваційно-технологічних змін у суспільстві мають бути такі: інфраструктурні перетворення в оточенні організацій, котрі пов'язані з діями конкурентів щодо виведення на ринок нових продуктів; науково-технологічні зміни у зв'язку з впровадженням нових технологій, виробництвом на цій основі нових продуктів, які можуть призвести до формування нового попиту на ринку й розширення його місткості; інноваційно-соціальні зміни у методах організації праці, в управлінських технологіях, способах ведення соціального діалогу; інституційні зміни в корпоративній культурі: упровадження нового стилю управління, нових форм мотивації працівників, способів організації праці і відпочинку, розвиток персоналу; інституційно-структурні зміни; перетворення організаційної структури підприємств, зміна системи відповідальності, удосконалення організаційних одиниць, зміна системи контролю.

1. Магдич А. С. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку транзитивних економік Центральної і Східної Європи / А. С. Магдич // *Інноваційна економіка*. – 2013. – №2. – С. 39–43.
2. Гелбрейт Дж. К. *Економічна теорія і цілі общества*. – М., 1976.
3. Белл Д. *Третя технологічна революція і її можливі соціально-економічні наслідки*. – М.: Дело ЛТД, 1990.
4. Бажал Ю. М. *Економічна теорія технологічних змін: навч. посіб.* – К.: Заповіт, 1996. – 240 с.
5. Гродський С. В. *Європейське табло інноваційного розвитку та Україна* / С. В. Гродський // *Інноваційна економіка*. – 2012. – №12. – С. 28–31.
6. *The Global Competitiveness Report 2012-2013*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf.
7. *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://www.weforum.org/pdf/GCR08/GCR08.pdf>. *The Global Competitiveness Report 2009-2010*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2009-10.pdf . *The Global Competitiveness Report 2010-2011*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf. *The Global Competitiveness Report 2011-2012*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf . *The Global Competitiveness Report 2012-2013*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf
8. Дані Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
9. Гриньов Б. В. *Інноваційна та науково-технічна сфера України: монографія* / Б. В. Гриньов, Д. В. Чебернус, В. С. Шовкалюк та ін. ; за заг. ред. Б. В. Гриньова. – К. : НТУУ “КПІ” ВПІ-ВПК “ПОЛІТЕХНІКА”, 2012. – 88 с.
10. *KnowledgeEconomyIndex 2012 Ranking*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.info.worldbank.org/etools/kam2/KAM_page5.asp.

ЦІНІСНО-РЕГУЛЯТИВНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

© Захарчин Г. М., 2015

Висвітлено ціннісно-регулятивні аспекти організаційної культури, які підсилюють її роль у забезпеченні ефективної діяльності підприємства. Охарактеризовано структурну, гуманістичну, ідеологічну, символічну парадигми організаційної культури в контексті розвитку систем менеджменту підприємства. Акцентовано на основних напрямках впливу організаційної культури на діяльність підприємства, що проявляється через процеси, структуру, систему відносин.

Ключові слова: організаційна культура, ціннісно-регулятивні аспекти, культура праці та виробництва, результативність діяльності підприємства.

G. M. Zakharchyn

Lviv Polytechnic National University

VALUE-REGULATORY ASPECTS OF ENTERPRISE ORGANIZATIONAL CULTURE

© Zakharchyn G. M., 2015

The article highlights the value-regulative aspects of organizational culture that enhance its role in ensuring the effective activity of the company. There are characterized structural, humanistic, ideological, symbolic paradigms of organizational culture in the context of company management systems. The main attention is focused on the main areas the impact of organizational culture on enterprise activity, which is manifested through the processes, structure, system of relationships. Organizational culture belongs to the complex phenomena study which faces a number of challenges that increase the growing interest in considering it as an internal source of innovation development, organizational changes and increased competitiveness. Current realities make their own corrections in management functions, which are realized not just in a particular organization but in a cultural environment as well; therefore, all management components are integrated to organizational culture category. Four types of value-regulatory paradigms of organizational culture were formed at the crossroads of all areas of its impact: structural, humanistic, ideological and symbolic. Using them allows us to consider a variety of scenarios of organizational behavior and development of company management systems. The structural paradigm of organizational culture reflects the technological activities of the company, so it is a value and regulatory mechanism aimed at streamlining processes, clarifying coordination functions between departments, planning of all enterprise processes, providing consistency and commitment in actions and decision-making. Humanistic paradigm is developed in the context of humanistic attitudes of society and fully consistent trends of socialization and humanization of work, so the main attention is directed to the human factor and methods of harmonizing personnel relations. The ideological paradigm is different, because it represents leadership role ideologies at the enterprise. Manager plays the role of a politician who is able to regulate the contradiction between the interests of different groups of personnel and individual employees, avoiding conflict

situations. Symbolic paradigm is characterized by predominance trappings of organizational culture, artifacts that are easily perceived visually and by raising cultural tradition formed in accordance with the historical aspects of the enterprise. Thus, the impact of organizational culture on the overall performance of the company consists of a combination of the above aspects of value and regulatory paradigms and trends. Overall processes, structure, and behavior form the overall performance of the company, which confirms the effective influence of organizational culture on all parameters of its operation.

Key words: organizational culture, value and regulative aspects, the culture of work and production, performance of the company.

Постановка проблеми

У глобалізованому світі економічний розвиток відбувається з урахуванням соціокультурних аспектів, серед яких особлива роль належить організаційній культурі. Організаційна культура – складний феномен, дослідження якого стикається із низкою проблем, що підсилюють зростаючий інтерес до розгляду її як внутрішнього джерела інноваційного розвитку, організаційних змін і підвищення конкурентоспроможності підприємства. Однак в умовах вітчизняної економіки, з урахуванням її історичного минулого, ідеї організаційної культури ще не знайшли широкого практичного застосування. Зауважимо, що до системного осмисленого використання організаційної культури як тонкопланового інструменту управління практики та вітчизняна економіка виявилися не готовими. Менеджери українських підприємств все ще використовують застарілі моделі й механізми менеджменту, які притаманні індустріальній економіці з її ресурсно-технічними парадигмами. Реально ми будемо інформаційно-інноваційну економіку та інтелектуальне суспільство і при цьому оглядаємося на минуле, що породжує проблему невідповідності як на рівні теорії, так і в практичній площині.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Оскільки організаційна культура як реальний інструмент використання в практиці управління стала предметом зацікавлення відносно недавно, то логічно, що більшість публікацій присвячені питанням формування організаційної культури в системі менеджменту [2; 9]. Найчастіше організаційну культуру пов'язують із цінностями [8], що цілком зрозуміло, оскільки саме вони є основою культури та визначають напрямок діяльності й розвитку підприємства. Із появою культурологічної парадигми [3] з'явилися публікації, які підтверджують ефективний вплив організаційної культури на діяльність підприємства, на управління людським потенціалом та управлінські технології [1; 4; 10]. Одночасно дослідники пропонують визначати рівень розвитку організаційної культури на основі різних діагностичних моделей [7]. Ґрунтовне дослідження організаційної культури, яке об'єднує як концептуальні засади організаційної культури, так і процес її формування, розвитку та діагностику представлено в монографіях українських дослідників [5; 9] та авторській монографії [6].

Очевидно, що всі думки науковців з приводу важливості фактору організаційної культури та її ролі в підвищенні конкурентного статусу підприємства мають своє обґрунтування і свою правоту.

Однак відсутнє комплексне дослідження, яке б відображало всі аспекти організаційної культури в сенсі її ефективного використання як актуального й адаптованого до сучасних викликів інструменту управління підприємством, власне, через ціннісно-регулятивний механізм.

Постановка цілей

Відповідно до зазначеної проблематики мета статті полягає у висвітленні ціннісно-регулятивних аспектів організаційної культури, які підсилюють її роль у забезпеченні ефективної діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу

Процес еволюційних змін у системах менеджменту охоплює зміни й розвиток організаційної поведінки, природи організації, прийняття управлінських рішень, зміни технологій лідерства, теорій мотивації та інших ключових категорій менеджменту, тобто тих важливих аспектів, до яких

дотична організаційна культура. Сучасні реалії вносять свої корективи у функції менеджменту, які реалізуються не просто в певній організації, а в певному культурному середовищі, отже, усі складові менеджменту об'єднано категорією організаційної культури. Як слушно зауважують науковці, “успішна реалізація п'яти основних концепцій сучасного менеджменту (управління знаннями, управління інтелектуальним потенціалом, стратегічне управління, стратегічний маркетинг та концепція соціальної відповідальності бізнесу) без змістового наповнення основними положеннями концепції організаційної культури втратили б важливу частину своєї економічної суті. А практична реалізація зазначених концепцій сучасної парадигми менеджменту без врахування організаційної культури здатна нівелювати усі затрачені зусилля керівництва” [9, с. 16].

Вплив організаційної культури на діяльність підприємства має різноплановий характер, але найчастіше проявляється через: процеси, структуру, систему відносин. Оскільки організаційна культура поєднує всі аспекти: матеріальний, соціальний і духовний, то результативність її впровадження на підприємстві лежатиме в цих площинах.

На стику всіх напрямів впливу організаційної культури сформувалися чотири типи її ціннісно-регулятивної парадигми: структурна, гуманістична, ідеологічна, символічна, використання яких дає змогу розглядати найрізноманітніші сценарії організаційної поведінки і розвитку систем менеджменту підприємства .

Структурна парадигма організаційної культури відображає технологічну діяльність підприємства, тому її ціннісно-регулятивний механізм спрямований на раціоналізацію технологічних процесів, чітке узгодження функцій між структурними підрозділами, планування всіх процесів на підприємстві, послідовність і цілеспрямованість у діях та прийнятті управлінських рішень. Механістичний підхід до організації праці більше відповідає індустріальному типу економіки і скеровує на вирішення проблем ефективної взаємодії між структурами підприємства. З огляду на домінування технологічно-функціональних факторів пріоритетом стає культура праці та виробництва в структурі організаційної культури, які також визначають мотиватори праці, керуючись логічною аргументацією поєднати інтенсивність праці із її результативністю.

Гуманістична парадигма розвивається в контексті гуманістичних настроїв суспільства і повністю відповідає тенденціям соціалізації та гуманізації праці, тому основна увага спрямовується на людський фактор та методи гармонізації відносин між персоналом підприємства. Змінюються підходи до вибору мотиваційних важелів і на зміну матеріальному стимулу приходять стимул вищого порядку – залучення працівників до прийняття рішень. Гуманізація праці є наслідком удосконалення культури праці, яка передбачає відношення персоналу до праці та її результатів, а також культуру умов праці, яка характеризується ергономічними показниками та показниками інженерної психології. Культура праці вимагає від працівника внутрішньої відповідальності за свою роботу та самоконтролю і пов'язана із технологічним процесом. Відтак, важливим завданням для менеджерів є створення не тільки нормальних умов праці, але й забезпечення відповідного рівня естетизації праці, який, своєю чергою, сприятиме підвищенню її ефективності.

На фоні актуальності культури праці постає питання оплати праці, але домінує психологічний підхід до організації праці, що забезпечує емоційну й психологічну комфортність персоналу підприємства.

Ідеологічна парадигма має свої особливості, адже саме вона відображає роль лідера-ідеолога в діяльності підприємства. Керівник відіграє роль політика, який вміє врегульовувати протиріччя між інтересами різних груп персоналу і окремими працівниками, не допускаючи конфліктних ситуацій.

Ідеологічна парадигма притаманна кожному історичному етапу становлення економічного укладу та розвитку менеджменту і вона відображає специфічні умови функціонування підприємства в цих конкретних історичних умовах. Обмеженість ресурсів на підприємстві, різний доступ до інформації, професійні, моральні, вікові та інші відмінності загострюють відносини між функціональними підрозділами, оскільки ступінь впливу на процеси є різним, а бажання впливати на процеси притаманні кожній людині. За таких обставин потрібна політична витонченість, яку може проявити тільки людина великої професійної майстерності, наділена психологічним чуттям,

здатна оперативно приймати складні управлінські рішення в умовах невизначеності та наростання кризових явищ. У структурі організаційної культури домінує культура управління, персональна культура та використовується ситуативний метод мотивування персоналу.

Символічна парадигма характеризується переважанням зовнішніх атрибутів організаційної культури–артефактів, які легко сприймаються візуально і виховують культурну традицію, сформовану історичними аспектами підприємства. Вона відображає існуючі ритуальні процедури та інші вагомні атрибути конкретного підприємства. До рангу найважливішого потрапляють події, які відбуваються на підприємстві, тобто: традиції, ритуали, церемонії. Персонал підприємства пошанує історію: міфи, легенди, символіку свого підприємства і прагне бути дотичним до формування нових етапів його історії. З огляду культурних традицій важливою є харизма керівника – лідера. Керівник трактується уже не як політик, а як “чарівник”, “пророк”, який вміє надихати персонал на ділову активність.

Відсутня чітка регламентація, нормування, жорстке планування. Але існує певна гармонія, якої досягають завдяки легкості сприйняття подій, виконання процесів – все це відбувається як гра. Серед методів мотивації домінує “включення” у гру, тобто залучення до процесів, що розвиває почуття приналежності до колективу і користі для підприємства.

У реальному житті перелічені аспекти ціннісно-регулятивних парадигм організаційної культури не існують у чистому вигляді: елементи однієї парадигми переходять до іншої, і тип організаційної культури та її вплив на діяльність підприємства формується на підставі відносної переваги змісту тієї чи іншої парадигми.

Аналізуючи аспекти впливу організаційної культури, доцільно виділити базові і складові, які покладено в основу взаємовідносин на підприємстві:

- система домінуючих цінностей;
- сформовані закономірності та типи поведінки;
- прийняті на підприємстві норми поведінки та поведінкові ролі;
- ідеологія поведінки стосовно персоналу підприємства;
- мотиваційні підходи до стимулювання персоналу.

Отже, ядро кожного підприємства утворюється завдяки системі цінностей, які інтегрується в організаційну культуру і пронизують всі аспекти діяльності підприємства, визначаючи його ідеологію позиціонування на ринку. Організаційна культура є способом ціннісного використання дійсності, оскільки через неї проявляються моделі діяльності, які повторюються в практичній сфері, і завдяки її ціннісним орієнтаціям формуються вміння і навички використання знань, стандартів у житті людини. Недаремно американський соціолог Т. Парсонс ототожнював культуру із системою цінностей, яка відповідає потребам і запропонував модель, яка відображає взаємозв'язок між культурою і результатами діяльності організації та в якій цінностям відводиться домінуюча роль. Оскільки цінністю інтелектуалізованого суспільства стають знання, то, на думку вітчизняних дослідників, “ступінь прагнення персоналу до здобуття нових знань, характер поведінки в нестандартних ситуаціях, ставлення до праці і споживачів значною мірою зумовлюються параметрами організаційної культури” [9, с. 16].

Отже, вплив організаційної культури на загальну результативність діяльності підприємства складається із сукупності розглянутих вище аспектів ціннісно-регулятивних парадигм та напрямів. Загалом процеси, структура, поведінка формують загальну результативність діяльності підприємства, що підтверджує ефективний вплив організаційної культури на всі параметри його функціонування.

Висновки

Сучасні умови трансформації економіки й побудови громадянського суспільства із активізацією людського фактора підтверджують, що система менеджменту перебуває під дією соціально-культурних факторів. З огляду на це доцільно розглядати організаційну культуру в контексті її впливу на діяльність підприємства. Цей вплив відбувається через систему цінностей, які утверджують ідеологію та певні ціннісні орієнтації підприємства, а також через регулятивні функції як основи інструментальної системи та інституційних засобів впливу на мікрорівні.

Оскільки організаційна культура є багатоаспектною категорією і має різні вектори впливу, то доцільно розглядати декілька типів її ціннісно-регулятивної парадигм, серед яких – структурна, гуманістична, ідеологічна, символічна. Практична реалізація зазначених ціннісно-регулятивних парадигм є не тільки методологічною основою досліджень концепцій менеджменту, але й новим механізмом розвитку систем менеджменту підприємства.

Перспективи подальших досліджень

Формування інтегрального соціокультурного середовища, закономірності, тенденції і механізми розвитку світобудови та економічного буття суспільства, гуманітарне спрямування інформаційних технологій засвідчують, що в недалекому майбутньому треба очікувати на появу принципово нового напрямку менеджменту – етичного, ідеологічною основою якого стане культура та духовність, особливою цінністю стануть творчість та інтелектуальні здібності, а інтелектуальна культура домінуватиме в суспільстві. Власне, під цим ракурсом доцільно проводити подальші дослідження, які не тільки підтверджуватимуть економічний зміст організаційної культури, але й стимулюватимуть нові й цікаві наукові дослідження, спрямовані на ефективну організацію діяльності персоналу та підприємства.

1. Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень / В. О. Аніщенко // *Актуальні проблеми економіки*. – 2009. – №3(93). – С.64–71. 2. Бащук Т. О. Доцільність формування корпоративної культури на підприємстві / Т. О. Бащук, А. М. Жолудєва // *Маркетинг і менеджмент*. – 2011. – №2. – С.179–184. 3. Благодєтелева-Вовк С. Л. Про використання культурологічної парадигми в економічній науці / С. Л. Благодєтелева-Вовк // *Актуальні проблеми економіки*. – 2008. – №12(90). – С.6–9. 4. Бойко Е. В. Корпоративная культура как основа эффективного управления предприятием / Е.В. Бойко // *Актуальні проблеми економіки*. – 2003. – № 4 (22). – С. 52–59. 5. Воронкова А. Е. Корпорації: управління та культура. Монографія. / А. Е. Воронкова, М. М. Баб'як, Е. Н. Коренєв, І. В. Мажура // [За заг. ред. А. Е. Воронкової]. – Дрогобич: Вимір, 2006. – 367 с. 6. Захарчин Г. М. Теорія та методологія формування і розвитку організаційної культури машинобудівного підприємства: монографія / Г. М. Захарчин. – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2011. – 348 с. 7. Камерон К. Диагностика и измерение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн; [пер. с англ. под. ред. И. В. Андреевой]. - СПб.: Питер, 2001. - 320 с. 8. Лібанова Е. Ціннісні орієнтації та соціальні реалії українського суспільства / Е. Лібанова // *Економіка України*. – 2008. – №10. – С. 120–136. 9. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості / О. В. Харчишина: Монографія. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2011. – 290 с. 10. Шконда В. В. Корпоративна культура в управлінні людським потенціалом: монографія / В. В. Шконда, А. В. Кальянов. – Донецьк: Ноулідж (Донецьке відділення), 2009. – 168 с.

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВЕЛИКИХ, СЕРЕДНІХ ТА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ДИНАМІКИ

© Кіндрацька Г. І., Кулиняк Ю. І., 2015

Проаналізовано структуру суб'єктів підприємництва України залежно від їхнього виду (великі, середні, малі) та встановлено основні особливості їхньої діяльності. Досліджено за 2008–2014 рр. динаміку розвитку економіки України, найважливішого її сектору – промисловості та галузі промисловості – машинобудування за такими загальними показниками: вартість активів, обсяг реалізованої продукції і чистий прибуток, а також встановлено причини їхньої зміни. Здійснено порівняльне оцінювання темпових показників діяльності великих, середніх і малих підприємств України, охарактеризовано тенденції зміни цих показників. Проаналізовано співвідношення темпів зростання середньорічної вартості активів і обсягу реалізованої продукції, а також темпів зростання чистого прибутку і обсягу реалізованої продукції з метою оцінювання рівня ділової активності промислових підприємств і підприємств машинобудування.

Ключові слова: суб'єкти підприємництва, великі підприємства, середні підприємства, малі підприємства, динаміка, ділова активність.

G. I. Kindratska, Y. I. Kulinyak
Lviv Polytechnic National University

STATUS AND DEVELOPMENT TRENDS OF LARGE, MEDIUM AND SMALL ENTERPRISES OF REAL ECONOMY IN UKRAINE: A COMPARATIVE ANALYSIS OF DYNAMICS

© Kindratska G. I., Kulinyak Y. I., 2015

In the article the structures of Ukrainian business entities are analyzed depending on their size (large, middle, small) and peculiarities of their activities are determined. It is shown that large enterprises (concerns, corporations) are less flexible and dynamic than small and middle enterprises that instantly react to changes of the market situation. However, small and middle enterprises fall behind large enterprises in terms of absolute indexes, for example, the cost of assets, sales volume, net income. For this reason, the comparative analysis of the development trends of these types of enterprises is conducted with the purpose of determining the level of their business activities.

The analysis of general dynamics of large, middle and small enterprises performance has been done which educates the trends in the past and the perspective directions of their development in the future. It assists the improvement of economic results of industries and sectors of economy of Ukraine. The dynamics of enterprises activities in the competitive environment under the influence of both external and internal factors is characterized by ongoing changes in their cost of assets, sales volume, net profit, and other indicators. The analysis of the economic development dynamics of Ukraine in 2008-2014, with special attention to industrial and machine building enterprises is conducted. The reasons of negative changes

in their performance are studied. Correlation of rates of growth in average annual cost of assets, sales volume, and net profit is analyzed with the purpose of estimating the level of business activities of industrial enterprises and enterprises of machine building.

Judging from the results of the analysis of dynamics of large, middle and small enterprises in Ukraine, industrial and machine building enterprises, in particular, by such general indexes as cost of assets, sales volume, and net income, it is possible to state that the level of business activity of enterprises is not high, as they accumulate property actively but use it not very effectively.

Key words: business entities, large enterprises, medium-sized enterprises, small businesses, dynamics, business activity.

Постановка проблеми

Згідно зі “Стратегією сталого розвитку Україна – 2020” визначено найважливіші вектори руху країни вперед, зокрема вектор розвитку передбачає “стійке зростання економіки екологічно невиснажливим способом” [1]. За визначенням Всесвітнього економічного форуму, здатність країни забезпечувати стабільні темпи економічного зростання в середньостроковій перспективі є основою національної конкурентоспроможності.

Забезпечення стійкого зростання ґрунтується на ефективності, стійкості та динамічності розвитку підприємств як об’єктивно необхідних умов їх діяльності, що, своєю чергою, сприяє поліпшенню економічних результатів галузей і секторів економіки України. Динамічність діяльності підприємств в умовах конкурентного середовища внаслідок впливу зовнішніх і внутрішніх факторів характеризується постійними змінами таких загальних показників, як вартість капіталу, інвестованого в активи, чистий дохід (обсяг реалізованої продукції), прибуток тощо. Якщо ж, незважаючи на їхній вплив, підприємство як економічна система перебуває у статичному стані, тобто параметри її функціонування тривалий час залишаються незмінними, то фінансових проблем у майбутньому уникнути доволі складно.

Актуальність аналізу розвитку великих, середніх і малих підприємств за динамікою загальних показників полягає в тому, що за його результатами можна простежити тенденції розвитку підприємств в минулому, а також спрогнозувати майбутній рівень показників і визначити перспективні напрями їх розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Економічне зростання трактують як інтегральну характеристику діяльності підприємства, яку можна оцінити за системою взаємозалежних показників [2]. Проблему вибору показників для об’єктивного оцінювання динамічності розвитку підприємства активно обговорюють науковці, а практики намагаються знайти шляхи її вирішення як на мікрорівні, так і на рівні певної галузі чи сектору економіки країни.

Основним критерієм економічного зростання в класичній економічній теорії є максимізація прибутку суб’єкта підприємництва [3]. Однак величина прибутку тісно пов’язана з рівнем ризику, які перебувають в оберненій залежності. Відповідно прагнення досягти максимального прибутку сьогодні може призвести до зниження результатів діяльності в перспективі.

Зарубіжні і вітчизняні вчені доволі часто ототожнюють темпи економічного зростання з темпами зростання обсягів продажу продукції (в американських виданнях – оборот фірми) або з прибутком підприємства [4, 5]. Очевидно, що на практиці одночасно досягти максимальної величини продажу продукції і прибутку не вдається, але забезпечити співрозмірне їх зростання можливо хоча б протягом певного періоду часу. Кожний з вказаних показників є необхідним, але не достатнім індикатором зростання підприємства як інтегральної характеристики його діяльності. Також пропонують використовувати у сучасних моделях такий критерій, як економічна додана вартість, яка показує додану норму прибутку понад загальну вартість капіталу підприємства [6].

Дослідження науковців, зокрема таких як [7], довели, що економічного зростання досягають лише тоді, коли відбувається одночасне зростання інших загальних показників, зокрема чистого

доходу (обсягу реалізованої продукції) та сукупного капіталу, інвестованого в діяльність підприємства. Порівняння темпів зростання кожного наступного з перелічених показників (т. з. “золоте правило економіки”) дає можливість зробити висновок щодо позитивної чи негативної тенденції розвитку суб’єкта підприємництва. Останнім часом науковці, виходячи з зазначеного співвідношення загальних показників, пропонують модифіковані варіанти співвідношень між динамічно впорядкованими показниками, дотримання яких мало б забезпечити підприємству позитивну динаміку розвитку. Однак розширення чи заміна певних показників, на нашу думку, часто не характеризує оптимальних пропорцій між зростанням їхніх значень.

Крім того, досліджують динамічність та збалансованість показників здебільшого на рівні підприємств певного виду економічної діяльності, без порівняння з тенденціями розвитку інших видів діяльності чи секторів економіки України та не враховуючи особливостей діяльності самого підприємства та умов його функціонування. Це дає підстави говорити, що питання залежності динаміки загальних показників діяльності підприємств від їх виду досліджено недостатньо.

Постановка цілей

Метою статті є дослідження динаміки таких загальних показників діяльності підприємств: вартість активів, обсяг реалізованої продукції і чистий прибуток, а також встановлення причин їхньої зміни на рівні економіки України, промисловості як одного з найважливіших її секторів і машинобудування як галузі промисловості.

Реалізація сформульованої мети зумовила необхідність виконання таких основних завдань дослідження: оцінити динаміку, структуру й основні особливості діяльності суб’єктів підприємництва України залежно від їхнього виду (великі, середні та малі); проаналізувати темпи зростання вартості активів, обсягу реалізованої продукції та чистого прибутку машинобудування, промисловості та загалом економіки України за 2008–2014 рр., оцінити тенденції та причини їхньої зміни.

Виклад основного матеріалу

Розвиток явища у часі характеризує динаміка показників діяльності підприємства, тому одним з основних завдань аналізу динаміки є встановлення закономірностей зміни їх значень за аналізований період. Ретроспективний аналіз динаміки показників різних видів суб’єктів підприємництва (великі, середні, малі) дає змогу побудувати історичний базис розвитку та визначити початкові умови для зміни його якісного стану. Основні критерії віднесення суб’єкта підприємництва до відповідного виду наведено на рис. 1 [8].

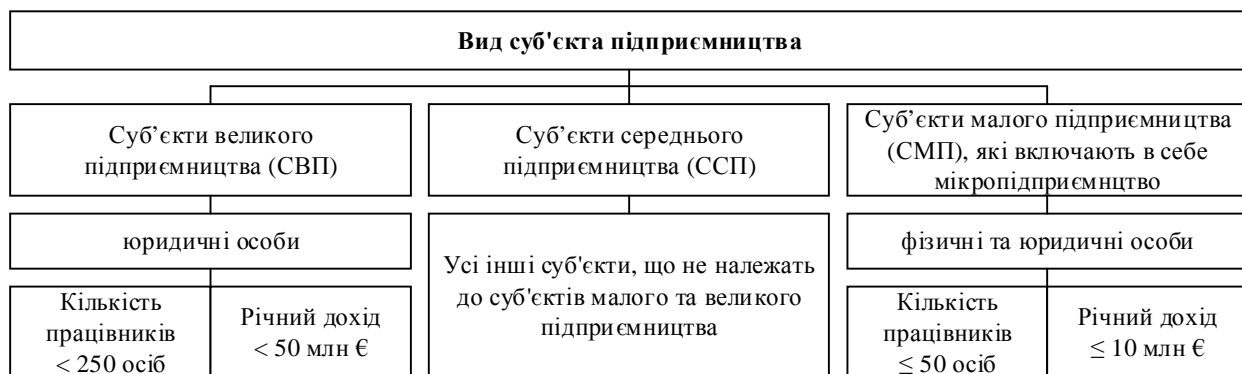


Рис. 1. Класифікація суб’єктів господарювання

В Україні станом на 01.01.2013 налічувалося 1 600 127 суб’єктів господарювання, з яких 698 СВП, 20550 ССП та 1578879 СМП. Протягом 2011–2012 років спостерігалось зменшення кількості суб’єктів малого та середнього підприємництва. В структурі суб’єктів господарювання частка ССП збільшилася з 1,24 % від загальної кількості суб’єктів господарювання у 2011 році до 1,29 % у 2012

році внаслідок зменшення кількості СМП. У структурі суб'єктів вітчизняного підприємництва за розміром станом на 01.01.2013 частка малих підприємств становила 94,3 %, середніх – 5,5 % та великих – 0,2 % [9].

СВП мають можливість розширити сферу своєї діяльності, що супроводжується зниженням загальних витрат. Однак економічні переваги СВП не безмежні. Зі збільшенням масштабів виробництва відповідно зростають витрати, пов'язані з реалізацією продукції: розширюється географія продажу, збільшуються знижки покупцям, зростають маркетингові витрати тощо. Одночасно знижується рівень гнучкості великих підприємств. Натомість СМП використовують перевагу гнучкості та здебільшого зводять до мінімуму гостроту конкуренції з великими підприємствами, оперативно переорієнтовуючи свою діяльність відповідно до ринкових факторів. ССП перебувають у перехідному стані між великими та малими.

Проаналізуємо загальні тенденції динаміки розвитку великих, середніх і малих суб'єктів підприємництва на основі офіційних даних Держстату за такими загальними показниками: капітал, інвестований у діяльність підприємства (обсяг активів); обсяг реалізованої продукції (чистий дохід від реалізації продукції); чистий прибуток. При цьому порівняємо тенденції зміни цих показників для економіки України, промисловості як найважливішого її сектору та машинобудування – однієї з системотвірних галузей вітчизняної економіки за обсягами виробництва та реалізації продукції, зокрема за межі України.

Аналіз темпів зростання середньорічної вартості активів. Одним з важливих загальних показників, за яким оцінюють економічний потенціал підприємства, середньорічна вартість активів¹ (обсяг капіталу, інвестованого в діяльність підприємства за аналізований період).

За результатами аналізу темпів зростання середньорічної вартості активів підприємств України протягом 2009–2013 рр. встановлено, що щорічні темпи перевищували 100 %, за винятком малих підприємств, вартість активів яких у 2012 р. знизилася на 27,89 % порівняно з попереднім роком (рис. 2).

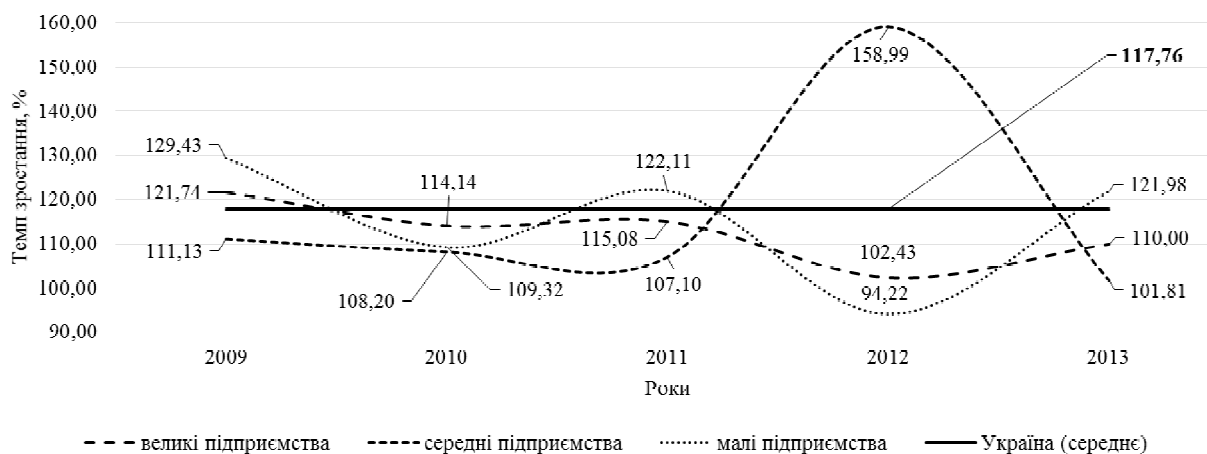


Рис. 2. Динаміка середньорічної вартості активів підприємств України (% до попереднього року)
Джерело: Державна служба статистики України, власні розрахунки

Середній темп зростання активів за 2009–2013 рр. становить 117,76 %. Зростання вартості активів великих підприємств відбувається повільніше, тоді як малі та середні підприємства кожні два роки перевищують його. Найвищі темпи зростання активів мали середні підприємства у 2012 р. Така тенденція зумовлена різким зростанням середньорічної вартості: необоротних активів – на 143,47 %, оборотних активів – на 173,03 % та витрат майбутніх періодів – на 152,16 %.

¹ Активи – ресурси, контрольовані підприємством у результаті минулих подій, використання яких, як очікується, призведе до отримання економічних вигод у майбутньому.

Порівняння темпів зростання активів різних за розмірами промислових підприємств зі середньогалузевим значенням показало, що у 2009 р. всі темпові показники перевищували середнє значення. Протягом 2010–2013 рр. великі промислові підприємства нарощували майновий потенціал повільніше, ніж в середньому за промисловість, а темпи зростання малих та середніх промислових підприємств відповідали загальнонаціональній тенденції (рис. 3).

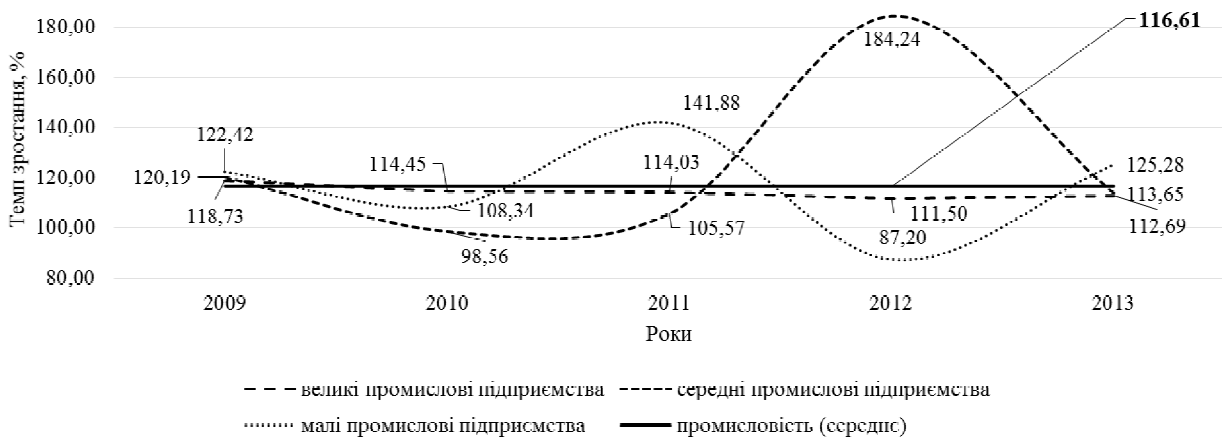


Рис. 3. Динаміка активів промислових підприємств України (% до попереднього року)
Джерело: Державна служба статистики України, власні розрахунки

Найшвидшими темпами у 2012 р. розширювався майновий потенціал середніх підприємств (на 184,24 %), а щорічні темпи зростання вартості активів промислових підприємств випереджали аналогічні показники економіки України загалом.

Підприємства машинобудування демонструють аналогічну тенденцію у 2013 р. – темпи приросту активів зростають, хоча порівняно з підприємствами промисловості темпи їхнього зростання нижчі (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка вартості активів машинобудівних підприємств у 2013 р.

Види підприємств	Вартість активів, млн. грн		Темп зростання, %
	на початок року	на кінець року	
Великі підприємства	88050,1	93231,6	105,88
Середні підприємства	70682,4	75225,1	106,43
Малі підприємства	12344,5	13119,2	106,28
Разом	171077	181575,9	106,14

Отже, за темпами зростання вартості активів як в економіці України, так в промисловості та машинобудуванні спостерігається позитивна тенденція, адже протягом 2009–2013 рр. підприємства активно нарощували власний майновий потенціал (лише вартість активів малих підприємств у 2012 р. становила 94,22 % від попереднього року).

Аналіз темпів зростання обсягу реалізованої продукції. Обсяг реалізованої продукції² підприємств України у 2010 р. різко зріс (найвищий темп приросту зафіксований у середніх підприємств – 34,95 %), однак з 2011 р. спостерігається сповільнення темпів приросту обсягів реалізації продукції, хоча з перевищенням середнього їх рівня. В 2013 р. негативна тенденція скорочення обсягів реалізованої продукції продовжувалася (рис. 4).

² Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) визначається за ціною продажу відвантаженої готової продукції (товарів, послуг), що зазначена в оформлених як підстава для розрахунків з покупцями (замовниками) документах (включаючи продукцію (товари, послуги) за бартерним контрактом), за вирахуванням ПДВ.

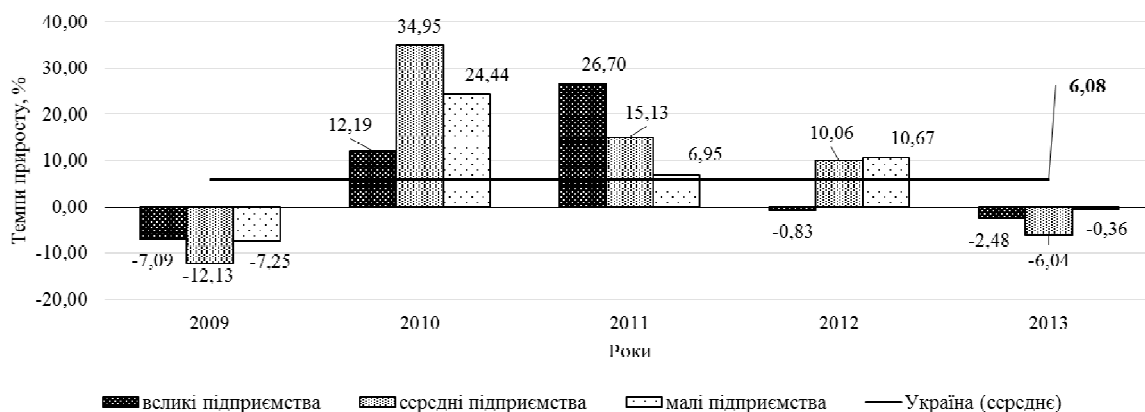


Рис. 4. Обсяги реалізованої продукції підприємств України за 2009–2013 рр. (% до попереднього року)
Джерело: Державна служба статистики України, власні розрахунки

Загальне зменшення обсягів реалізації промислової продукції у 2013 р. порівняно з 2012 р. становило 4,05 %. Найбільше скоротився обсяг реалізації продукції у середніх підприємств (на 9,66 %), а найменше – великих – 1,84 %) (рис. 5.).

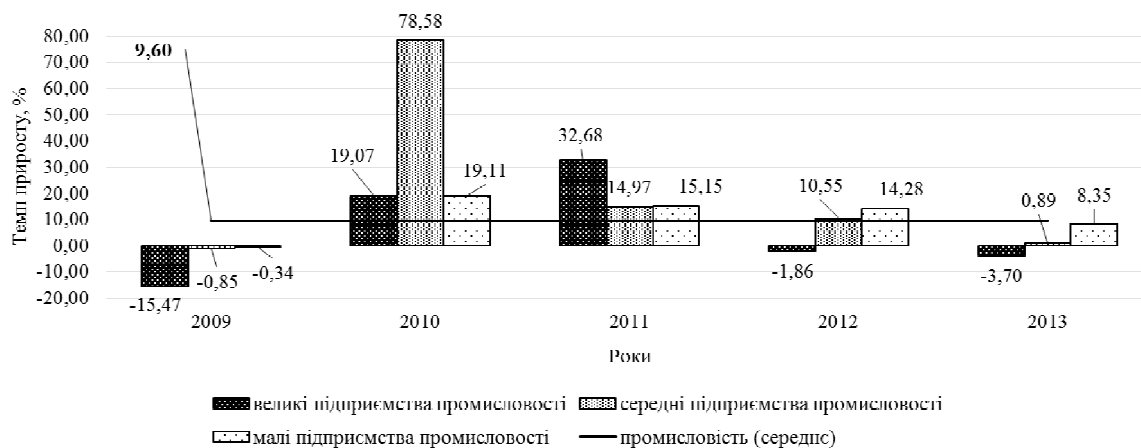


Рис. 5. Динаміка обсягів реалізованої продукції промислових підприємств України (% до попереднього року)
Джерело: Державна служба статистики України, власні розрахунки

Отже, в 2013 р. посилюються тенденції нестійкості та спаду внаслідок впливу кон'юнктурних коливань та несприятливих макроекономічних інституційних умов. За 2014 р. обсяги виробництва базових галузей економіки України знизилися ще на 9,6 %, зокрема промисловості – на 10,7 % [10]. На думку експертів, серед факторів, що зумовлювали такі економічні тенденції, були: військові дії на Сході України та розрив міжрегіональних зв'язків унаслідок анексії АР Крим; низький зовнішній попит унаслідок гальмування економічного зростання країн – основних торговельних партнерів; ускладнені торговельні відносини з Російською Федерацією; зниження купівельної спроможності населення внаслідок зменшення його реальних доходів; погіршення фінансових результатів підприємств, звуження кредитної активності, скорочення державного фінансування та високий рівень невизначеності.

У докризові роки спостерігалася позитивна динаміка фінансово-економічних показників українських машинобудівних підприємств. Так, у 2000–2008 рр. виробництво машинобудівної продукції зростало в середньому на 18,4 % щорічно. Частка машинобудування у промисловому виробництві в цей період залишалася відносно низькою – 10–13 %. Для порівняння, за часів СРСР цей показник становить в 26 %, а у деяких економічно розвинених країнах він становить: 29 % у США, 30 % у Швеції, 42 % у Німеччині [11, с.55]. Частка машинобудівної галузі в обсягах

промислового виробництва 2013 р. становила 9,8 %, у ВВП країни – 5,4 %, до кількості працюючих промисловості – понад 20 %, в експорті товарів країни 16,8 %.

Найшвидше скорочувався приріст обсягу реалізованої продукції великих машинобудівних підприємств (з 43,14 % у 2011 р. до -11,08 % у 2013 рр.) та середніх (відповідно з 36,37 % до -28,78 %). Позитивною тенденцією є перевищення у 2012–2013 рр. темпів приросту обсягів реалізації продукції машинобудування малими підприємствами над великими та середніми при загальній тенденції скорочення приросту аналізованого показника (рис. 6).

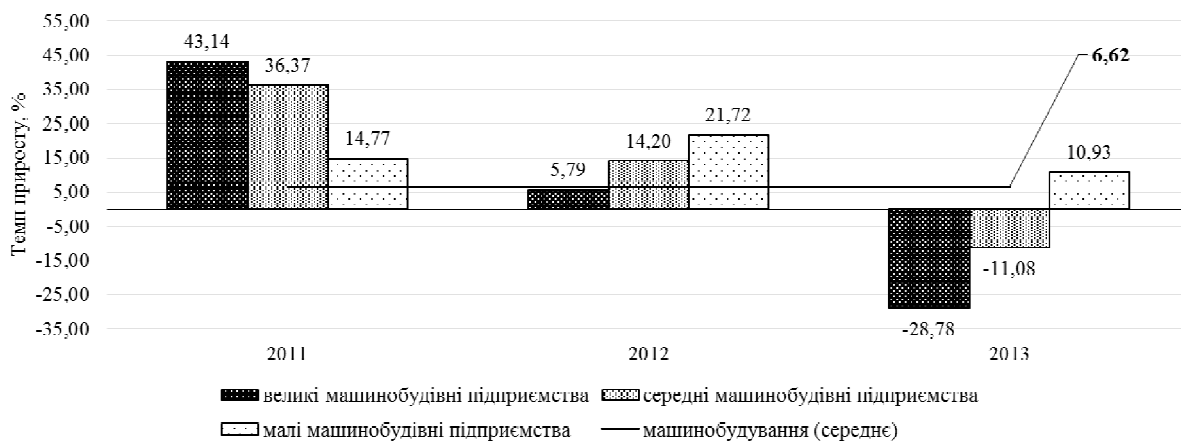


Рис. 6. Динаміка обсягів реалізованої продукції машинобудівних підприємств України (% до попереднього року)

Джерело: Державна служба статистики України, власні розрахунки

Отже, порівняння темпів зростання обсягу реалізованої продукції зі зростанням середньорічної вартості активів дає підстави говорити про негативну тенденцію у 2012–2013 рр.: як в економіці України загалом, так і в промисловості темпи зростання обсягів реалізації продукції не перевищували темпів зростання вартості активів, що свідчить про неефективне використання майнового потенціалу підприємств. Найкращі показники зафіксовано у 2010–2011 рр.

Аналіз темпів зростання прибутків (збитків). Фінансові результати є одним з найважливіших показників, який не лише синтезує результати різних видів господарської діяльності підприємств, а й наочно відображає ефективність використання ресурсів. З метою аналізу фінансових результатів суб'єктів підприємництва відповідно до [12] використовують такі основні показники:

– питома вага підприємств, які отримали чистий прибуток (у %) – обчислюється як відношення кількості підприємств, які отримали чистий прибуток до оподаткування до загальної кількості підприємств, що подали звітність $\times 100$;

– питома вага підприємств, які отримали чистий збиток (у %) – обчислюється як відношення кількості підприємств, які отримали чистий збиток до оподаткування до загальної кількості підприємств, що подали звітність $\times 100$;

– чистий прибуток (збиток) – розраховується як алгебраїчна сума прибутку (збитку) до оподаткування, податку на прибуток та прибутку (збитку) від припиненої діяльності після оподаткування.

В Україні протягом 2010–2013 рр. частка прибуткових та збиткових підприємств не зазнавала істотних змін: 65 % становили прибуткові підприємства та 35 % – збиткові. Зазначене співвідношення зберігається також в розрізі великих, середніх та малих підприємств, лише в машинобудуванні найвищий відсоток прибуткових великих підприємств (у 2010 р. – 73,6 %, а у 2013 р. – 69,6 %). У 2013 р. зменшилася кількість прибуткових підприємств за їх видами, за винятком малих підприємств загалом і в промисловості зокрема.

В Україні у 2013 р., як і за весь аналізований період, позитивний фінансовий результат (сальдо) отримали тільки великі підприємства (8,14 млрд. грн.), тоді як середні та малі підприємства отримали негативне сальдо (відповідно 1,56 млрд. грн. та 29,42 млрд. грн.). Для порівняння у 2012 р. передові позиції посідали середні підприємства (34,61 млрд. грн.), а

аутсайдерами були малі підприємства з від'ємним сальдо фінансового результату 14,74 млрд. грн. Протягом 2011–2013 рр. скорочувалось позитивне сальдо фінансових результатів великих підприємств (з 59,15 млрд. грн. до 8,14 млрд. грн.), зростало негативне сальдо малих підприємств (з 10,6 млрд. грн. до 29,42 млрд. грн.), а середні підприємства розвиваються за цим показником хвилеподібно (найвищий прибуток у 2012 р. – 34,61 млрд. грн., та різке скорочення аж до отримання збитку у 2013 р. – 1,56 млрд. грн.).

У промисловості малі та середні підприємства мають від'ємне сальдо фінансового результату. Машинобудування демонструє позитивний фінансовий результат підприємств (за винятком отриманого у 2012 р. збитку малими підприємствами).

Таку негативну тенденцію підтверджує динаміка темпів зростання фінансових результатів підприємств, що отримали прибуток, та підприємств, що отримали збиток.

Протягом 2010–2013 рр. темп зростання середніх підприємств скоротився найбільше (у 3,7 разів), великих підприємств – з 158,8 % до 91,54 % у 2013 р. (при цьому темпи зростання прибутку у 2011 р. становили 176,42 %. Темп зростання прибутку малих підприємств протягом 2009–2013 рр. змінювався хвилеподібно та становив у 2013 р. 99,62 % (рис. 7).

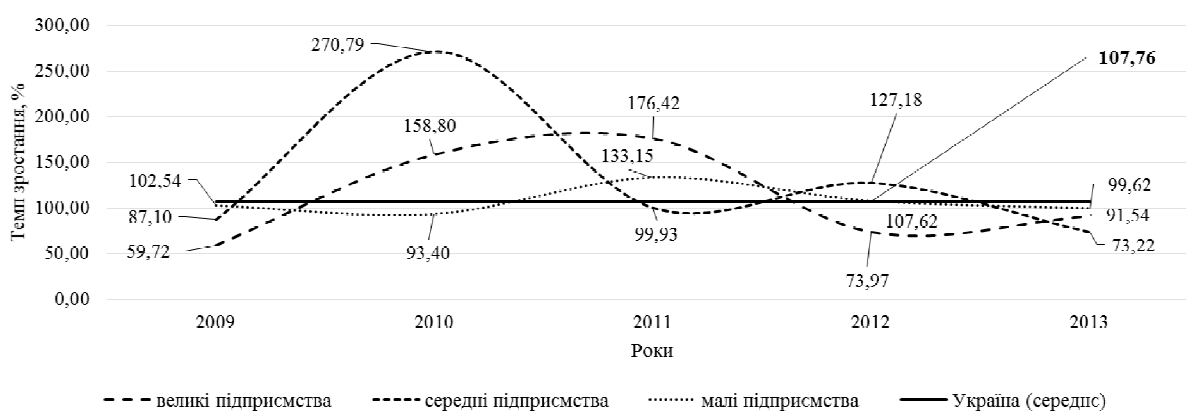


Рис. 7. Динаміка прибутку підприємств України (% до попереднього року)
Джерело: Державна служба статистики України, власні розрахунки

Аналіз динаміки збитку підприємств України (% до попереднього року) показав, що темпи зростання збитків підприємств України, які їх отримали, доволі високі (рис. 8).

Для великих підприємств цей показник змінювався нерівномірно (у 2011 р. – скорочення на 15 %, у 2012 р. – зростання на 71 %, а у 2013 р. – скорочення на 53 % до рівня 101,63 %). Темпи зростання збитку малих підприємств у 2013 р. порівняно з 2009 р. зросли на 53,32 %, крім того, протягом аналізованого періоду вони зростали щорічно.



Рис. 8. Динаміка збитку підприємств України (% до попереднього року)
Джерело: Державна служба статистики України, власні розрахунки

У промисловості ситуація інша: у 2010 р. зафіксовано найвищий темп зростання прибутків, отриманих малими та середніми підприємствами (відповідно 131,06 % та 164,31 %), а у 2011 р. – найвищими темпами зростали прибутки великих підприємств (176,15 %). У 2012 р. відбувся різкий спад темпів приросту прибутків підприємств, а в 2013 р. – їх незначне зростання (рис. 9).

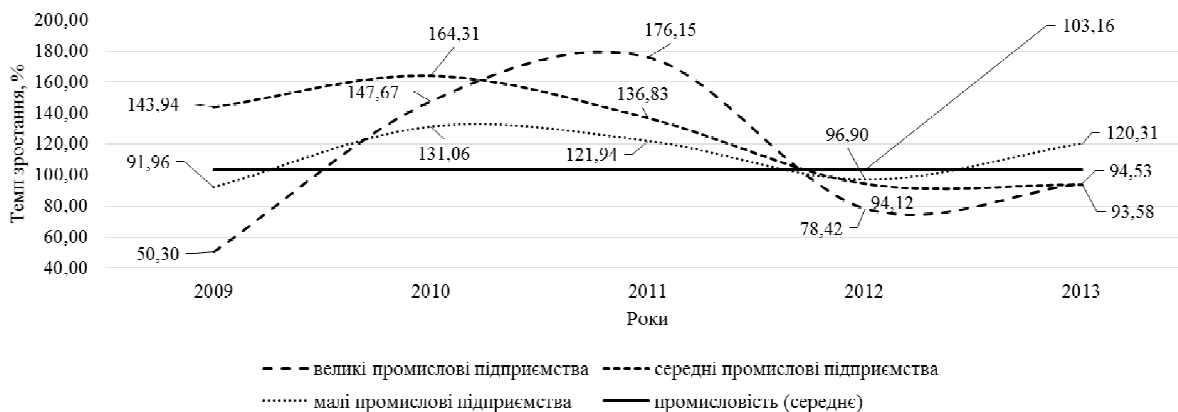


Рис. 9. Динаміка прибутку промислових підприємств України (% до попереднього року)
Джерело: Державна служба статистики України, власні розрахунки

У 2011 р. зафіксовано найвищий рівень темпів зростання прибутків великих промислових підприємств (176,15 %) та збитків – 149,34 %.

Темпи зростання збитків малих підприємств щороку зростають (від 83,20 % у 2009 р. до 145,29 % у 2013р.) (рис. 10).

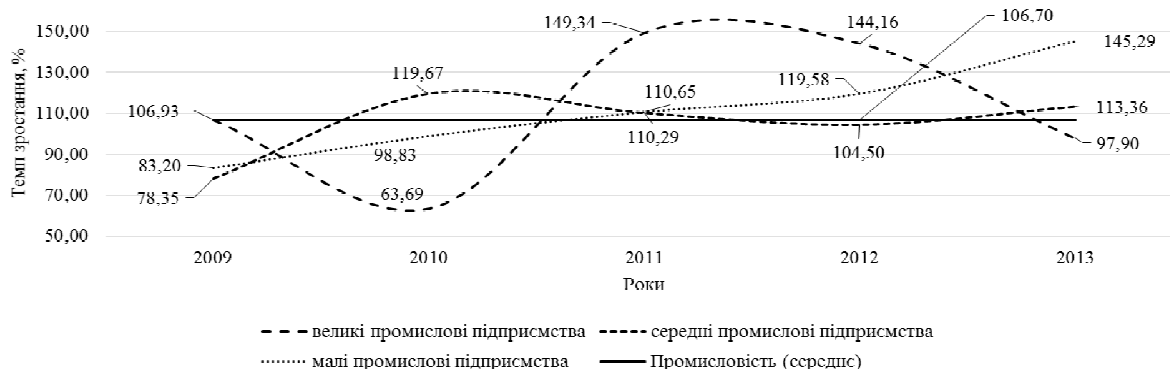


Рис. 10. Динаміка збитку промислових підприємств України (% до попереднього року)
Джерело: Державна служба статистики України, власні розрахунки

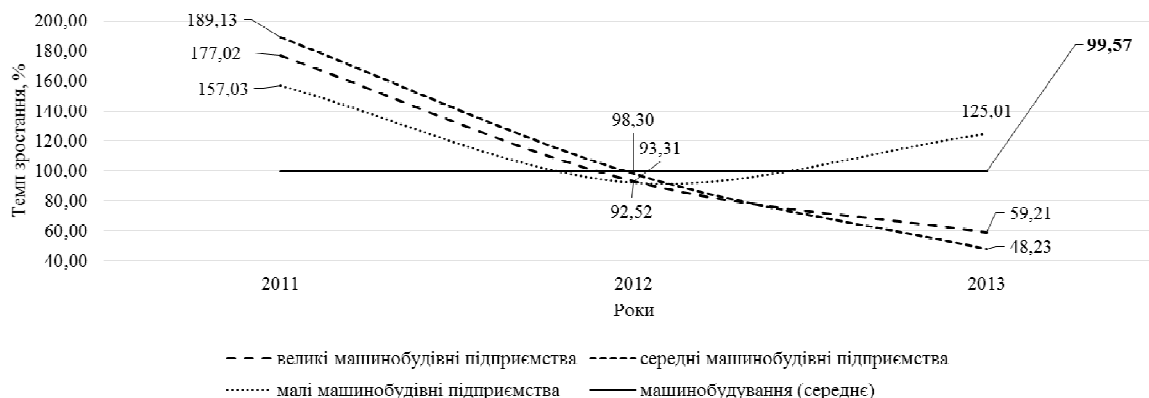


Рис. 11. Динаміка прибутку машинобудівних підприємств України (% до попереднього року)
Джерело: Державна служба статистики України, власні розрахунки

У машинобудуванні спостерігається тенденція різкого скорочення прибутків підприємств протягом у 2011–2012 рр., при цьому, починаючи з 2012 р., прибутки малих підприємств починають зростати, тоді як цей показник серед великих та середніх підприємств продовжує негативну тенденцію (рис. 11).

Збиток серед машинобудівних підприємств найшвидше зростає у великих підприємств (у 2013 р. він зріс у 5 разів порівняно з 2011 р. та у 3 рази порівняно з 2012 р.) (рис. 12)

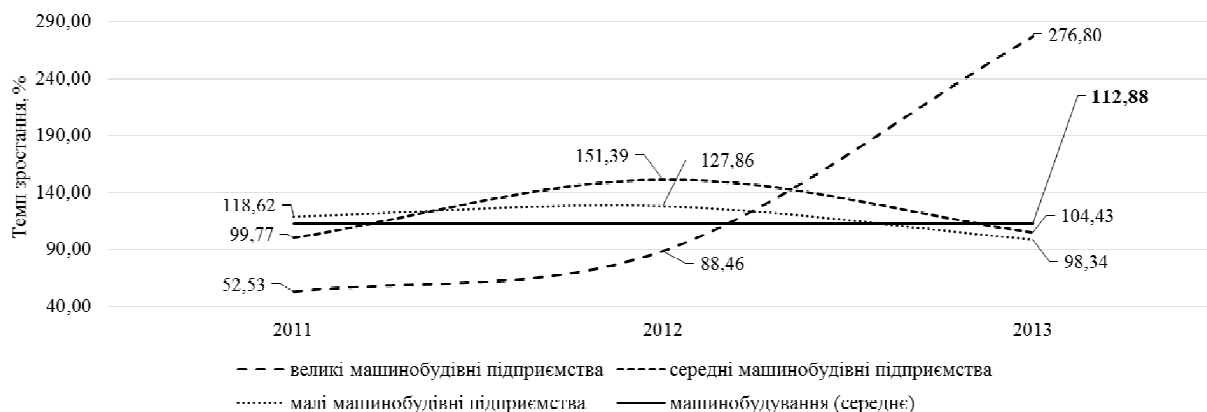


Рис. 12. Динаміка збитку машинобудівних підприємств України (% до попереднього року)
Джерело: Державна служба статистики України, власні розрахунки

Нестабільність динаміки фінансових результатів в економіці України загалом в промисловості і зокрема в машинобудуванні спричинена низкою чинників, серед яких значну роль продовжує відігравати “тінізація”. Тому задля вдосконалення економіко-правового середовища та зменшення рівня “тінізації” вітчизняної економіки у 2013 р. в Україні відбулася низка змін в законодавстві та нормативно-правовому забезпеченні, що стосуються фінансової звітності та порядку визначення підприємствами результатів своєї фінансової діяльності. Зокрема, змінено декілька положень в НП(С)БО “Загальні вимоги до фінансової звітності”, що покликані спростити ведення бухгалтерського обліку та подання фінансової звітності та прийнято Закон України “Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення”, що повинен запобігати реалізації схем з ухиляння від сплати податків їх платниками, збільшити державний контроль над ціноутворенням та отримання додаткових коштів до бюджету [13, с. 17].

Збитки великих і середніх підприємств України до оподаткування без врахування банків і бюджетних установ за 2014 р. (дані попередні) склали 408,169 млрд. грн. проти 38,289 млрд. грн. прибутку роком раніше³. У 2014 р. порівняно з 2013 р. фінансовий результат прибуткових підприємств зріс на 1,6 % – до 170,257 млрд. грн. Результат збиткових підприємств за цей самий період зріс в 4,5 разу – до 578,426 млрд. грн. Кількість збиткових підприємств у загальній їх кількості в 2014 році зросла на 5,5 % порівняно з 2013 роком і становила до 40,1 %.

Підприємства України в першому півріччі 2014 р. отримали 135,952 млрд. грн. збитку проти 8,724 млрд. грн. прибутку за аналогічний період 2013 р. У 2013 р. українські підприємства отримали 24,722 млрд. грн. прибутку до оподаткування, що в 3,4 рази нижче показника за 2012 р. (84,924 млрд. грн).

Отже, порівняння темпів зростання фінансових результатів з темпами зростання обсягів реалізованої продукції вказують на негативну тенденцію, оскільки темпи зростання чистого прибутку відставали, а перевищення зафіксовано лише в 2010–2011 рр. для великих підприємств загалом і в 2011 р. – для великих промислових підприємств. Хоча в машинобудуванні у 2011 р. всі види підприємств демонстрували випередження темпів зростання фінансових результатів (чистого прибутку) над темпами зростання обсягів реалізованої продукції.

³ Дані Держстат наводить без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та Севастополя, а також без частини зони проведення антитерористичної операції

Висновки

1. У сучасних умовах ведення бізнесу складні структури великих підприємств (концернів, корпорацій) здебільшого поступаються гнучким та динамічним представникам малого та середнього підприємництва, які миттєво реагують на зміну ринкової кон'юнктури. Однак малі та середні підприємства відстають від більших за розмірами підприємств за абсолютними показниками, наприклад, вартістю активів, обсягом реалізованої продукції, чистим прибутком, тому доцільно проводити порівняльний аналіз тенденцій їх розвитку за темповими показниками з метою визначення рівня їх ділової активності.

2. За результатами аналізу темпів зростання середньорічної вартості активів середніх та малих підприємств виявлено, що починаючи з 2011 р. їх динаміка на рівні економіки України та її найважливішого сектору – промисловості – коливається хвилеподібно з великим розмахом. При цьому найнижчими (за 2009 – 2014 рр.) є середні темпи зростання активів великих підприємств (на рівні економіки – 112,5 %, у промисловості – 114,25 %), а лідирують за цим показником середні підприємства (відповідно 115,83 % та 121,23 %). Зростання майнового потенціалу в машинобудуванні відбувається повільнішими темпами (приріст активів у 2013 р. становив 6,14 %), проте розподіл місць за видами підприємств аналогічний. Малі підприємства за темпами зростання активів займають проміжне становище між великими і середніми підприємствами.

3. Аналіз динаміки зростання обсягу реалізованої продукції великими, середніми і малими підприємствами свідчить про її спадний характер як для економіки України загалом, так і промисловості та галузі промисловості – машинобудування. Лише малим підприємствам у 2013 р. вдалось на загальнонаціональному рівні втриматись на попередніх позиціях (скорочення обсягу реалізованої продукції становило лише 0,36 % порівняно з 2012 р.), а в промисловості та машинобудуванні навіть збільшити обсяги реалізації продукції (відповідно на 8,35 % та 10,93 %), що можна пояснити можливістю швидкої адаптації до умов ринку. У 2013 р. великі підприємства різко скоротили обсяг реалізованої продукції, хоча у 2011 р. вони за цим показником займали позиції лідера.

4. Аналіз фінансових результатів показав, що підприємства машинобудування протягом 2010–2013 рр. отримували чисті прибутки. Величина чистого прибутку великих підприємств у 2013 р. була найбільшою, а середніх – найменшою. В промисловості лише великі підприємства отримали чистий прибуток, який починаючи з 2011 р. різко скорочувався, натомість діяльність середніх і малих підприємств була збитковою. Враховуючи, що за попередніми даними Держстату у 2014 р. збитки великих і середніх підприємств України до оподаткування становили 408,169 млрд. грн. проти 38,289 млрд. грн. у 2013 р., то така тенденція є негативною.

5. Теоретично випередження темпів зростання обсягів реалізованої продукції над темпами зростанням середньорічної вартості активів вказує на підвищення ефективності використання майнового потенціалу суб'єктів підприємництва. На практиці за результатами аналізу вказаних показників за 2012–2013 рр. встановлено відставання темпів зростання обсягів реалізації продукції великих, середніх і малих підприємств від темпів зростання вартості їх активів як в економіці України загалом, так і в промисловості.

6. Перевищення темпів зростання фінансових результатів над темпами зростання обсягів реалізованої продукції свідчить про зниження витрат і ефективніше використання активів суб'єктами підприємництва. Аналіз співвідношень між вказаними показниками за аналізований період виявив негативну тенденцію, оскільки бажане перевищення зафіксовано для великих підприємств України лише в 2010–2011 рр., а для великих промислових підприємств – в 2011 р. Водночас у машинобудуванні всі види підприємств демонстрували випередження темпів зростання чистого прибутку над темпами зростання обсягів реалізованої продукції.

7. За результатами аналізу динаміки великих, середніх та малих підприємств на рівні економіки України, найважливішого її сектору – промисловості та галузі промисловості – машинобудування за такими загальними показниками: вартість активів, обсяг реалізованої продукції і чистий прибуток встановлено, що рівень ділової активності підприємств невисокий внаслідок того, що вони активно нагромаджують майно, проте використовують його неефективно.

Перспективи подальших досліджень

До перспектив подальших досліджень слід віднести проведення порівняльного аналізу розвитку великих, середніх та малих підприємств за загальними показниками за видами економічної діяльності, оцінювання тенденцій та причин їхньої зміни.

1. Стратегія сталого розвитку “Україна – 2020”: Указ Президента України від 12.01.2015 р. №5/2015. 2. Гринькевич О. С. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління діловою активністю підприємства / О. С. Гринькевич, Г. І. Кіндрацька // *Економічний аналіз*. – 2010. – Вип. 6. – С.215–218. 3. Бригхэм Ю. *Финансовый менеджмент*. // Ю. Бригхэм, М. Эрхардт. – 10-е изд./ Пер. с англ. под ред. Е. А. Дорофеева. – СПб.: Питер, 2009. – 960 с. 4. Тонких А. С. Моделирование экономического роста предприятия: предпосылки разработки альтернативных моделей / А. С. Тонких, А. С. Остальцев, И. С. Остальцев // *Управление экономическими системами*. – 2012. – № 9. – С. 34–45. 5. Хиггинс Р. С. *Финансовый анализ: инструменты для принятия бизнес-решений*. – М.: ООО “И.Д. Вильямс”, 2007. – 464 с. 6. Брег С. *Настольная книга финансового директора* // С. Брег; пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 536 с. 7. Спільник І. Оцінка динамічності та збалансованості розвитку підприємства як економічної системи / І. Спільник // *Економічний аналіз*. – 2010. – Вип. 7. – С. 342–345. 8. *Господарський кодекс України: Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV*. 9. Аналітичний звіт про стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні, 2014 р. Державна регуляторна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua>. 10. Аналіз економічного стану України (грудень 2014 року) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=4972952>. 11. *Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / за заг. ред. В.М.Гейця [та ін.]*. – К. : НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с. 12. *Методологічні положення про використання фінансової звітності підприємств для цілей статистики підприємств: Наказ Державного комітету статистики України від 31.12.2014 №417*. 13. *Промисловість і промислова політика України 2013: актуальні тренди, виклики, можливості: наук.-аналіт. доповідь / О. І. Амоша, В. П. Вишневецький, Л. О. Збаразська та ін.; за заг. ред. В.П. Вишневецького; НАН України, Інститут економіки промисловості*. – Донецьк, 2014. – 200 с.

СЕРЕДНІЙ КЛАС: ДОСВІД США ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

© Клименко В. В., Лозова Г. М., 2015

Визначено роль середнього класу у суспільстві, виокремлено критерії його ідентифікації як економічного суб'єкта. Досліджено історію та особливості становлення сучасного середнього класу в США, а також проаналізовано чинники, які сприяли його формуванню. Здійснено порівняльний аналіз американського та українського середнього класу. Обґрунтовано необхідність участі держави у формуванні середнього класу, розроблено пропозиції щодо розв'язання проблем становлення середнього класу в Україні.

Ключові слова: середній клас, американський середній клас, дохід, майновий статус, соціальний статус, вища освіта.

V. V. Klymenko¹, G. M. Lozova²

¹National Aviation University,
Economic Theory Department

²Kyiv Taras Shevchenko National University
Economic Theory, Macro- and Microeconomics Department

MIDDLE CLASS: THE USA EXPERIENCE AND UKRAINIAN REALITY

© Klymenko V. V., Lozova G. M., 2015

The article deals with the role of the middle class in society and the criteria for its identification as an economic entity, the history of American middle class and the comparative analysis of the middle class in the USA and Ukraine.

The middle class plays an important role in the economic growth of the country, performing economic, political, social, cultural and educational functions. The criteria for identifying middle class as an economic entity are a certain level of income and its stability; availability of material and financial assets; sufficient status in the labor market; certain consumer behavior.

The US experience shows that formation of the middle class is impossible without the government support. The history of the formation of the middle class in the USA is examined. The modern image of the American middle class comes from the post-World War II era. The factors that contributed to the formation of American middle class were the reform legislation of the New Deal, such as social security, unemployment insurance, labor relations; the growth of a strong labor union movement; reforms in banking and financial sector; the GI Bill.

Comparative analysis of the middle class in the United States and Ukraine shows that the Ukrainian middle class still does not match the American middle class by income, social status, personal characteristics, higher education as a guarantee of higher social status and higher financial compensation.

The recommendations for solving the problems of the middle class in Ukraine are offered. They include improving the institutional confidence in society; ensuring economic freedom; developing small businesses, including farming; stimulating aggregate demand to

increase consumers; reducing the fiscal burden; expanding opportunities for mortgage lending; de-shadowing of the economy and the legalization of proceeds; improving the quality of higher education.

Key words: middle class, American middle class, income, property status, social status, higher education.

Постановка проблеми

Як переконує світовий досвід, середній клас є опорою ринкової економіки. Сильний середній клас забезпечує стабільну клієнтську базу, що призводить до продуктивних інвестицій. Водночас сильний середній клас є ключовою рушійною силою розвитку підприємництва та впровадження інновацій. Середній клас розвиває соціальні відносини на основі довіри, знижує операційні витрати, є оплотом громадянської активності, яка забезпечує ефективніше управління, підтримує розвиток освіти. Становлення середнього класу в Україні тільки почалося, саме тому аналіз американського середнього класу, перші фундаментальні дослідження якого розпочалися ще у 50-ті рр. XX ст., на нашу думку, є цікавим і корисним для розбудови економіки України.

Аналіз досліджень і публікацій

Дослідженням становлення середнього класу в Україні, визначенням критеріїв його ідентифікації, виокремленням його основних характеристик займаються О. Балакірева [1], О. Васильєв, П. Єщенко, Е. Лібанова, В. Мандибурра, А. Реут, В. Сіденко [5], В. Паніотто [3], Л. Черенько та інші. Серед ґрунтовних досліджень середнього класу в Україні слід зазначити Аналітичну доповідь Центру Разумкова “Середній клас в Україні: життєві цінності, готовність до асоціації і просування демократичних норм і стандартів” [4], дослідження Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи “Населення із середніми доходами як основа для формування середнього класу в Україні” [2]. Проблемам формування та розвитку середнього класу в США присвячені публікації таких американських економістів, як П. Кругман [7], К. Голд та Б. Маргот.

Водночас відсутність ґрунтовних досліджень середнього класу як економічного суб’єкта та його ролі у реформуванні економіки України та забезпеченні економічного зростання зумовлює актуальність цього дослідження.

Постановка цілей

Метою дослідження є визначення ролі середнього класу у суспільстві, виокремлення критеріїв його ідентифікації як економічного суб’єкта, виявлення передумов формування і особливостей американського середнього класу, порівняльний аналіз американського та українського середнього класу, розроблення рекомендацій щодо вирішення проблем становлення середнього класу в Україні.

Виклад основного матеріалу

У суспільстві середній клас виконує як економічні, так і політичні, соціальні та культурно-освітні функції.

По-перше, середній клас становить соціальну основу громадянського суспільства, забезпечує впровадження і просування демократичних стандартів і цінностей у суспільстві, його політичну стабільність. Важливою є роль середнього класу для вирішення проблеми бідності. Він є “соціальним ліфтом” між бідними і багатими.

По-друге, середній клас створює стимули для виробництва та продажу того, що виробляє економіка. Зростаючий попит розширює можливості для бізнесу, стимулюючи інвестиції та інновації. Ще Дж. Кейнс свого часу звертав увагу на центральну роль середнього класу у забезпеченні економічного зростання: стабільне споживання середнього класу необхідне для стимулювання інвестицій. Проте для того, щоб середній клас міг виконувати цю функцію, його доходи повинні зростати.

По-третє, сильний середній клас призводить до підвищення рівня довіри. Саме представники середнього класу здатні достатньо довіряти один одному, щоб працювати разом для досягнення спільних цілей. Довіра скорочує операційні витрати, оскільки все менше часу та інших ресурсів витрачається на різного роду перевірки. Високий рівень довіри дає можливість людям побачити можливості для самореалізації повною мірою. Що вищий рівень довіри у суспільстві, то люди більш схильні до інновацій і до більш економічно обґрунтованих ризиків.

По-четверте, сильний середній клас сприяє ефективнішому управлінню, зводячи до мінімуму міжфракційну боротьбу, зменшуючи рівень бюрократизму та корупції державних органів, забезпечуючи зростання участі громадян в суспільних процесах і реалізацію політики в інтересах усього суспільства, а не окремих осіб. Сильний середній клас є необхідною передумовою ефективно працюючого уряду і сприятливої атмосфери для процвітання економіки.

По-п'яте, середній клас містить елемент інноваційності. Підприємництво та винахідництво кореняться саме у середньому класі, і зростання продуктивності праці представників середнього класу збільшує національне багатство. До середнього класу належать вчені та інженери, які стимулюють науково-технічний прогрес. Слід також зазначити, що середній клас – це люди з вищою освітою; люди, які мають культурні запити і можуть їх задовольнити; люди, схильні до творчості, саморозвитку і самовдосконалення; люди, які розвивають країну, рухають її вперед.

По-шосте, представники середнього класу прищеплюють своїм дітям повагу до освіти і праці, оскільки саме ці цінності забезпечать їм у майбутньому достатній доход і можливості для кар'єрного зростання. Люди, які виховувалися як середній клас, краще навчаються, мають успішнішу кар'єру та більше шансів стати підприємцями.

Якщо розглядати середній клас як економічний суб'єкт, то основними критеріями його ідентифікації є:

1) певний рівень доходу, який дає змогу не лише забезпечувати прийнятний рівень життя, але й робити заощадження, купувати рухоме і нерухоме майно. Водночас зважаючи на постійні зміни в економічному середовищі, важливою характеристикою отриманого доходу має бути також його стабільність;

2) наявність у власності матеріальних і фінансових активів (володіння житлом, приміським будинком, землею, автомобілем та іншими товарами тривалого користування, а також цінними паперами, які дають можливість отримувати додаткові доходи);

3) достатній статус на ринку праці (наявність власного бізнесу, оволодіння престижними соціально значущими професіями, наявність вищої освіти і професійної кваліфікації як гарантій отримання достатнього статусу на ринку праці);

4) певна споживча поведінка (освіта, охорона здоров'я, туризм, спорт, культурний розвиток, збалансований раціон харчування).

Середній клас є основою США. За результатами опитування Pew Research Center у 2008 році половина американців ідентифікувала себе як середній клас. Говорячи про американський середній клас, неможливо не звернути уваги на особливості економічної поведінки населення Сполучених Штатів Америки, яке сформувалося емігрантів з різних країн світу, які покинули свої домівки у пошуках кращих можливостей або їх примусово вивезли для виконання важких робіт. Це люди різних рас і національностей, які врешті-решт вибороли для себе свободу і можливість досягти високого соціального і професійного статусу, незважаючи на своє походження. Для американського суспільства характерними зокрема є прийняття високих індивідуальних ризиків, надання переваги економічній свободі над соціальною захищеністю, значна трудова мобільність, інноваційність, завоювання та відстоювання своїх громадянських прав.

Формування середнього класу в США стало можливим завдяки проведенню у 30-ті рр. XX ст. Нового курсу економічної політики і відповідному реформуванню законодавчо-нормативної бази, зокрема що стосується:

1) соціального забезпечення і страхування з безробіття, Закону “Про справедливі трудові стандарти”, Закону “Про Національну систему трудових відносин”;

2) суттєвих реформ в банківському та фінансовому секторі, таких як:

- прийняття Закону Гласса–Стігала, який заборонив комерційним банкам займатися інвестиційною діяльністю і обмежив право банків на операції з цінними паперами, ввівши норму про обов’язкове страхування депозитів;
- прийняття Закону “Про цінні папери”, що регулює первинний ринок цінних паперів, основоположною ідеєю якого було розкриття інформації для інвесторів і проголошення принципу “caveat-venditor” (“нехай остереігається продавець”);
- прийняття Закону “Про фондові біржі”, який врегулював функції федерального уряду щодо вторинного ринку;
- створення Комісії з цінних паперів та бірж (КЦПБ);
- прийняття Закону Мелоні, який поширив контроль КЦПБ на позабіржовий ринок і визначив статус саморегульованих асоціацій дилерів позабіржового ринку, які б слідували за виконанням правил гри на ринку, але при цьому перебували під контролем КЦПБ (нині в США функції нагляду виконують п’ять федеральних організацій: National Association of Securities Dealers, Office of Controller of the Currency, Federal Deposit Insurance Corporation, Office of Thrift Supervision, Commodity Futures Trading Commission);
- прийняття Закону “Про захист інвесторів у цінні папери”, який було прийнято з метою захисту інвесторів від банкрутств брокерсько-дилерських фірм; створення Корпорації із захисту інвесторів, обов’язком якої стала компенсація втрат інвесторів на суму до \$500 тис. (з них \$100 тис. можуть бути готівкою, решта – у цінних паперах);
- виникнення кредитних карток. Зокрема, у 1958 році Bank of America випробував свої перші 60 тис. кредитних карток (пізніше названих Visa) в м. Фресно, штат Каліфорнія. Протягом десятиліття американці підписалися на більш ніж 100 млн. кредитних карток. Сьогодні їхня кількість сягає 1 млрд.

Також передумовою виникнення значного прошарку середнього класу в США можна вважати зростання сильного профспілкового руху та прийняття G.I. Bill – закону, який пропонував низку переваг для демобілізованих ветеранів Другої світової війни.

Закінчення Другої світової війни вважається початком історії сучасного американського класу. Саме тоді мільйони демобілізованих військовослужбовців отримали гроші для навчання, створення власної справи та придбання власного житла. Зокрема, у період від 1944 до 1950 рр. житлове будівництво зросло з 114 тис. до 1,7 млн. нових домоволодінь. Будівельний бум супроводжувався стрімким зростанням населення, так званим бебі-бумом. Добробут середньостатистичного американця в цей період стрімко зростав. У період між 1946 і 1967 рр. продуктивність праці в США зросла на 104 відсотки, зросли водночас відповідно і доходи працівників у цей період. Все більше і більше сімей могли собі дозволити присадибні насадження, автомобілі, чорно-білі телевізори та іншу побутова техніку [9].

28 років у період від 1945 до 1973 рр. стали роками “Золотої епохи американського середнього класу”, коли нерівність доходів досягла свого мінімального рівня в історії США. У цей час частка багатства вищого класу зменшилась з 40 % до 9 %. Все це сприяло формуванню значної маси заможних людей середнього класу [10].

Якщо говорити про середній клас в Україні, то за оцінками експертів Центру Разумкова та Інституту демографії та соціальних досліджень НАН України, його ядро становить не більше 14 % населення [2, с.8]. У таблиці наведено порівняльну характеристику середнього класу в США та Україні.

Порівняльна характеристика середнього класу в США та Україні

№	Показник	США	Україна
1.	Частка середнього класу у суспільстві	від 25 % до 66 % домогосподарств	від 2 % до 14 % осіб
2.	Межі річних доходів середнього класу, гр. од.	30 000 – 100 000 дол. на одне домогосподарство	30 252 грн. – 41 808 грн. на одну особу

№	Показник	США	Україна
3.	Майновий статус	Власний будинок, два і більше автомобілів, кабельне телебачення, швидкісний інтернет, кілька кредитних карток, багато товарів розкоші	Комфортне житло, інноваційні засоби комунікації і праці (комп'ютер, інтернет), побутова техніка, меблі, автомобіль
4.	Географічна поширеність	Переважно міські центри	Міста
5.	Особистісні якості середнього класу	Концептуальність, креативність, незалежність, дотримання внутрішніх стандартів, оцінювання інновацій, повага невідповідностей, висока політична активність, вища освіта, консерватизм поглядів	Самоповага, почуття власної гідності, законослухняність, терпимість, повага до інших, прагнення добробуту за рахунок власної праці, упевненість у собі і своїх силах, розрахунок на себе, а не на допомогу держави, високий культурний рівень, здоровий спосіб життя, високий рівень освіти, прагнення до професійної самореалізації, а також сподівання на "везіння", "потрібні знайомства і зв'язки"
6.	Соціальний статус середнього класу	Письменники, журналісти, вчителі, управлінці, редактори	Підприємці, управлінці, фахівці, кваліфіковані робітники, службовці
7.	Наявність вищої освіти	Рівень освіти визначає компетентність як необхідну складову ринкової економіки, а право власності на знання та досвід виступає як власність на фактор виробництва. Водночас рівень освіти виступає основою для професійного відбору. Особи з вищою освітою мають професії з більшою автономією, можуть впливати на організаційний процес і мають вищу фінансову компенсацію	Не є гарантією високого соціального статусу і високої фінансової компенсації

Складено авторами за [2, 4, 6, 8–10].

Дані таблиці свідчать про те, що середній клас в Україні ще не сформувався, що і зумовлює необхідність пошуку шляхів забезпечення його формування і розвитку. Аналіз досвіду становлення середнього класу в США переконує, що сформуванням середнього класу повинна займатися держава. Без допомоги держави становлення потужного середнього класу в Україні в сучасних умовах неможливе, проте, з іншого боку, чисельний середній клас буде запорукою розбудови сильної держави і забезпечення економічного зростання.

Сьогодні держава має сприяти вирішенню проблем становлення середнього класу:

- підвищенням інституційної довіри в суспільстві (насамперед до інститутів влади);
- забезпеченням економічної свободи (створення умов, які б стимулювали можливість реалізації поставлених цілей), що б сприяло розвитку малого і середнього бізнесу;
- проведенням політики стимулювання сукупного попиту для нарощування споживачів;
- усуненням протиріч між оплатою праці і соціальним статусом громадян, соціальною значущістю професій, зокрема інженерів, науковців, освітян і медиків;
- зниженням фіскального навантаження на населення;
- розширенням можливостей для іпотечного кредитування;
- розвитком фермерства як основи середнього класу у сільській місцевості;

- створенням умов для детінізації економіки і легалізації доходів;
- підвищенням якості вищої освіти, її націленість на надання практичних навичок, встановлення зв'язку з роботодавцями.

Висновки

1. Середній клас виконує важливу роль у забезпеченні економічного зростання в країні, виконуючи як економічні, так і політичні, соціальні та культурно-освітні функції.
2. Критеріями ідентифікації середнього класу як економічного суб'єкта є: певний рівень доходу та його стабільність; наявність у власності матеріальних і фінансових активів; достатній статус на ринку праці; певна споживча поведінка.
3. Досвід США переконує, що сформувати середній клас без участі держави неможливо. Американський середній клас виник саме завдяки проведенню у 30-ті рр. XX ст. Нового курсу економічної політики і відповідному реформуванню системи соціального забезпечення, банківського та фінансового сектору.
4. Порівняльний аналіз середнього класу в США і Україні показує, що український середній клас ще не відповідає американському середньому класу за доходами, соціальним статусом, особистісним якостям (у плані сподівання на “везіння”, “потрібні знайомства і зв'язки”), наявністю вищої освіти як гарантії високого соціального статусу і високої фінансової компенсації.
5. Основними напрямками державної політики формування середнього класу в Україні слід вважати підвищення інституційної довіри в суспільстві; забезпечення економічної свободи; розвиток малого і середнього бізнесу, зокрема фермерства; детінізацію економіки і легалізацію доходів; підвищення якості вищої освіти.

Перспективи подальших досліджень

Перспективами подальших досліджень середнього класу стануть визначення і характеристика етапів становлення середнього класу в Україні, виявлення проблем і напрямів його розвитку, аспектів взаємодії середнього класу і держави з метою розроблення інструментів економічної політики держави щодо формування чисельного середнього класу в Україні.

1. Балакірева О. До дослідження середнього класу доцільно застосовувати не лише кількісні, але і якісні методи // *Середній клас в Україні: критерії ідентифікації* / О. Балакірева. – К.: Заповіт, 2014. – С. 17–19. – (Бібліотека Центру Разумкова).
2. Лібанова Е. Населення із середніми доходами як основа для формування середнього класу в Україні / Е. Лібанова, Л. Черненко, О. Васильєв, А. Реут // *Національна безпека і оборона*. – 2014. – № 1–2. – С. 79–96.
3. Паніотто В. До вимірювання середнього класу більш придатними є суб'єктивні чи суб'єктивно-об'єктивні показники // *Середній клас в Україні: критерії ідентифікації* / В. Паніотто – К.: Заповіт, 2014. – С. 9–13. – (Бібліотека Центру Разумкова).
4. *Середній клас в Україні: життєві цінності, готовність до асоціації і просування демократичних норм і стандартів* (Аналітична доповідь Центру Разумкова) // *Національна безпека і оборона*. – 2014. – № 1–2. – С. 4–78.
5. Сіденко В. Визначаючи поняття середнього класу, слід простежити історію його виникнення // *Середній клас в Україні: критерії ідентифікації* / В. Сіденко – К.: Заповіт, 2014. – С. 7–9. – (Бібліотека Центру Разумкова).
6. *Український середній клас очима його представників: дискусії у фокус-групах*. – К.: Заповіт, 2014. – 68 с. – (Бібліотека Центру Разумкова).
7. Krugman, P. *A History of America's Disappearing Middle Class*, 2007. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: <http://www.thirdworldtraveler.com/Krugman_Paul/Hx_Amer_Disappear_MClass.html>.
8. Snyder, M. *44 Facts About The Death Of The Middle Class That Every American Should Know. Economic Collapse. July 31, 2013*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: <http://www.infowars.com/44-facts-about-the-death-of-the-middle-class-that-every-american-should-know/>.
9. Suddath, C. *A Brief History Of The Middle Class. Time. Feb. 27, 2009*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: <http://content.time.com/time/nation/article/0,8599,1882147,00.html>.
10. *The Rise And Fall Of The Middle Class In America*, 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: <http://www.liberalamerica.org/2013/10/24/rise-fall-middle-class-america>.

ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЗНИЖОК ДЛЯ АКТИВІЗУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ОПТОВИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Ó Кулініч Т. В., Адамчук А. Б., 2015

Розглянуто практичні особливості забезпечення активізації комерційної діяльності вітчизняних оптових торговельних організацій таким засобом стимулювання збуту, як впровадження обґрунтованої системи знижок для оптових клієнтів. Доведено численні переваги уведення системи знижок, зокрема такі, як: формування конкуренто-спроможної асортиментної моделі оптового торговельного об'єкта, його гнучкого реагування на вимоги ринку і адаптації до змінних умов, забезпечення фінансової стійкості і підвищення прибутковості. Виділено обмежений перелік чинників, які переважно визначають розмір надаваних знижок, а також умови, за яких надання цих знижок позитивно позначається на кінцевих (звітних) результатах діяльності оптової торговельної організації. Показано можливості впливу даного інструменту активізування комерційної діяльності на представників мезооточення оптової торговельної організації: диференціація наявних і потенційних оптових клієнтів за різними критеріями і встановлення порогових розмірів знижок для їх окремих категорій, наслідком чого має стати прогнозоване збільшення кількості клієнтів, підвищення їх лояльності, входження цієї організації у нові ринкові мережі тощо. Також оцінено внутрішні переваги, що створює для оптової торговельної організації надання різних видів знижок, зокрема формування такої системи управління товарними запасами, яка дає змогу зменшити вплив сезонності на доходи (прибутки) такої організації, причому враховується життєвий цикл і екстремуми продажів для окремих асортиментних груп товарів.

Ключові слова: комерційна діяльність, активізування, оптові торговельні організації, знижки, сезонність, асортиментна модель.

T. V. Kulinich, A.B. Adamchuk
Lviv Polytechnic National University
Management of Organizations Department

IMPLEMENTATION OF DISCOUNTS FOR COMMERCE ACTIVATION OF DOMESTIC WHOLESALE TRADE ORGANIZATIONS

Ó Kulinich T. V., Adamchuk A. B., 2015

Practical peculiarities of activizing domestic wholesale trade organizations' activities through sales promotion specific tools are considered. Particular attention is paid to such an instrument of business revitalization as introduction of a reasonable system of discounts for wholesale customers. There exist many benefits of providing discounts, among them: forming a competitive assortment model for a wholesale trade object, its flexible response to market demands and its adaptation to changing conditions, financial stability provision and profitability increase. A limited list of factors that determine the amount of offered discounts is

presented; the conditions under which the discounts granted positively affect the final (reporting) results of wholesale trade organizations are defined. There are shown possibilities of this business activation tool to affect representatives of the wholesale dealer's environment: differentiation of existing and potential wholesale clients by various criteria and setting the threshold amount of discounts for their specific categories that results in the predicted increase of the number of customers, growth of their loyalty, possibility to connect this organization (dealer) to the new market networks etc. There are also reviewed internal benefits given by different types of discounts for wholesale trade organizations, including: the creation of such an inventory management system that can reduce the impact of seasonality on income (profit) of these organizations, taking into account the life cycle and the extremes of sales for certain goods assortment groups.

Key words: commercial activity, activation, wholesale trade organizations, discounts, seasonality, assortment model.

Постановка проблеми

Активізування комерційної діяльності організації залишається однією із ключових проблем в умовах підвищення конкурентної боротьби за ринки збуту і за сфери впливу на клієнта. Вирішення цієї проблеми ускладнюється її багатоплановістю. На макрорівні необґрунтована активізація комерційної діяльності може заважати із стабілізації фінансового стану та досягати вищого рівня ділової активності і рентабельності діяльності організації. На мезорівні активізація комерційної діяльності організації передбачає докладне вивчення наявної і перспективної клієнтської бази, її структури і оптимальних засобів впливу на кожну групу клієнтів. Також додаткової уваги вимагає співпраця з постачальниками і партнерами, що водночас впливає на управління товарними запасами (зокрема асортиментними групами) та на регулювання обсягу дебіторської заборгованості. Окрім того, сама організація за своєю економічною природою може вимагати уваги до впливу сезонності, підвищеної чутливості до інфляції тощо. І це не повний перелік проблем. Він доповнюється і уточнюється залежно від сфери і умов функціонування конкретної організації, а також від вибору конкретних засобів та інструментів стимулювання збуту. Зокрема, у якій публікації основну увагу звертаємо на формування системи знижок для активізації комерційної діяльності великого оптового торговельного підприємства. Отже, загалом активізацію комерційної діяльності такої організації розглядатимемо як багатопланову, комплексну проблему, яка вимагатиме вибору певних прийомів, засобів, інструментів, введення системи обмежень і сукупності обґрунтованих регулювальних впливів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Удосконалення комерційної діяльності цікавить багатьох сучасних науковців і практиків. Так, А. М. Виноградська розкрила роль, принципи, функції, завдання і стратегії комерційної діяльності в нових умовах господарювання за підвищеного впливу конкуренції для різних суб'єктів комерційних правовідносин ринку споживчих товарів і послуг [1]. В. Т. Лозинський показав типологію активних методів продажу товарів в оптовій торгівлі і диференційовано ці методи як інструменти підвищення ефективності комерційної діяльності [2, 3]. Шляхи і методи стимулювання збуту товарів, зокрема особливості цінового стимулювання для різних типів організацій уточнено в публікаціях Н. В. Погожої [4], Т. П. Прохорової і О. В. Гронь [5], І. Полищук та О. Циганкова [6], Н. І. Дуляби [7]. І. А. Дмитрієв активізацію підприємницької діяльності підприємств пов'язує із забезпеченням конкурентоспроможності їх продукції з урахуванням результатів вивчення ринків її збуту [8]. Х. З. Махмудов показав можливості використання економіко-організаційного механізму формування попиту і стимулювання збуту (ФОПСТИЗ) [9], зокрема обґрунтував визначення ціни з урахуванням і у взаємозв'язку з часткою ринку, впливу собівартості на рівень ціни товару. Г. І. Башнянин, В. В. Апопій і А. М. Ващишин врахували структурні трансформації у системі торівлі, які є детермінантами активізації комерційної діяльності для окремих суб'єктів ринкового середовища [10]. Проте дослідженню комплексної багатопланової проблеми забезпечення практичної активізації комерційної діяльності оптових торговельних підприємств за допомогою впровадження системи знижок сьогодні приділяють недостатньо уваги, чому і буде присвячена ця стаття.

Постановка цілей

Серед основних цілей статті є передусім такі:

- довести доцільність і переваги застосування такого засобу стимулювання збуту оптових торговельних організацій для активізації їх комерційної діяльності як впровадження обґрунтованої системи знижок для оптових клієнтів;
- дослідити вплив введення системи знижок на формування конкурентоспроможної асортиментної моделі оптових торговельних організацій, стабілізацію їх фінансового стану і поліпшення фінансових результатів;
- показати можливості подолання за допомогою обґрунтованої системи знижок базових проблем оптових торговельних організацій, зокрема – зменшення негативного впливу сезонності.

Виклад основного матеріалу

В умовах значних структурних змін в економіці України посилюється конкурентна боротьба на ринку товарів масового споживання, яке ставить нові вимоги перед торговельними організаціями, зокрема щодо поліпшення економічних результатів їх діяльності. Регулюють діяльність торговельних підприємств чинниками впливу зовнішнього та внутрішнього середовища, які внаслідок спрямування дії можуть або активізувати діяльність, або її пригнічувати [4].

У періоди кризових ситуацій в країні управління комерційною діяльністю не може супроводжуватися стійкістю і збалансованістю. На поточний момент розвитку економіки України в комерційній діяльності зайнято більшу кількість людей і організацій, ніж у виробництві. Тому вкрай важливо звернути особливу увагу на ефективне управління комерційною діяльністю торговельних організацій, а саме на таке її активізування, щоб вивести обсяг товарообігу на його значення в докризовий період.

Комерційна діяльність вітчизняних торговельних організацій не ґрунтується на простому акті купівлі-продажу: підприємству необхідно зробити певні оперативні-організаційні і господарські операції, зокрема вивчити попит населення і ринки збуту товарів, знайти постачальників і покупців товарів, налагодити з ними раціональні господарські зв'язки, виконати транспортування товарів, рекламно-інформаційну роботу зі збуту товарів, організувати торговельне обслуговування та інше [5]. І тільки раціональне управління комерційною діяльністю торговельної організації дає можливість отримувати стабільні прибутки, приймати обґрунтовані управлінські рішення.

У ринкових умовах діяльність вітчизняних торговельних організацій оцінюють з позиції досягнення найбільших фінансових результатів за умов повного використання трудових, матеріальних та фінансових ресурсів [1]. Сьогодні, якщо торговельна організація шукає шляхів збільшення прибутку тільки внаслідок зниження виробничих витрат, вона рано чи пізно вибуває з бізнесу. Разом із тим, якщо керівництво торговельної організації почне шукати шляхів збільшення доходів, активізуючи комерційну діяльність, а як наслідок, збільшуючи обсяги продажів, то перед нею відкриваються більші можливості. У зв'язку з цим виникає необхідність в обґрунтуванні та удосконаленні організаційно-економічного механізму комерційної діяльності торговельної організації, у розробленні сучасних методів та методик її активізування з урахуванням комплексного та системного підходів, що допоможе приймати обґрунтовані рішення щодо створення сприятливих умов для покращення економічних результатів вітчизняних торговельних організацій.

У сучасних умовах ринкові відносини набувають різноманітних форм. Найбільш масштабно і багатогранно вони відображаються в комерціалізації, для якої характерний вільний вибір виду підприємницької діяльності, поширення товарно-грошових відносин на господарську, економічну, соціальну діяльність, розвиток товарних зв'язків, товарно-грошовий обмін продуктів праці відповідно до законів ринку [6]. Узагальнюючи названі аспекти, доходимо висновку, що у сучасній економіці України активізується комерційна діяльність торговельних організацій, що об'єктивно зумовлено розвитком конкурентного середовища та появою нових управлінських технологій, орієнтованих на задоволення потреб ринку.

Особливості управління поточною комерційною діяльністю і можливості її активізації ми досліджували на прикладі одного із найактивніших суб'єктів ринку оптової торгівлі на Західній

Україні – ТЗОВ “Ніка Захід”, що займається імпортом-експортом якісної та популярної продукції вітчизняних та іноземних виробників і надає послуги митного оформлення будь-яких товарів у режимі імпорту-експорту, а також має власне виробництво.

Сьогодні ТЗОВ “Ніка Захід” має 4 філії (Львівська, Стрийська, Самбірська і Червоноградська), які забезпечують збут товарів не лише у Львівській області, а й у всій Україні.

На початку своєї діяльності у 2004 р. у ТЗОВ “Ніка Захід” функціонував лише напрямок дистрибуції бакалійної групи товарів, проте починаючи з 2006 р. фірма розширила свій торговельний пакет за рахунок побутової хімії, засобів гігієни та кормів для тварин. Від 2012 р. компанія почала розвивати додатковий напрям – дистрибуцію солодощів. Поточний продуктовий портфель ТЗОВ “Ніка Захід” представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Основні складові поточного господарського портфеля ТЗОВ “Ніка Захід”
(у середньому за 2013–2014 рр.)

Асортиментні групи	Номенклатурні групи	Основні бренди	Обсяг реалізації	
			тис. грн.	структура, %
Побутова хімія	Пральні порошки та пральні засоби	“Е”, “Savex”, “Stark”, “Kokosal”, “Semana”, “IXI”, “BONUS GOLD”, “Morning Fresh”, “ONIKS”	21881,2	5,81
	Засоби для взуття та взуттєва косметика	“Vilo”, “Smart”, “SALAMANDER”, “Siti”, “Twist”	13332,1	3,54
	Паперова продукція	“Emeka”, “Milde”, “Ніжний дотик”, “Умка”, “Просто чисто”, “Марго”	18303,3	4,86
	Товари для дому, засоби від комах	“Арнест”, “KROT”, “CONRIL”, “MOSQUITALL”, “DR. Max”	9829,6	2,61
Засоби гігієни	Засоби жіночої гігієни та ватна продукція	“Свіжанка”, “Я самая”, “BELLA”, “BELLA cotton”, “AURA”	21278,6	5,65
	Мило, гелі для душу	“LUCSIA”, “EVA natura”, “Teo BEBE”	13934,6	3,70
	Косметичні засоби	“Kanion”, “GABRINI COSMETICS”, “SPA cotton”	8511,4	2,26
	Медичні вироби	“Matopat”, “Carex”	9340,0	2,48
	Підгузки	“Pufies”, “BELLA Happy”, “Seni”	17776,1	4,72
Бакалія	Олія	“Майола”, “Щедрий дар”, “Стожар”, “Чумак”, “Ранок”	20186,4	5,36
	Макаронні вироби	“Тая”, “Ранок”, “Подільський край”, “КМФ”, “Київ-мікс”	26475,8	7,03
	М’ясна консервація і паштети	“Онисс”, “Хуторок”, “Сім’я”	31560,1	8,38
	Рибна консервація	“Екватор”, “Багатий улов”, “Пролив”	29526,4	7,84
	Овочева та фруктова консервація, томатна група, оливки та маслини	“Руна”, “Рідний край”, “Маринадо”, “Ранок”, “Долина желаний”, “Tropic life”, “Iberica”, “Maestro de Oliva”, “Oskar”, “Помідора”	13482,7	3,58
	Приправи та локшина	“Любисток”, “Караван”, “Роллтон”	9038,7	2,40
	Згущене молоко та маргарин	“ПМКК”, “Ранок”, “Маселко”	17022,9	4,52
	Продукти здорового харчування та снеки	“Chio”, “Emco”, “Felix”	6063,5	1,61
Солодощі	“Терра”, “Деліція”, “Золоте зерно”, “Казкові ласощі”, “Клим”, “Загора”, “Carla”, “Ulker”	57395,7	15,51	
Зоотовари	“Гав!”, “Мяу!” “КЛУБ 4 ЛАПЫ”, “Optima”	29639,4	8,14	
У т.ч. власні торгові марки	“Ранок”, “Stark”	19320,2	5,13	
Разом			376612,0	100

Зовнішньоекономічною діяльністю ТзОВ “Ніка Захід” зайнялося з 2009 року, зокрема з метою диверсифікації діяльності розпочала співпрацю з чеським виробником дитячого харчування “Хаме” та почала займатись імпортом продукції даного виробника. Для розвитку “харчового напрямку” у своїй комерційній діяльності товариство уклало багато імпортних контрактів з такими компаніями, як “PZ Cussons”, “Ficosota Suntez”, “Paylig”, “OZDEN”, “Intersnack”. Серед останніх контрактів – укладення договорів про імпорт у 2013 р. з компаніями “Carla” і “Emco”.

Імпортом та дистрибуцією товарів побутової хімії на територію України компанія почала займатись з березня 2010 р. Спочатку співпрацювали тільки з польською компанією “PZ CUSSONS”, а вже в кінці 2011 р. підписали контракт з болгарською компанією “Ficosota Syntez” Ltd. Відповідно сьогодні “Ніка Захід” є офіційним дилером та імпортером продукції компанії “Ficosota Syntez” Ltd. на території Західної та Центральної України і продукції “PZ CUSSONS” на території всієї України загалом.

Із метою посилення своїх позицій на ринку в 2008 р. співвласники компанії вирішили розпочати виробництво власної торгової марки “Ранок” (круп) та надавати послуги з фасування. З часом асортимент продукції ТМ “Ранок” було значно розширено: окрім різноманітних круп це сьогодні олія, консервація, оцет, цукор, чаї, макаронні вироби, супи, води та киселі. Частину продукції компанія “Ніка Захід” виготовляє самостійно, решта – приват-лейбли, виготовлені на замовлення відомими як вітчизняними, так і закордонними компаніями: (ЗАТ “Консервний завод Досі” (овочева консервація, Угорщина), ПП “Оліяр” (олія, Україна), ВАТ “Луцьк фудз” (томатна група, Україна), ВАТ “Вінницька макаронна фабрика” тощо.

Іншою власною торговою маркою товариства є ТМ “Stark” – побутова хімія, виготовлена на замовлення ТзОВ “Ніка Захід” європейським виробником. Продукція ТМ “Stark” – широка лінійка продуктів для прання усіх типів тканин, високу якість яких підтверджено численними лабораторними дослідженнями та сертифікатами якості. Якість та безпечність ТМ “Stark” контролює виробник на усіх етапах виробничого циклу: від сировини до готової продукції в упаковці. Товари ТМ “Stark” характеризуються європейськими стандартами якості та доступною ціною на вітчизняному ринку, а отже, задовольняють найвимогливіших користувачів.

У ТзОВ “Ніка Захід” можна виділити 6 асортиментних груп: побутова хімія, засоби гігієни, бакалія, солодощі, зоотовари. Номенклатура товарів ТзОВ “Ніка Захід” характеризується великою різноманітністю і значною глибиною, містить близько 5 тис. товарних найменувань. Асортимент продукції сформовано так, щоб задовольнити споживачів із різним рівнем доходу. ТзОВ “Ніка Захід” є одним із лідерів на українському ринку товарів масового споживання. Загальна кількість брендів, які ТзОВ представляє на ринку, сягає 100 одиниць. Обов’язковою умовою допущення товарів у реалізацію є наявність сертифікатів якості продукції та виконання технічних умов її виробництва, упакування, зберігання та транспортування. Стабільність якості продукції (товарів, робіт, послуг) є візитною карткою компанії.

У структурі збуту ТзОВ “Ніка Захід” за асортиментними групами переважає бакалія (рис. 1).

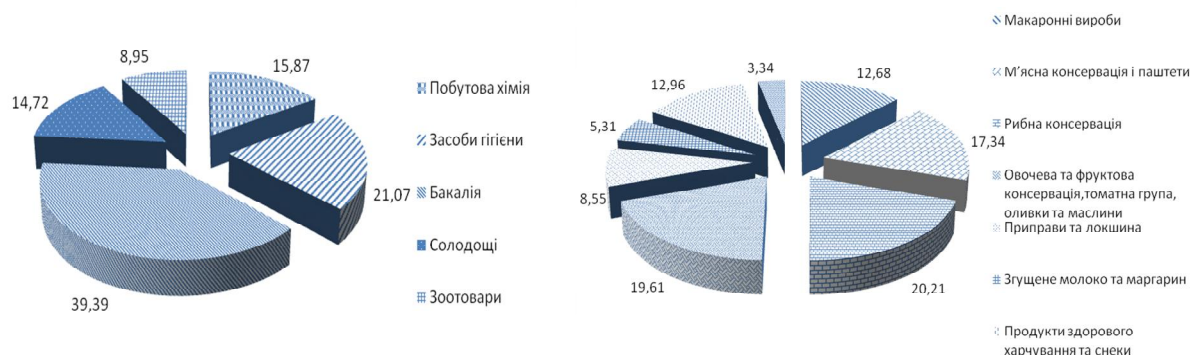


Рис. 1. Структура збуту ТзОВ “Ніка Захід” за асортиментними групами (у середн. за 2013-14 рр.), %
 а – основні асортиментні групи товариства; б – структура обсягів реалізації асортиментної групи “бакалія”

Для управління своїм “брендовим портфелем” ТзОВ “Ніка Захід” використовує підхід “House of brand”, який характеризується паралельністю зусиль із просування відразу декількох брендів. Це дає можливість охопити велику частку ринку, зайняти різноманітні сегменти і уникнути ризиків монобрендових компаній. Проте управління великою кількістю торгових марок приховує в собі інші ризики, наприклад, конкуренцію брендів однієї компанії між собою або часткову втрату контролю над змінами, що відбуваються тощо. Тому ТзОВ “Ніка Захід” періодично переглядає “марочний портфель”, що є запорукою комерційного успіху товариства.

До основних факторів, що впливають на формування асортименту ТзОВ “Ніка Захід”, належать споживчий попит і широта асортименту підприємств-виробників продукції, яку збуває ТзОВ “Ніка Захід”. Також враховуються такі фактори: ціна і якість товарів, репутація виробника; зручність фасування; привабливість упакування; умови і термін зберігання продукції. Зараз асортимент продукції ТзОВ “Ніка Захід” нараховує близько 4 тисяч найменувань виробів.

Для кращого врахування споживчого попиту при управлінні асортиментом товарів ТзОВ “Ніка Захід” проводяться ринкові дослідження переваг і уподобання споживачів, динаміки розвитку окремих сегментів. Аналізуючи ринкові зміни, підприємство намагається оперативного пристосовуватись до них, гнучко змінюючи структуру свого товарного портфеля.

ТзОВ “Ніка Захід” використовує в своїй збутовій системі декілька каналів розповсюдження продукції (рис. 2): відвантажує продукцію крупними партіями великим оптовикам та дистриб’юторам, меншими партіями – середнім та дрібним оптовикам, підтримує прямий зв’язок з роздрібними торговими точками і ретейлерами (торговими мережами). Така схема розповсюдження товарів дає змогу ТзОВ диверсифікувати канали збуту продукції, зменшуючи тим самим залежність від торгових посередників і виключаючи можливість нав’язування ними своїх “правил гри”.

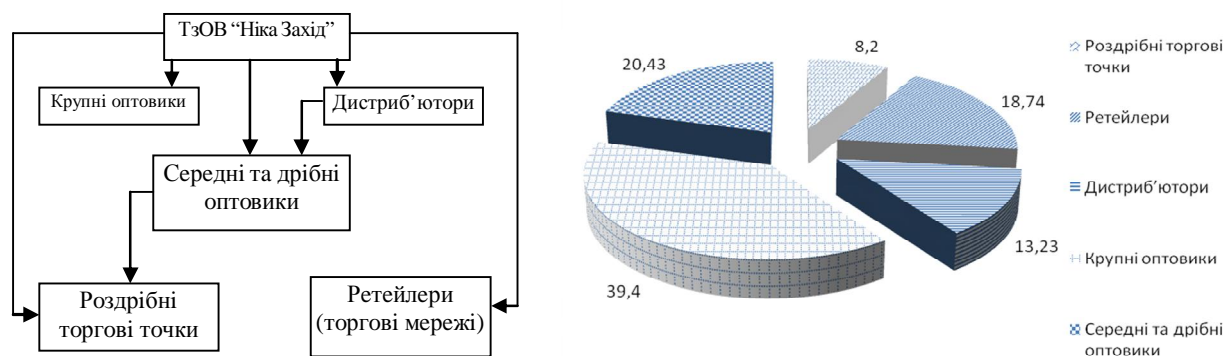


Рис.2. Учасники збутового процесу ТзОВ “Ніка Захід” (за даними 2013-14 рр.)
 а – схема просування товарів ТзОВ “Ніка Захід”; б – структура збуту
 ТзОВ “Ніка Захід” за обсягами реалізації через окремі канали розподілу, %

Відповідно до представленої на рис. 2 і в табл. 2 характеристики каналів збуту, 8 % товарів ТзОВ “Ніка Захід” збуває через роздрібні торгові точки, 19 % передає ретейлерам (торговим мережам), 13 % – дистриб’юторам, 39 % – крупним і 20 % – середнім та дрібним оптовикам.

Таблиця 2

Характеристика каналів збуту ТзОВ “Ніка Захід” (за даними 2013–14 рр.)

Види каналів збуту	Перелік підприємств, які належать до цього каналу збуту	Обсяги реалізації за каналами збуту, тис. грн.	Структура збуту (за обсягом реалізації каналу у гр.од.), %	Структура збутових каналів (за кількістю учасників каналу збуту), %
1	2	3	4	5
Роздрібні торгові точки	Магазини роздрібної торгівлі м. Львова, м. Стрия, м. Самбора і м. Червонограда	76941,8	8,2	31

1	2	3	4	5
Ретейлери	“Епіцентр К”, “АТБ”, “Вопак”, “Барвінок”, “Рукавичка”, “Караван”, “Таврія В”, “Фуршет”, “Watsons” “Біла ворона”, “Таврія Плюс”, “Таврія В”, ДП “Фуршет”	148385,1	18,74	30
Дистриб’ютори	ФОП Саджениця, ФОП Бондарчук, ТзОВ “Продресурс”, ПП “БІОХІМ”, ТзОВ “КАПРИ-БЕТТА”, ТзОВ “Нова справа”, ТзОВ “Т.Д.К. ”, ТзОВ “Торговельний будинок “Слободжанка””, ТзОВ “Анталія”, ТзОВ “Дельта - СВ”, ПП “Ділеразов”	70577,1	13,23	16
Крупні оптовики	ТзОВ “Фоззі-Фуд”, ТзОВ “Алекс ЛВ”, ТзОВ “Свротек”, ТзОВ “Львівхолод”, ТзОВ “ПАККО Холдинг”, ПП “Реліквія”, ФОП Тимура І. М., ТзОВ “Овація”, ПП “Аркада”	30882,2	39,4	15
Середні та дрібні оптовики	ТзОВ “Веселка”, ТзОВ “Львівморепродукти”, ТзОВ “Хліб-Трейд”, ПАТ “Миколаївцемент”, ПП “Меліса”, СПД Бігуняк О.С., ФОП Плахтій Р. Я., ДВТП “Харчування”, 1-й загін воєнізованої охорони ВП “Львівська залізниця”	49825,8	20,43	8
Разом		376612	100	100

Аналіз ринкових можливостей товариства, дослідження попиту на продукцію в різний період часу дає можливість визначити вплив сезонності і на основі цього максимізувати прибутки. Так, в осінньо-зимовий період зростає попит на солодощі і згущене молоко, а у весняно-літній – на м’ясну консервацію. Роблячи ставку на визначені види продукції в певний сезон, підприємство найменше ризикує заморозити оборотні кошти.

У боротьбі за частку на ринку підприємства використовують цінові та нецінові методи конкурентної боротьби. За домовленістю торговельні організації можуть надавати своїм клієнтам знижки з відпускної ціни товарів. Останні є своєрідним інструментом із активізації комерційної діяльності, збільшення рівня продажів, заохочення постійних клієнтів.

В оптовій торгівлі надання знижки одержувачу товару є своєрідною мірою заохочення за швидкий розрахунок за придбані товари. Використання знижки означає, що споживач може понизити вартість постачання під час розрахунку з оптовим посередником протягом певного терміну. Оптовіку вигідно надати знижку, оскільки швидкий розрахунок споживача за отримання товару дає йому можливість використовувати одержані кошти на оплату різних витрат без залучення власних джерел фінансування. Під час закупівлі продукції у постачальника оптовий посередник, так само як і його споживачі, прагнуть до максимального використання всіх переваг знижок. Використання знижок зменшує операційні витрати на 30 % і дає можливість отримувати додатковий прибуток внаслідок збільшення товарообігу. Така економія вигідніша, ніж зовнішнє фінансування.

Сьогодні у практиці торгівлі використовують близько 20 різних видів знижок. Для ТзОВ “Ніка Захід” пропонуємо застосувати систему знижок, яка поєднує сезонні знижки, знижки за великі замовлення і знижки за передоплату замовлень.

Своїм прибутком кожне підприємство може розпоряджатися на власний розсуд. Саме обсяг прибутку є обмежувальною величиною для надання знижок за замовлення великих обсягів товарів. Така дія є ризикованою, бо, з одного боку, дає змогу збільшити обсяги реалізації товарів, а з іншого – може призвести до збитків у випадку необґрунтованої величини знижок.

Величина прибутку для ТзОВ “Ніка Захід” становить для окремих товарів від 6,63 % до 14,02 % від суми закупівельної вартості. Оскільки розмір прибутку в гривнях для окремих товарів є різним, то підприємство може собі дозволити встановлювати знижки на замовлення в розмірі від 1 до 5 % від закупівельної вартості сукупності товарів, що формують це замовлення. В такому випадку розмір прибутку (у % від закупівельної вартості) перекидає розмір витрат на збут та наданих в окремих випадках знижок (також у %). Отже, такий діапазон знижок не створить збитків для підприємства і водночас збільшить обсяги реалізації товарів.

У табл. 3 наведено результати пропонованого процесу ціноутворення за асортиментними групами ТзОВ “Ніка Захід”, а також діапазон коливання можливих цін, враховуючи потенційні знижки. Для аналізу було обрано товари, які є типовими представниками асортиментних груп.

Наступним видом можливих знижок, які може надавати ТзОВ “Ніка Захід”, є сезонні знижки. Для формування висновку про доцільність впровадження сезонних знижок необхідно провести розрахунок і аналіз індексів сезонності реалізації товарів ТзОВ “Ніка Захід”.

Використовуючи метод простої середньої, вивчимо сезонність коливань на продукцію ТзОВ “Ніка Захід”. Сутність цього методу полягає у визначенні індексу сезонності (сезонної хвилі) за допомогою середньої арифметичної. Індексами сезонності є процентні відношення фактичних (емпіричних) внутрішньогрупових рівнів до теоретичних (розрахункових) рівнів, що використовують як базу порівняння. Для тих періодів, де індекс сезонності є меншим за 100 %, доцільно вводити знижки, які стимулюватимуть замовлення в певному періоді, а також згладжуватимуть сезонність реалізації продукції.

Таблиця 3

Аналіз ціноутворення ТзОВ “Ніка Захід” за типовими представниками товарних груп
(за усередненими даними за 2013–14 рр.)

Товарні групи	Назви товарів	Закупівельна Вартість, грн	Націнка підприємства, %	Витрати підприємства, %	Прибуток, %	Максимальна ціна, грн	Ціна товару зі знижкою (грн), еквівалентною відсоткам				
							1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
Бакалія	1. Маслини mini б/к, ж/б, “Iberica”, 300 г	7,98	18,95	7,35	11,6	9,85	9,75	9,65	9,55	9,46	9,36
	2. Аджика "По-кавказьки" від “Руна”, 212 г	5,07	25,4	12,34	13,06	6,79	6,72	6,65	6,59	6,52	6,45
	3. Бички обжарені, ж/б №5, ТМ"Даринка", 240г	7,1	12,71	2,78	9,93	8,13	8,05	7,97	7,89	7,80	7,72
	4. Борошно в/г від “Подільський край”, 2 кг	6,64	9,64	2,45	7,19	7,35	7,28	7,20	7,13	7,06	6,98
	5. “Вермішель довга сімейна”, “ТАЯ”, 095 кг	6,81	9,9	1,65	8,25	7,56	7,48	7,41	7,33	7,26	7,18
	6. “Вермішель екстра” від “Ранок”, 1 кг	2,14	10,93	2,71	8,22	2,4	2,38	2,35	2,33	2,30	2,28
	7. “Курка з грінками”, “Гаряча Кружка”, “Горчин”, 14 г	1,79	16,54	5,98	10,56	2,14	2,12	2,10	2,08	2,05	2,03
	8. Згущенка ТУ 8,5 % ж/б №7, ТМ "Білики", 370 г	9,97	14,67	4,21	10,46	11,68	11,56	11,45	11,33	11,21	11,10
	9. Ікра кабачкова “Ранок”, 500 г	9,4	8,94	2,31	6,63	10,32	10,22	10,11	10,01	9,91	9,80
Побутова хімія	1. Крем д/гладкої шкіри "Wetter-Schutz", чорн., 75 мл	7,43	14,27	4,21	10,06	8,67	8,58	8,50	8,41	8,32	8,24
	2. “КРОТ” – засіб для чистки труб, 150 г	4,04	13,68	4,21	9,47	4,68	4,63	4,59	4,54	4,49	4,45
	3. “Аgua Tonus Care” – губки ванні, 5 шт.	2,64	17,54	6,55	10,99	3,2	3,17	3,14	3,10	3,07	3,04
	4. Е – пральний порошок, Sensitive White, 3,3 кг	52,76	19,52	7,99	11,53	65,56	64,90	64,25	63,59	62,94	62,28
	5. Засіб для чистки стоків та труб для холодної води “Флуп”, 160 г	4,58	12,47	4,32	8,15	5,23	5,18	5,13	5,07	5,02	4,97
	6. Кондиціонер-концентрат “Semana Indulgent Luxury”, “Golden Obsession”, 1 л	23,1	16,53	5,11	11,42	27,67	27,39	27,12	26,84	26,56	26,29
Засоби гігієни	1. Зубна паста “Бленд-а-мед” в асорт., 50 мл	14,76	21,43	10,11	11,32	18,79	18,60	18,41	18,23	18,04	17,85
	2. Дезодорант д/тіла “Sekret”, “Alex of Paris”, 150 мл	8,7	17,5	8,22	9,28	10,55	10,44	10,34	10,23	10,13	10,02
	3. Ватні палички поліет. 160 шт./уп.	1,01	11,58	3,24	8,34	1,14	1,13	1,12	1,11	1,09	1,08
	4. Вітамінний шампунь “Тео Botanical+Aloe Vera”, “Nettle”, 400 мл.	6,6	23,9	9,88	14,02	8,67	8,58	8,50	8,41	8,32	8,24
	5. Вологі серветки “Нарру”, 24 шт.	6,56	17,74	6,44	11,3	7,98	7,90	7,82	7,74	7,66	7,58
	6. Лак д/в “Прелесть”, 160 мл	8,1	18,67	10,11	8,56	9,96	9,86	9,76	9,66	9,56	9,46
Солодощі	1. Вівсяне тернопільське печиво, 5 кг	128,7	17,86	6,88	10,98	156,7	155,13	153,57	152,00	150,4	148,9
	2. Пташине молоко цукерки, 2 кг	63,78	16,57	6,93	9,64	76,45	75,69	74,92	74,16	73,39	72,63
	3. “Ранетка” – печиво вагове з ароматом вишні від “Лагода”, 2,8 кг	56,67	20,52	8,45	12,07	71,3	70,59	69,87	69,16	68,45	67,74
	4. Зефір “Біло-рожевий” від “Клим”, 2,5 кг	68,47	17,95	5,78	12,17	83,45	82,62	81,78	80,95	80,11	79,28
	5. Трубочка вафельна у шоколаді, 3 кг	72,02	17,64	7,01	10,63	87,45	86,58	85,70	84,83	83,95	83,08
	6. Подільська з маком сушка від ПАТ “Тера”, 6 кг	56,86	18,38	6,93	11,45	69,67	68,97	68,28	67,58	66,88	66,19

Товарні групи	Назви товарів	Закупівельна Вартість, грн	Націнка підприємства, %	Витрати підприємства,	Прибуток, %	Максимальна ціна, грн	Ціна товару зі знижкою (грн), еквівалентною відсоткам				
							1 %	2 %	3 %	4 %	5 %
Зоотовари	1. “ТАВ для собак”, сухий корм, асорті, 0,5 кг	7,11	14,54	4,11	10,43	8,32	8,24	8,15	8,07	7,99	7,90
	2. Корм для котів, м’ясо, “Клуб 4 лапи”, 0,4 кг	6,46	13,25	3,04	10,21	7,45	7,38	7,30	7,23	7,15	7,08
	3. Корм для котів, курка, “Клуб 4 лапи”, 10 кг	83,91	15,05	4,65	10,4	98,78	97,79	96,80	95,82	94,83	93,84
	4. Сухий корм для малих собак, “Клуб 4 лапи”, 10 кг	81,8	12,45	3,43	9,02	93,43	92,50	91,56	90,63	89,69	88,76
	5. “МЯУ” з телятиною в ніжному соусі, 0,1кг	1,84	13,65	3,56	10,09	2,13	2,11	2,09	2,07	2,04	2,02
	6. “МЯУ” з індичкою в ніжному соусі, 0,1кг	1,88	11,78	2,22	9,56	2,13	2,11	2,09	2,07	2,04	2,02

У табл. 4 узагальнено дані про сезонні коливання товарообороту ТзОВ “Ніка Захід” за 2011–2014 рр., розподілені за асортиментними групами. Поквартальні середні рівні товарообороту обчислено як середні арифметичні за відповідний квартал (i) протягом усього досліджуваного періоду (16 місяців за 4 роки, $n=4*4$). На рис. 3 побудовано графік “сезонних хвиль” реалізації товарів за асортиментними групами.

Для узагальнюючої характеристики сезонних коливань розраховано середні квадратичні відхилення (СКВ або σ) індексів сезонності (I_c) за кожною асортиментною групою:

$$s(I_c) = \sqrt{\sum_{i=1}^n (\bar{I}_c - 100)^2 / n}, \quad (1)$$

Таблиця 4

Розрахунок індексів сезонності реалізації продукції ТзОВ “Ніка Захід” за окремими асортиментними групами (за усередненими даними за період 2011–2014 рр.)

Обсяги реалізації за період, тис. грн.	Квартали				Разом	Середнє
	I	II	III	IV		
Бакалія						
Разом за роки	72413,56	79593,38	84603,88	128567,20	365178,02	91294,51
Середнє знач. за квартал	24137,85	26531,13	28201,29	42855,73	121726,01	30431,50
Індекси сезонності (I_c),	79,32	87,18	92,67	140,83	-	100
Побутова хімія						
Разом за роки	20159,04	29546,94	27559,23	19395,47	96660,68	24165,17
Середнє знач. за квартал	6719,68	9848,98	9186,41	6465,16	32220,23	8055,06
Індекси сезонності (I_c),	83,42	122,27	114,05	80,26	-	100
Засоби гігієни						
Разом за роки	38070,18	40639,03	42972,16	41989,99	163671,36	40917,84
Середнє знач. за квартал	12690,06	13546,34	14324,05	13996,66	54557,12	13639,28
Індекси сезонності (I_c),	93,04	99,32	105,02	102,62	-	100
Солодощі						
Разом за роки	46672,67	27848,89	26521,36	48901,99	149944,91	37486,23
Середнє знач. за квартал	15557,56	9282,96	8840,45	16300,66	49981,64	12495,41
Індекси сезонності (I_c),	124,51	74,29	70,75	130,45	-	100
Зоотовари						
Разом за роки	19741,59	20254,61	21150,67	21843,66	82990,52	20747,63
Середнє знач. за квартал	6580,53	6751,54	7050,22	7281,22	27663,51	6915,88
Індекси сезонності (I_c),	95,15	97,62	101,94	105,28	-	100

Для асортиментної групи “бакалія” СКВ індексів сезонності становить 24,05 %, що свідчить про відчутну сезонність, притаманну товарообороту цієї асортиментної групи. Інакше кажучи, сезонність зумовлює відхилення реального значення товарообігу “бакалії” від теоретичного майже

на чверть. Для солодоців і побутової хімії $\sigma(Ic)$ теж є високими (27,6 % і 18,4 % відповідно), для засобів гігієни і зоотоварів – навпаки, низькими (менше 5 %). Отже, можна зробити висновок, що збут асортиментних груп “бакалія”, “побутова хімія” і “солодоці” порівняно з іншими характеризується значною сезонністю.

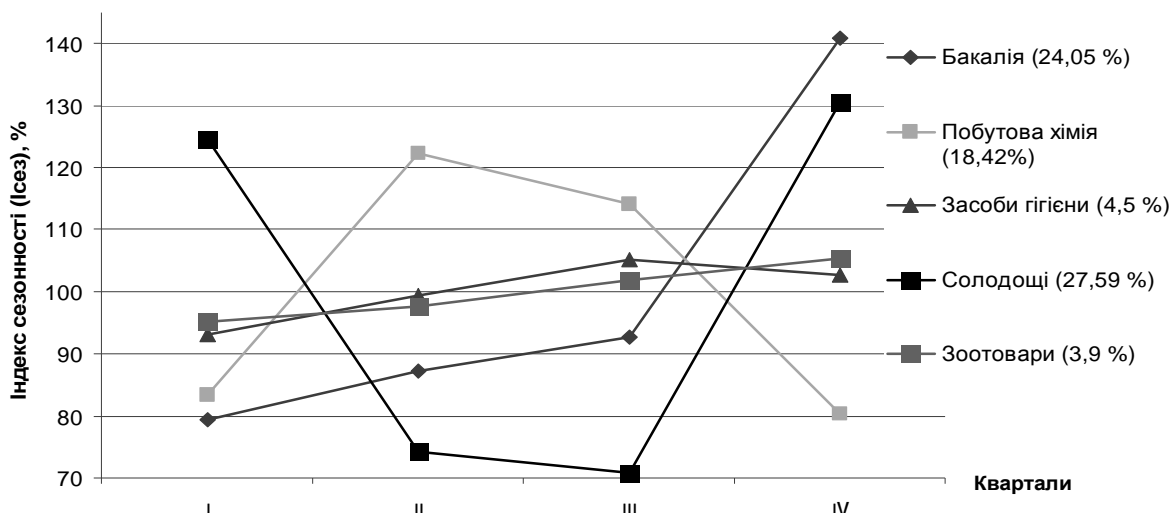


Рис. 3. “Сезонні хвилі” обсягів реалізації товарів ТзОВ “Ніка Захід” за асортиментними групами (за даними 2011–2014 рр.)

* У дужках зазначені СКВ індексів сезонності певних асортиментних груп (%).

З урахуванням проведених обчислень нами було розроблено прогресивну систему знижок, розмір яких збільшується із зростанням обсягу замовлень за певний проміжок часу (квартал). Шкалу розробленої системи знижок наведено в табл. 5.

Таблиця 5

Запропонована шкала знижок для згладжування сезонності реалізації продукції ТзОВ “Ніка Захід”

Асортиментна група	Розмір замовлення, тис.грн.	Знижки за кварталами, %			
		I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.
Бакалія	<10	2	-	-	-
	10-20	3	3	-	-
	>20	5	4	1	-
Побутова хімія	<10	-	-	-	3
	10-20	2	-	-	4
	>20	3	-	1	5
Солодоці	<10	-	-	3	-
	10-20	-	2	4	-
	>20	1	3	5	-

Застосування цієї шкали знижок має забезпечити зростання обсягів продажів, і як наслідок – збалансування “сезонних хвиль” реалізації продукції і оптимізацію оборотності товарних запасів. У запропонованій системі знижок враховано такі фактори, як сезонність реалізації товарів за асортиментними групами і вартість замовлення. Дослідивши сезонність, притаманну товарообороту ТзОВ “Ніка Захід”, було прийнято рішення впровадити систему знижок для таких асортиментних груп, як бакалія, побутова хімія і солодоці, оскільки для них найбільш характерні сезонні коливання обсягів реалізації. Пропонується надавати знижки лише в тих періодах, де сезонні коливання спрямовані на зменшення обсягів товарообороту.

Застосовуючи таку системи знижок, дохід від реалізації товарів зі знижкою буде не меншим (а навіть і більшим), ніж очікуваний дохід за цінами без знижок та наявного рівня продажів. У табл. 6 наведено прогнозовані обсяги реалізації продукції ТзОВ “Ніка Захід” на 2015 р. із застосуванням запропонованої системи знижок для обраних асортиментних груп товарів.

**Прогнозовані обсяги реалізації продукції ТзОВ “Ніка Захід”
із застосуванням запропонованої системи знижок**

Асортиментна група	Розмір замовлення, тис.грн.	Очікуваний обсяг реалізації за кварталами, тис.грн.			
		I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.
Бакалія	<10	15810,56	10997,63	19106,60	30306,92
	10-20	18807,16	17362,98	22013,10	37883,65
	>20	3513,81	3244,34	4113,66	7576,73
Побутова хімія	<10	4509,20	6028,85	5401,04	4216,18
	10-20	5114,88	7536,06	6751,30	4973,30
	>20	971,27	1507,21	1328,06	944,29
Солодощі	<10	10443,37	5324,46	5574,66	9586,75
	10-20	13054,21	7075,28	6575,72	11983,44
	>20	2292,23	1343,54	1248,54	2396,69

У табл. 7 наведено прогнозовані обсяги реалізації продукції на 2015 р. для асортиментних груп, для яких найбільш характерні сезонні коливання обсягів реалізації зі збереженням тенденцій попередніх періодів і з урахуванням ефекту від впровадження системи знижок.

Використовуючи прогнозовані обсяги реалізації продукції ТзОВ “Ніка Захід” на 2014 р. із застосуванням запропонованої системи знижок, можна проаналізувати, як зміниться сезонність товарообігу завдяки пропонованій системі. Результати подолання та істотного зменшення впливу “сезонних хвиль” на обсяги реалізації товарів ТзОВ “Ніка Захід” з урахуванням змін від запропонованого заходу наведено в табл. 8.

Таблиця 7

**Порівняння фактичних і прогнозованих обсягів реалізації продукції
ТзОВ “Ніка Захід” з урахуванням змін від впровадження системи знижок (тис. грн.)**

Фактичне значення обсягів реалізації за 2014 р. (за кварталами)				Прогнозоване значення обсягів реалізації на 2015 р. з урахуванням ринкових тенденцій				Прогнозоване значення обсягів реалізації на 2015 р. з урахуванням ринкових тенденцій і пропонованого заходу*			
I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.
Бакалія											
31345,3	28640,0	35939,8	55209,4	41321,8	27494,1	47766,5	75767,3	41541,0	33159,0	71240,5	75767,3
Побутова хімія											
8574,1	12308,0	11368,4	8423,6	8574,1	11273,0	15072,1	13502,6	11564,6	15026,8	13626,7	11529,0
Солодощі											
19621,9	11860,3	11137,7	19671,7	19621,9	26108,4	16212,8	14281,6	26042,3	16244,6	14098,3	23966,9
Разом											
59541,2	52808,3	58446,0	83305,0	69518,0	64875,5	79051,4	103551	79147,9	64430,3	98965,5	111263

* Під пропонованим заходом тут і в наступній таблиці (табл. 8) мають на увазі впровадження системи знижок.

Як видно з табл. 8, запропонована система знижок є ефективним рішенням щодо активізації комерційної діяльності, оскільки забезпечує зростання обсягів реалізації продукції ТзОВ “Ніка Захід”, а також додатковий позитивний ефект – зменшує вплив сезонності на товарооборот. Внаслідок пропонованих змін (надання знижок в періоди значного впливу сезонності, що раніше спричиняло спад обсягів реалізації товарів), можна отримати зниження індексів сезонності виділених асортиментних груп і зростання загального товарообороту. Загалом ця система забезпечує зниження середнього квадратичного відхилення індексів сезонності асортиментної групи “бакалія” на 4,98 %, “побутової хімії” – на 0,24 % і “солодощів” – на 6,79 % (порівняно з прогнозованою ситуацією з урахуванням ринкових тенденцій), і ще більші позитивні зміни – порівняно з попередніми усередненими даними.

**Результати зменшення впливу “сезонних хвиль” на товарообіг ТзОВ “Ніка Захід”
за окремими асортиментними групами**

Періоди (квартали)	Фактичне (середнє) значення індексу сезонності (Ic) за 2011–2014 рр., %	СКВ індексів сезонності у середньому за рік за даними 2011–2014 рр., %	Прогнозоване значення індексу сезонності на 2015 р., %		СКВ індексів сезонності у 2015 р. (прогноз), %		Абсолютне відхилення фактичного Ic від прогнозованого на 2015 р., %	
			з урахуванням ринкових тенденцій	з урахуванням ринкових тенденцій і пропонуваного заходу	з урахуванням ринкових тенденцій	з урахуванням ринкових тенденцій і пропонуваного заходу	з урахуванням ринкових тенденцій	з урахуванням ринкових тенденцій і пропонуваного заходу
Бакалія								
I	79,32	24,05	81,60	85,66	13,86	8,88	2,28	6,34
II	87,18		76,83	84,75			-10,35	-2,43
III	92,67		94,97	100,89			2,30	8,22
IV	140,83		146,60	128,69			5,77	-12,14
Побутова хімія								
I	83,42	18,42	84,87	85,24	8,02	7,78	1,45	1,82
II	122,27		120,47	119,77			-1,80	-2,50
III	114,05		110,85	110,67			-3,20	-3,38
IV	80,26		83,80	84,32			3,54	4,06
Солодощі								
I	124,51	27,59	126,58	112,67	12,97	6,18	2,07	-11,84
II	99,32		76,92	91,47			-22,40	-7,85
III	70,75		71,38	84,36			0,63	13,61
IV	130,45		125,13	111,50			-5,32	-18,95

Ще одним дослідженням нами засобом активізування комерційної діяльності було надання знижок за передоплату замовлень. Так, аналізуючи ділову активність ТзОВ “Ніка Захід”, виявили, що через певні недоліки роботи з постачальниками і партнерами дебіторська заборгованість має низьку оборотність і присутня тенденція до її зниження. Така ситуація призводить до гальмування комерційної діяльності підприємства через відсутність вільних обігових коштів. Для прискорення оборотності дебіторської заборгованості ТзОВ “Ніка Захід” доцільно перейти на умови передоплати в розрахунках з покупцями. Однак, не всі покупці мають бажання та можливість прийняти такі умови. Отже, необхідно стимулювати перехід на такий спосіб розрахунків за допомогою надання знижок за передоплату. Завдяки знижкам прискорення оборотності дебіторської заборгованості забезпечить приріст доходу від реалізації і чистого прибутку, який покrije втрати від надання знижок. Цей захід також має призвести до збільшення наявних обігових коштів і як наслідок – підвищити платоспроможність товариства.

Враховуючи діапазон знижок, запропонованих вище, допустимим розміром знижки за передоплату є 2 % від суми замовлення. Розглянемо, як зменшиться прибуток від реалізації товарів у разі надання клієнтам такої знижки. Встановлено, що у разі надання знижки за передоплату в розмірі 2 % від середнього розміру замовлення валовий прибуток спочатку знижується, а потім зростає через збільшення кількості замовлень і замовників, що у підсумку забезпечує його позитивний приріст (найбільш оптимістичний сценарій очікуваних змін – див. табл. 9).

Навіть враховуючи такі негативні чинники, як відмова частини покупців попередньо оплачувати свої замовлення, недостатня інформованість клієнтів про знижки, зміна їх планів і т. п., можна припустити, що через знижки дебіторська заборгованість скоротиться в середньому на 1/3.

Під час розрахунків, результати яких наведено у табл. 9, враховано, що очікуваний чистий дохід від реалізації товарів за передоплатою (за даними ТзОВ) становитиме 32 % товарообігу, а

питома вага прибутку від реалізації цих товарів – лише 22,5 % від загальної суми цього прибутку. Витрати на реалізацію буде пропорційно розподілено на всю суму товарообігу. При цьому змінні витрати зростуть пропорційно товарообігу, а сума постійних витрат залишиться колишньою, внаслідок чого рівень останніх у валовому доході від реалізації товарів без знижки зменшиться.

Таблиця 9

Очікувані результати стимулювання активності збутової мережі ТзОВ “Ніка Захід”

Показники	Абсолютне відхилення від фактичного значення за 2014 р.		Відносне відхилення (%) від фактичного значення за 2014 р.	
	прогнозу на 2015 р. (з урахуванням тільки ринкових тенденцій)	прогнозу на 2015 р. (з урахуванням ринкових тенденцій і пропонованих змін*)	прогнозу на 2015 р. (з урахуванням тільки ринкових тенденцій)	прогнозу на 2015 р. (з урахуванням ринкових тенденцій і пропонованих змін*)
Сума дебіторської заборгованості, тис. грн.	**	**	+110,83	-33,33
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, об.	+1,68	+3,93	-	-
Тривалість обороту дебіторської заборгованості, дні	-7	-14	-	-
Чистий дохід від реалізації, тис.грн.	**	**	+36,54	+47,00
Собівартість реалізованих товарів, тис. грн.	**	**	+34,65	+43,61
Валовий прибуток, тис. грн.	**	**	+45,71	+63,45
Витрати на реалізацію, тис. грн.	**	**	+21,43	+25,67
Прибуток від реалізації, тис. грн.	**	**	+16,48	+24,87
Рентабельність реалізації, %	+2,72	+3,98	-	-

* Під пропонованими змінами тут розуміється підключення до раніше розглянутої (у табл. 7 і 8) системи знижок ще й заходів з управління дебіторською заборгованістю.

**Дані в тис.грн. не наведено через вимогу ТзОВ “Ніка-Захід” про нерозголошення комерційної таємниці.

Зауважимо, що в табл. 9 показано результати введення всіх розглянутих раніше знижок, а не тільки знижок за передоплату замовлень. Показано два паралельні процеси: 1) з урахуванням ринкових тенденцій (вони переважно теж забезпечують позитивні зміни); 2) з урахуванням як ринкових тенденцій, так і пропонованих управлінських рішень з активізування комерційної діяльності (через знижки). Другий процес дає кращі результати. Окрім підвищення рентабельності і оборотності оборотних активів, очікуване збільшення прибутку має позначитися на його капіталізації, зростанні частки власного капіталу у пасивах і фінансовій стабілізації товариства.

Висновки

Отже, проведені дослідження доводять ефективність застосування такого засобу стимулювання збуту, як впровадження обґрунтованої системи знижок для оптових клієнтів для активізації комерційної діяльності оптових торговельних організацій.

Переваги активізації комерційної діяльності проявляються за умови виділення обмеженого переліку чинників, які переважно визначають розмір надаваних знижок, а також внесення певних обмежень у впровадженні регулювання стимулювання збуту, за яких надання цих знижок має позитивно позначитися на підсумкових результатах діяльності оптової торговельної організації.

З’ясовано механізм дії сформованої системи знижок як інструменту активізування комерційної діяльності оптової торговельної організації на мезорівні, а саме: спочатку диференціюють наявних і потенційних оптових клієнтів за різними критеріями і встановлюють

порогові розміри знижок для їх окремих категорій, наслідком чого має стати прогнозоване збільшення кількості клієнтів, підвищення їх лояльності, входження цієї організації у нові ринкові мережі тощо.

На прикладі окремої великої оптової торговельної організації Львівщини – ТзОВ “Ніка-Захід” – доведено ряд переваг уведення системи знижок, зокрема таких, як: формування конкуренто-спроможної асортиментної моделі цієї організації, її гнучкого реагування на вимоги ринку і адаптації до змінних умов, забезпечення фінансової стійкості, підвищення оборотності дебіторської заборгованості і запасів та зростання прибутковості. Особливу увагу приділено подоланню проблеми впливу сезонності на доходи (прибутки) ТзОВ “Ніка-Захід”, для розв’язання якої управління системою знижок поєднується із формуванням системи управління товарними запасами, а також враховується життєвий цикл і екстремуми продажів для окремих асортиментних груп товарів.

Перспективи подальших досліджень

Подальші дослідження за супутньою проблематикою планується зосередити на вивченні впливу інших засобів активізації комерційної діяльності оптових торговельних організацій на поліпшення фінансових результатів господарювання таких організацій, зміну їх позицій у конкурентному середовищі, формування функціональних стратегій і внесення коректив до їх загального стратегічного курсу розвитку.

1. Виноградська А. М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку : [монографія] / А. М. Виноградська. – К.: ЦНЛ, 2004. – 807 с. 2. Лозинський В. Т. Типологія активних методів продажу товарів в оптовій торгівлі / В. Т. Лозинський // Проблеми післякризової економічної політики в Україні : Тези доп. наук. конф. ННК “Академія” (Львів, 6-7 квіт. 2011 р.); Укоопспілка, ЛКА. – Львів, 2011, С. 122–123. 3. Лозинський В. Т. Активні методи продажу як інструмент підвищення ефективності внутрішньої торгівлі / В. Т. Лозинський // Вісник Львівської комерційної академії: Зб. наук. праць. – 2011. – Вип. 34. – С. 261–268. 4. Погужа Н. В. Шляхи стимулювання продажу вітчизняних товарів/ Н.В. Погужа // Економічний простір. – 2009. – № 23. – С. 230-238. 5. Прохорова Т. П. Використання цін у стимулюванні збуту продукції / Т. П. Прохорова, О. В. Гронь // Коммунальное хозяйство городов: Наук.-тех. сб. – Х.: Вид-во ХНЕУ. – 2007. – № 78. – С.251–258. 6. Полищук И. И. Ценовая политика: тактический аспект / И. И. Полищук, А. А. Цыганков // Белорусский экономический журнал. – 2005. – № 1. – С.51–60. 7. Дуляба Н. І. Удосконалення системи коригування ціни в торгівлі / Н. І. Дуляба // Торговля, комерція, підприємництво: зб. наук. пр. ЛКА. – Львів, 2008. – Вип. 9. – С. 114–118. 8. Дмитрієв І. А. Організаційні проблеми ефективного функціонування та розвитку підприємницької діяльності (концептуальні та методологічні засади): [монографія] / І. А. Дмитрієв. – Харків: Вид-во ХНАДУ, 2006. – 216 с. 9. Махмудов Х. З. Економіко-організаційний механізм ФОПСТИЗ: [монографія] / Х. З. Махмудов. – Полтава, 2008. – 359 с. 10. Структурні трансформації в системі торгівлі // Економічні системи: [монографія] / В. В. Анопій, Г. І. Башияннин, А. М. Ващишин та ін.; За ред. Г. І. Башияннина. – Т.1. – Львів: Вид-во ЛКА, 2006. – С. 204–228.

К. В. Процак, О. І. Карий, А. О. Мавріна
Національний університет “Львівська політехніка”
кафедра менеджменту організацій

ДОГОВІРНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЕКТІВ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ

© Процак К. В., Карий О. І., Мавріна А. О., 2015

Досліджено концептуальні засади договірної регулювання, проблеми регулювання державно-приватного партнерства в Україні. Виявлено фактори, які негативно впливають на успішність реалізації передбачених цими угодами проектів державно-приватного партнерства. Запропоновано удосконалити договірну програму реалізації проектів державно-приватного партнерства в Україні, надаючи можливості сторонам проекту ДПП вносити необхідні зміни протягом життєвого циклу проекту, забезпечуючи так гнучкіше регулювання відносин його учасників.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, договірне регулювання державно-приватного партнерства, проектні ризики.

K. V. Protsak, O. I. Karyi, A. O. Mavrina
Lviv Polytechnic national university
Department of Management of Organisations

CONTRACTUAL REGULATION OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS IN UKRAINE

© Protsak K. V., Karyi O. I., Mavrina A. O., 2015

The conceptual basis of contractual regulation is researched in the article. The research shows that increasing the efficiency of public-private partnerships (PPP) requires improving contractual relations, reducing their uncertainty. Accordingly, it is necessary to implement the approaches that will reduce the implicitness of agreements in the field of public-private partnerships. The perspective directions that could be realized through public-private partnerships in Ukraine are presented. Among them there is technically backward and outdated infrastructure (roads and railways, airports, seaports, housing and utilities, wastes removal and sorting, telecommunications).

The problems of public-private partnerships regulation in Ukraine are revealed. Thus, for example, regulation of functions in the field of PPP in Ukraine and European countries is assigned to different authorities. Regulatory functions in Europe are performed by specially created consulting centers, consisting of representatives of business and government. The similar regulatory functions in Ukraine are almost fully performed by different ministries and government departments. It is substantiated that the legal and regulatory framework of PPPs in Ukraine is very complicated, multilevel and bureaucratic. The law on public-private partnerships in Ukraine involves the implementation of projects only in the form of a treaty, while in some European countries there is no such limitation. In Europe there is usually created a special structure in the form of a legal entity with the participation of public and private partners, sometimes even involving financial institutions. The factors that hinder successful implementation of public-private partnerships projects are discovered in the article as well.

It is suggested to improve contracting program implementation of public-private partnerships in Ukraine by enabling PPP project parties make the necessary changes during the project life cycle, thus providing more flexible regulation of relations between the parties.

It is necessary to give local governments more powers to overcome difficulties when entering into partnership contracts with private capital at the regional level.

Key words: public-private partnership, contractual regulation of public-private partnership, project risks.

Постановка проблеми

Державно-приватне партнерство (ДПП) в Україні – це система взаємовідносин між державою та приватними організаціями для реалізації важливих соціально-економічних проблем. У розвинених країнах світу налагодження державно-приватного партнерства (Public-Privat Partnership PPP) – це ефективний спосіб реалізації масштабних модернізаційних проектів у різних секторах економіки. Однак, незважаючи на десятилітній досвід впровадження ДПП, в Україні дуже мала кількість успішних проектів ДПП. Це актуалізує необхідність подальших досліджень причин та розроблення дій для розвитку державно-приватного партнерства в Україні. Особливе місце в цьому належить удосконаленню договірному регулюванню проектів ДПП.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У наукових дослідженнях термін “державно-приватне партнерство” розглядається як у вузькому, так і в широкому сенсі. Державно-приватне партнерство у вузькому сенсі описує довгострокове, що регулюється договором, співробітництво між державою і приватним сектором з метою виконання суспільних завдань, яке охоплює весь життєвий цикл відповідного проекту: від планування до їх експлуатації, включаючи технічне обслуговування. У широкому сенсі термін “державно-приватне партнерство” містить всі форми кооперації між державою і приватним сектором задля вирішення завдань, що традиційно належать до компетенції держави [6, с.41]

На кінець 2014 року в Україні реалізується 243 проекти з використанням механізму державно-приватного партнерства [1]: наприклад, у Франції сьогодні – понад 20 000 проектів. Значною мірою це стосується недосконалих договірних відносин ДПП.

Нормативно-правова база у сфері ДПП складається з близько 10 законів та майже 20 постанов Кабінету міністрів. Додатково було прийнято багато наказів профільних міністерств. І кожен з цих нормативних актів має свої недоліки. Наприклад, згідно з ними до моменту підписання угоди про ДПП приватному партнеру необхідно пройти цілу низку складних узгоджень. При цьому необхідних гарантій щодо виконання своїх зобов'язань за такою угодою держава приватному партнеру не дає [3, с. 92].

Постановка задач

Цілями статті є дослідження концептуальних засад договірному регулюванню, виявлення проблем регулювання державно-приватного партнерства та факторів, які негативно впливають на успішність реалізації передбачених цими угодами проектів ДПП в Україні.

Виклад основного матеріалу

Є багато перспективних напрямів в Україні, які б могли реалізуватися за допомогою ДПП. Серед них технічно відстала та зношена інфраструктура (автомобільні та залізничні шляхи, аеропорти, морські порти, житлово-комунальні мережі, способи вивезення і сортування сміття, телекомунікації). Всі ці об'єкти мають велике суспільне значення, проте наявність великих транзакційних витрат на отримання всіх дозвільних державних процедур недостатньо мотивує потенційних інвесторів вкладати кошти саме в такі проекти. З іншого боку, все це потребує значних фінансових вкладень та застосування інноваційних технологій, а держава в сучасних умовах фінансової кризи самостійно цього забезпечити не зможе. Світовий досвід підтверджує, що

найбільшого успіху досягають проекти ДПП в інфраструктурних галузях під час реалізації масштабних проектів [1, с. 46].

В Україні закон про державно-приватне партнерство [2] передбачає реалізацію проектів лише у формі договору, тоді як, наприклад, у деяких європейських країнах такого обмеження немає; переважно створюється спеціальна структура у формі юридичної особи за участю публічного і приватного партнера, у ряді випадків ще за участю фінансових інститутів.

Договірне регулювання відносин ДПП в Україні здійснюється згідно із Законом “Про державно-приватне партнерство” [2], також цим законом закріплено договірну форму такого партнерства та відкритий перелік договорів [2, статті 5,6], які можуть укладатися в рамках ДПП: договір концесії, договір про спільну діяльність, державні контракти/договори про державні закупівлі та ін., за винятком угод про розподіл продукції. Разом з тим у законодавстві відсутнє положення про ґрунтовні вимоги до угоди ДПП щодо змісту та форми, є лише загальні фрази про укладення таких угод згідно із вимогами, встановленими законами України (загальними – про ДПП та спеціальними – про концесії, державні закупівлі та ін.). Та незважаючи на це, у законодавстві про ДПП існують суперечності і неузгодженості між Законом і підзаконними актами [3, с. 91]. Вони в переважній більшості мають декларативний характер і потребують системного доопрацювання.

Укладають договір в рамках державно-приватного партнерства між державним органом та переможцем конкурсу на умовах, встановлених конкурсом з визначення приватного партнера. У разі, якщо переможцем конкурсу з визначення приватного партнера для здійснення державно-приватного партнерства визначено декілька осіб на стороні приватного партнера, договір, що укладається в рамках державно-приватного партнерства, підписують такі особи або особа, уповноважена ними на підписання цього договору.

В економічній теорії передбачено, що конкретні рамки взаємодії замовника і виконавця послуг, умови здійснення угод повинні бути визначені положеннями договору (контракту). “Контракт (договір) – угода про обмін повноваженнями і їх захист, які є результатом усвідомленого і вільного вибору індивідів у заданих інституціональних рамках” [4, с.168].

Відомо, що договір (контракт) вважається звичайним явищем, потреба в якому визначається незбігом в часі моментів його укладення і виконання. В ньому повинні бути викладені норми взаємодії замовника і виконавця, якими можуть бути як держава, так і бізнес-структури. В соціальному аспекті укладення договору (контракту) вважається нормою як результатом раціонального вибору. В економічному плані договір є нормою як передумовою раціональної поведінки замовника і виконавця. В класичному (експліцитному) договорі, як відомо, повинні бути чітко і вичерпно визначені всі умови взаємодії учасників договору, що стосовно державно-приватного партнерства внаслідок суперечливого законодавчо-нормативного регулювання є достатньо проблемним (рисунок).

Оскільки складно передбачити всі події, які можуть статися протягом терміну дії договору і реалізації відповідних заходів, пов’язаних з цим, неможливо однозначно описати ці події у випадку навіть ймовірності їх передбачення, визначити пов’язані з цим обсяги робіт і витрат, а також критерії, оцінювання ефективності дій для обох сторін може бути надзвичайно складним і вимагати багато часу. Тому у сфері державно-приватного партнерства договори найчастіше укладають як угоди, що мають імпліцитний характер. Вони встановлюють рамки відносин сторін, визначають у загальному їх мету, регламентують окремі механізми прийняття рішень і регулювання взаємовідносин або використовують традиційні інституціональні рамки.

Найчастіше типові форми концесійних та інших видів ДПП-договорів хоч і мають зафіксовані на папері вимоги до сторін та умов виконання, та їх можна вважати значною мірою неповними. Вони підкріплюються неписаними, найчастіше зовсім непрозорими домовленостями. Ці домовленості не можна оскаржити в судовому чи адміністративному порядку і, як правило, їх не може опротестувати партнер. У випадку необхідності для з’ясування претензій сторін третя сторона може не визнавати тих цінностей, про які домоворились сторони і тому не може зрозуміти суті взаємних претензій, не зможе перевірити стан виконання кожним взятих на себе зобов’язань.



Рис. 1. Теоретико-методичні підходи до класифікації угод

Майже до кожного сучасного ДПП-договору з великим інвестором обов'язково включаються положення про вид та предмет договору, його об'єкт, основні зобов'язання сторін, проектування, будівництво та функціонування об'єкта, ціноутворення в рамках проекту ДПП, зобов'язання державного партнера щодо підтримки проекту, звітність, аудит та управління проектом, забезпечення кредитного зобов'язання активами проекту тощо. Як правило, більшість положень ДПП-договору є стандартними і не викликають дискусій між учасниками. Однак практика свідчить, що існує декілька положень, щодо яких сторонам ДПП складно досягти компромісу чи навіть просто домовитись. Зокрема, суперечки виникають під час узгодження статей, щодо форс-мажору, внесення сторонами договору змін до ДПП-договорів (в т.ч. у односторонньому порядку), умов кредитування проекту (які висуваються кредиторами потенційного приватного партнера), дострокового розірвання договору, видів та порядку платежів державі, змін у законодавстві, відмові від державного імунітету, а також порядку вирішення спорів та перекладення) ДПП-договору [5, с. 21].

Дослідження показали, що підвищення ефективності ДПП вимагає удосконалення договірних відносин, зменшення їх невизначеності. У зв'язку з цим необхідно запровадити підходи до зниження рівня імпліцитності угод, що діють у сфері ДПП, зокрема трудових контрактів різних категорій працівників, виникає необхідність посилення мотивації відповідальності в системі управління діяльністю підприємств на основі застосування різних форм контрактних відносин, зокрема контрактів самореалізації, коли кожній зі сторін не вигідне їх невиконання.

Не сприяє розвитку ДПП й те, що регулювання функцій у галузі ДПП в Україні та в європейських країнах покладено на різні органи. В Європі регулятивні функції здійснюють спеціально створені консультативні центри, які складаються з представників бізнесу та влади, а в Україні регулятивні функції практично повністю передбачали різні міністерства та відомства, причому кожне з них намагається проводити власну політику щодо регулювання цього питання.

Необхідно надати органам місцевого самоврядування більше повноважень, щоб вони подолали труднощі під час укладення на регіональному рівні партнерських контрактів з приватним капіталом.

Висновки

ДПП вважається індикатором успішної взаємодії держави і бізнес-структур, альтернативним способом вирішення важливих економіко-соціальних проблем, який добре себе зарекомендував у багатьох європейських країнах.

Незважаючи на те, що вимоги до угод (контрактів) у науково-методичному плані достатньо детально розроблено і навіть конкретизовано у законодавчих нормативних документах, практика їх укладання, особливо у сфері державно-приватного партнерства, далеко не досконала. Нормативно-правова база у сфері ДПП в Україні дуже складна, багаторівнева та забюрократизована.

Договірна програма реалізації проектів ДПП в Україні повинна давати можливість сторонам проекту ДПП вносити необхідні зміни протягом життєвого циклу проекту, забезпечуючи цим гнучкіше регулювання відносин його учасників. Необхідно розробити певні спільні стандарти розроблення ДПП-договорів, які дадуть змогу істотно зменшити проектні ризики та збільшити шанси на успішну імплементацію проекту ДПП.

Перспективи подальших досліджень

Подальші дослідження повинні стосуватись напрацювань, спрямованих на спрощення та підвищення прозорості системи державно-приватного партнерства, забезпечення можливості його ефективної реалізації.

1. Інформація щодо стану здійснення державно-приватного партнерства /Департамент інвестиційно-інноваційної політики та розвитку державно-приватного партнерства [Електронний ресурс], Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=fc354c59-cb8f-4660-b7d5-1acdf35f0ab7&title> 2. Петрухіна О. Запровадження та розвиток ДПП направлене в т.ч. на залучення інвестицій та розвиток інвестдijальності в Україні [Електронне джерело]/Юридична газета online / Режим доступу: <http://yur-gazeta.com/interview/zaprovadzhennya-ta-rozvitok-dpp-napravlene-v-tch-na-zaluchennya-investiciy-ta-rozvitok-investdiyalno.html>. 3. Длугопольський О. В. державно-приватне партнерство: зарубіжний досвід і уроки для України [Текст] / О. В. Длугопольський, А. Ю. Жуковська // Актуальні проблеми економіки. – №3.(129). – 2012. – С. 43–49. 4. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 1 липня 2010 р. [Текст] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2010. – №40. – Ст. 524. 5. Вінник О. М. Договірні відносини державно-приватного партнерства: проблеми правового регулювання [Текст] / О. М. Вінник // Вісник Вищої ради юстиції. – 2013. – №2(14). – С. 90–107. 6. Дроздова Н. Г. Інституціональні проблеми задоволення державних потреб в умовах ринкових взаємовідносин:теоретико-методологічний аспект [Текст] / Н. Г. Дроздова // Теорія і практика державного управління. – 2012. – Вип. 3 (38). – С. 163–170. 7. Хєда С. Державно-приватне партнерство: світовий досвід і перспективи розвитку [Текст] / Світлана Хєда // Юридична газета. – 2014. – №31–32 (425–426). – С. 19–21. 8. Павлюк К. В. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально-економічному розвитку держави / К. В. Павлюк, С. М. Павлюк // Наукові праці КНТУ. “Економічні науки”. – 2010. – Вип. 17. – С. 40–49.

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

© Матвій І. Є., Віхоть Т. А., 2015

Розглянуто сутність інноваційної діяльності малих підприємств та її значення для їх розвитку. Проаналізовано рівень інноваційної активності малих форм підприємницької діяльності. Виділено переваги та недоліки забезпечення інноваційної діяльності малих підприємств порівняно з середніми та великими компаніями. Досліджено негативні фактори, які впливають на інноваційну діяльність малих підприємств та способи їх подолання в Україні. Проаналізовано основні способи підтримки інноваційної діяльності малих підприємств за кордоном, зокрема, в країнах Євросоюзу та в США. З'ясовано напрямки підвищення рівня державної підтримки інноваційної діяльності підприємницького сектору та запропоновано шляхи активізації інноваційної діяльності вітчизняних підприємств.

Ключові слова: інновації, мале підприємство, переваги малих підприємств, недоліки малих підприємств, державна підтримка інноваційної діяльності.

I. Ye. Matviy, T. A. Vikhot

Lviv Polytechnic National University
Management of Organizations Department

FEATURES OF SMALL BUSINESSES' INNOVATION ACTIVITY

© Matviy I. Ye., Vikhot T. A., 2015

The essence of innovative small businesses and its implications for their development, and also the main characteristics that identify a company as innovative active were considered. The level of innovation activity of small forms of business in Ukraine was analyzed, namely, by type of implemented innovation and novelty in terms of sales of innovative products. Advantages and disadvantages of providing innovative small businesses were compared with medium and large companies. Studied the negative factors that affect the implementation of small enterprises innovation and ways to overcome them in Ukraine. It was analyzed the basic ways to support innovative small businesses abroad, particularly in the EU and the US. It is shown deterrent of innovation and small business areas raising public support for innovation business sector.

Ways intensify innovation of domestic enterprises were suggested, including raising public support by improving the institutional and legal framework; activation of most companies in the areas of study of customer needs, researching innovative ideas, organic attraction innovation in strategy development, greater involvement and autonomy to employees; implementation of special programs of innovative development, the formation of innovation infrastructure, establishing close cooperation between research institutions and enterprises based on commercialization, development and implementation of an efficient financial support of algorithm innovation.

Key words: innovation, small business, advantages small businesses, disadvantages small businesses, government support for innovation.

Постановка проблеми

Передумовою економічного розвитку держави є впровадження інноваційних розробок та встановлення пріоритету державної підтримки інноваційного сектору економіки. Важливу роль тут відіграють малі підприємства, які формують нові технології і впроваджують їх в економічну систему. Інноваційна діяльність малих підприємств має деякі особливості, які є як перевагами, так і недоліками порівняно з більшими формами організації бізнесу. Дослідження цих особливостей і пошук шляхів використання їх позитивних аспектів та подолання впливу негативних сторін дасть змогу підвищити рівень інноваційної діяльності малих підприємств і, отже, рівень інноваційності економіки країни загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженнями особливостей інноваційної діяльності малих підприємств та напрямків її покращення займалися такі науковці, як: В. Аньшин, В. Александрова, І. Балабанов, У.Баумол, Е. Блех, З. Варналій, В. Виговська, І. Гимаєв, С. Глазьев, А. Дагаєв, М. Денисенко, Е. Евтушенко, П. Завлін, А. Махмутов, А. Поддєрьогін, А. Яковлев та інші.

Вперше розкрив інноваційну складову економічного зростання за участю малих підприємств у своїй теорії Й. Шумпетер, який пов'язав рівень суспільного виробництва з інвестиційною активністю економічних агентів-новаторів, які володіють новим способом поєднання виробничих факторів для випуску продукції і отримання більшого прибутку [1].

Не менш важливим є дослідження американського вченого У. Баумола, який протиставив рутинним інноваціям, що здійснюються великими компаніями, так звані “незалежні” інновації, носіями яких були малі підприємства. При цьому, на думку вченого, саме інновації малих підприємств відрізняються своєю радикальністю та новизною [2].

Незважаючи на значну кількість досліджень у цій сфері, багато аспектів особливостей інноваційної діяльності малих підприємств в Україні та можливостей її покращення залишаються нерозглянутими.

Постановка цілей

Метою статті є дослідження особливостей інноваційної діяльності підприємств малих форм господарювання та виокремлення можливостей підвищення їх інноваційної активності.

Виклад основного матеріалу

У 2013 році Україна зайняла 42-ге місце в загальному рейтингу Global Innovation Index. До рейтингу Innovation Cities Index увійшло одразу декілька українських міст, серед яких Київ, Донецьк, Запоріжжя, Львів (350 місце), Одеса, Харків, Дніпропетровськ, а також Сімферополь і Севастополь. В 2014 році у щорічному рейтингу топ-50 найбільш інноваційних країн світу за версією Bloomberg Україна піднялася із 49-го на 33-тє місце, випередивши Гонконг, Ісландію, Бразилію та інші країни. Такий ривок, на думку дослідників, пов'язаний із зростанням кількості виданих патентів, водночас за цей період у державі з'явилося багато малих інноваційних підприємств, особливо у сфері інформаційних технологій [3].

Інноваційна діяльність малих підприємств є каталізатором їхнього розвитку. Особливо важливою така активність стає саме в умовах економічної кризи, адже дає змогу підприємствам оптимізувати свої витрати, розробити нові технології та бути конкурентоспроможними. Саме малі підприємства часто стають ідейними засновниками нових методів управління, способів виробництва продукції, внаслідок чого кардинально змінюють ринок загалом.

Мале підприємство вважається інноваційно активним, якщо йому притаманні такі характеристики [4, с.249; 5, с.225; 6]:

- 1) розроблення і просування на ринки нових продуктів і передових технологій;

2) висока частка науково-дослідних і конструкторських робіт для створення нових конкурентоспроможних продуктів і послуг;

3) масштабний вплив інновацій, нових виробів і передових технологій на прибуток малих підприємств;

4) висока частка інвестицій у науково-дослідний сектор і пов'язане з ним оновлення виробництва;

5) значна частка наукових та інженерно-технічних робітників у загальній кількості персоналу малих підприємств;

6) значна частка наукового, лабораторного і випробувального обладнання в основних фондах цих підприємств, високий рівень ризику, пов'язаного зі здійсненням інноваційних проєктів.

Розроблення та впровадження інновацій на підприємстві дають змогу отримати такі результати, як [7, с. 20]: підвищення продуктивності праці; забезпечення безперервного і стабільного виробничого процесу, збільшення рівня ресурсозбереження; зниження трудомісткості на одиницю продукції; покращення ефективності використання обладнання; дифузія та трансфер технологічних інновацій.

На підприємстві можуть бути впроваджені різні види інновацій. Так, найпоширенішою є їх класифікація за змістом та сферою застосування [4, с. 19]:

– продуктові інновації – створення нових продуктів, що споживаються у сфері виробництва (засоби виробництва) чи у сфері споживання (предмети споживання);

– технологічні інновації – нові способи виробництва старих чи нових продуктів, впровадження інформаційних систем;

– управлінські інновації – нові методи праці, що використовуються апаратом управління, методи моделювання процесів, методи управління персоналом тощо;

– економічні інновації – нововведення у фінансовій та бухгалтерській сферах діяльності;

– юридичні інновації – прийняття нових нормативно-правових актів;

– соціальні інновації – процес зміни умов праці, культурних, екологічних та політичних аспектів, зміна способу життя загалом.

За даними Державної служби статистики [8], рівень інноваційної активності вітчизняних малих підприємств протягом 2008–2010 років є таким: із 26521 обстежених лише 4874 підприємства були інноваційно активними. У 2010–2012 роках ситуація погіршилась: з 24657 обстежених малих підприємств інноваційно активними були 4170. Структуру впроваджених малими підприємствами видів інновацій протягом 2010–2012 років подано на рис. 1.



Рис. 1. Розподіл інноваційної активності малих підприємств за видами впроваджуваних інновацій протягом 2010–2012 років

Переважно малі підприємства реалізують ті інновації, які не стосуються технологій виготовлення продукції чи надання послуг. У тих випадках, коли інновації є технологічними, вони рідко пов'язані з реалізацією продукції, яка є абсолютно новою для ринку (рис. 2).

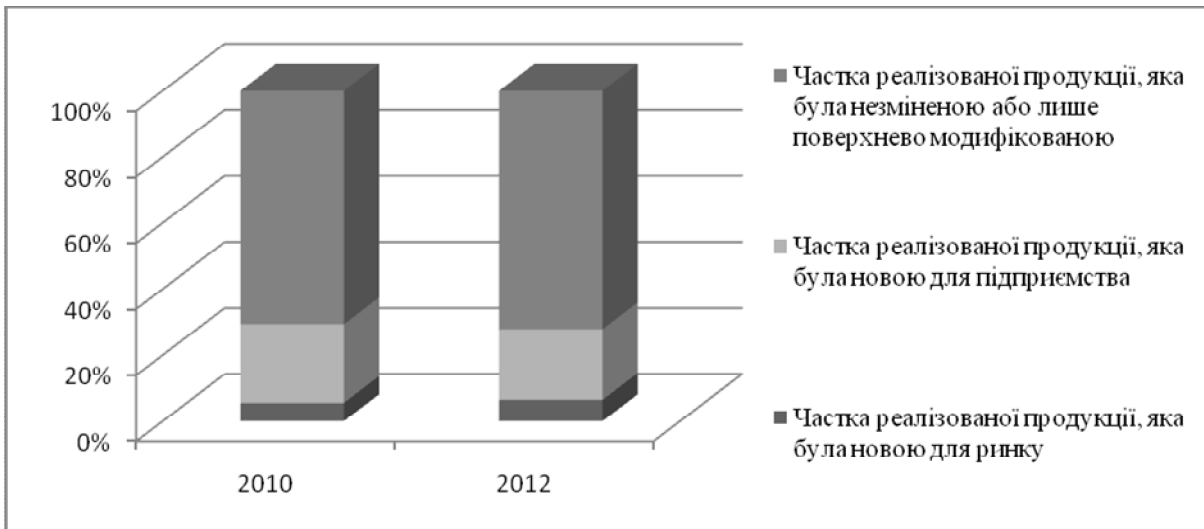


Рис. 2. Розподіл реалізованої інноваційної продукції за рівнем новизни

Незважаючи на невисокий рівень інноваційної активності малих підприємств, вони продовжують залишатись головним виробником інновацій, що підтверджують дані Державної служби статистики [8] (рис. 3).

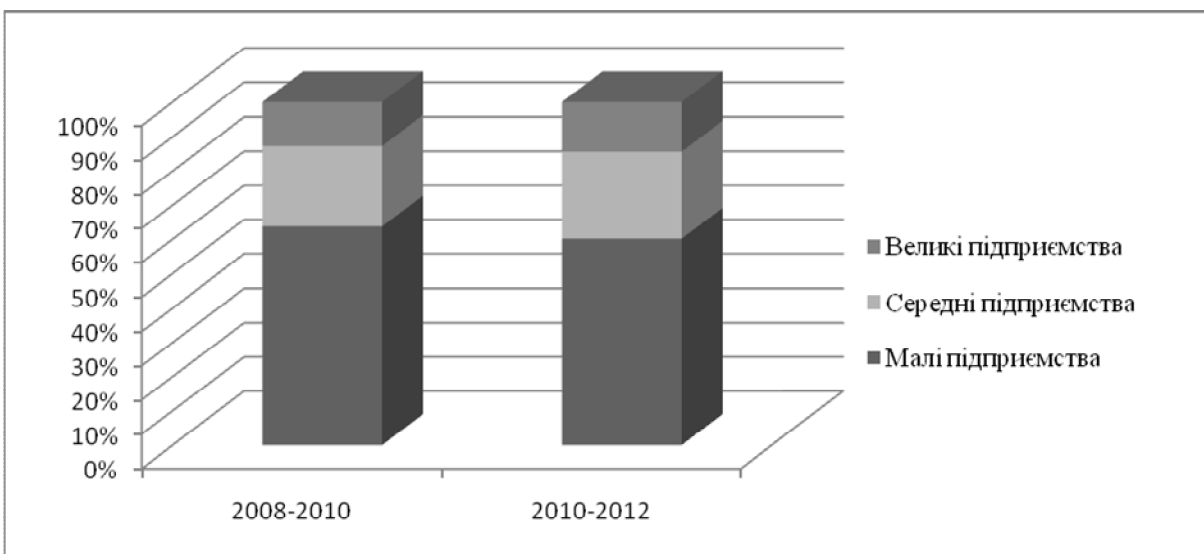


Рис. 3. Розподіл інноваційно активних підприємств за розміром

Велика частка малих форм організації бізнесу у загальному обсязі інноваційно активних підприємств зумовлена перевагами їх порівняно з великими чи середніми підприємствами. Це зокрема [4, с. 249; 6]:

- відсутність бюрократизму в розгляді різного роду управлінських питань;
- готовність до ризику, швидка апробація висунутих оригінальних пропозицій;
- через обмеженість фінансових коштів малий бізнес зацікавлений у прискореному розробленні технічних проектів;
- коротка тривалість інноваційного циклу;
- прямі і персональні контакти з партнерами;
- висока мотивація праці;
- низький рівень непрямих витрат;
- такі підприємства не вимагають значних інвестицій і залучення значних матеріальних, трудових та енергетичних ресурсів.

Малі підприємства мають високий рівень гнучкості та оперативності у прийнятті рішень, адже переважно управління малим підприємством та ведення ним інноваційної діяльності здійснює та регулює лише керівник. Такий підхід дає змогу швидко реагувати на виклики зовнішнього середовища та переорієнтовувати бізнес.

Прямі і персональні контакти з партнерами та клієнтами дають змогу чітко знати, який продукт чи послуга користуються попитом на ринку. Такі контакти є своєрідним маркетинговим дослідженням. Вони дозволяють малим підприємствам в умовах обмеженості фінансових ресурсів виготовляти чи надавати ті товари та послуги, які готовий придбати споживач.

Внаслідок значної кількості переваг у сфері інноваційної діяльності малі підприємства часто є генераторами інноваційних розробок для великих компаній, які замість того, щоб перейняти досвід і впровадити у своїй діяльності, купують мале підприємство, реорганізуючи його у черговий інноваційний підрозділ. Прикладом такого поглинання є всесвітньо відомий пошуковий гігант Google, який володіє такими малими інноваційними підприємствами [9, 10]:

1) Nest Labs – компанія, яка розробляє та виготовляє елементи “розумного” дому: сенсорно керовані, підключені через бездротову мережу Wi-Fi, самонавчальні програмовані термостати та детектори диму, яка 14 січня 2014 року була придбана компанією Google за 3,2 млрд. дол.

2) Spider.io – компанія, розробки якої дають змогу запобігти фальсифікаціям під час обрахунку кількості переглядів реклами в мережі. Такі порушення можуть здійснюватись за допомогою персональних комп’ютерів, ноутбуків, смартфонів, які генерують мільярди фальшивих переглядів рекламних оголошень[11].

3) компанія Redwood Robotics, інноваційною розробкою якої стали робототехнічні руки, які повинні бути дешевими, легкими у встановленні і розроблені з метою застосування людьми у своїх повсякденних турботах. Також цю розробку можна застосовувати у лабораторіях для проведення наукових досліджень[12].

Проте не всі малі інноваційні підприємства досягають успіху після того, як стають частиною великої компанії. Так, наприклад, сервіс обміну миттєвими повідомленнями Meebo після поглинання компанією Google 12 липня 2012 року був закритий [13]. Це свідчить про те, що не завжди інноваційна розробка може бути успішною.

Варто зазначити, що поруч з перевагами малий бізнес має і недоліки порівняно з великими та середніми підприємствами, які стримують його інноваційну активність, а саме[5, с. 226]:

- низький професійний рівень менеджменту;
- незначні можливості зовнішнього фінансування, зокрема кредитування;
- обмежені можливості диверсифікації виробничого профілю;
- високий рівень ризику в підприємницькій діяльності, незначний рівень поділу праці і спеціалізації робочих місць;
- обмежені можливості задоволення масштабного попиту;
- персоніфікована відповідальність за фінансові результати.

Управління малим підприємством, яке здійснюється лише одним керівником, забезпечує йому мобільність та гнучкість, проте, можуть виникнути інші проблеми, якщо цей керівник не має достатньо знань у сфері менеджменту.

Вузька спеціалізація малого бізнесу та його напрямленість на окремі сегменти ринку не дають змоги диверсифікувати свій виробничий профіль, надавати клієнту можливість обрати серед великого асортименту свою продукцію. У цій сфері малий бізнес програє великому, адже не може забезпечити масштабного виробництва своєї продукції, що, своєю чергою, впливає на рівень цін.

Опитуючи підприємців малого бізнесу, ми визначили такі стримувальні фактори інноваційної діяльності [6]:

- проблеми фінансового характеру: нестача власних коштів підприємств, ускладненість залучення фінансових ресурсів з ринкових джерел (зокрема, жорсткі умови кредитування, недостатня фінансова підтримка з боку держави, складність процесу залучення інвесторів);

– проблеми організаційно-комунікаційного характеру: нерозвинутість ринку технологій; незрілість інноваційної інфраструктури, що має надавати посередницькі, інформаційні, юридичні, експертні, фінансово-кредитні та інші послуги; недоліки нормативно-правової бази інноваційної діяльності; відсутність умов для налагодження коопераційних зв'язків з іншими суб'єктами інноваційного процесу;

– проблеми інформаційного характеру: відсутність (або недоступність) систематизованої інформації про нові технології, що мають потенціал комерціалізації, а також про стан та прогнозні оцінки кон'юнктури ринків збуту інноваційної продукції;

– проблеми внутрішньовиробничого характеру: низький інноваційний потенціал підприємства, нестача кваліфікованого технічного та управлінського персоналу на фоні незрілості консалтингової та інжинірингової інфраструктур;

– проблеми ринкового характеру: висока вартість нововведень, невизначеність строків інноваційного процесу, значний економічний ризик інноваційної діяльності, тривалі строки окупності нововведень, низький платоспроможний попит на вітчизняну інноваційну продукцію.

На нашу думку, ключовою проблемою є саме можливість зовнішнього фінансування діяльності підприємства. Часто інноваційні проекти на такому типі підприємств фінансуються за кошти власників. Для цієї ситуації важливим є проведення попереднього дослідження результативності інноваційної розробки і обґрунтування доцільності вкладення обмежених коштів саме у цей проект.

Для вирішення вищезгаданих проблем в Україні за Законом України “Про інноваційну діяльність” пропонуються такі шляхи [13]:

– визначення і підтримка пріоритетних напрямів інноваційної діяльності державного, галузевого, регіонального і місцевого рівнів;

– формування і реалізація державних, галузевих, регіональних і місцевих інноваційних програм;

– створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для підтримки і стимулювання інноваційної діяльності;

– захист прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності;

– фінансова підтримка виконання інноваційних проектів;

– стимулювання комерційних банків та інших фінансово-кредитних установ, що кредитують виконання інноваційних проектів;

– встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності;

– підтримка функціонування і розвиток сучасної інноваційної інфраструктури.

На відміну від декларації загальних вітчизняних підходів поживлення інноваційної діяльності, в інших державах підтримка інноваційної діяльності малих підприємств здійснюється у більш практичній сфері: діють спеціальні програми, установи, центри, які надають інформаційну та фінансову підтримку компаніям під час реалізації конкретних інноваційних проектів. Так, в країнах Євросоюзу існують такі основні напрямки інноваційної політики [14]:

– розробка єдиного антимонопольного законодавства;

– використання системи прискореної амортизації устаткування;

– пільгове оподаткування НДДКР;

– заохочення малого наукомісткого бізнесу;

– пряме фінансування підприємств для заохочення інновацій у сфері новітньої технології;

– стимулювання співробітництва університетської науки і фірм, що виробляють наукомістку продукцію.

У США для підтримки інноваційної активності малих підприємств було розроблено програму SBIR (Small Business Innovation Research або “Інноваційні дослідження малого бізнесу”). Програму координує Адміністрація малого бізнесу. У ній зосереджені позабюджетні кошти обсягом 2,5 % від загальних дослідницьких бюджетів всіх федеральних агентств, з мобільною можливістю відразу скерувати гранти в малий бізнес. Як правило, згідно із щорічними звітами, понад половини коштів припадає на підприємства з чисельністю менше 25 осіб, а третина – на фірми з чисельністю менше

10 осіб. 13 % від загального числа компаній – нові або ті, які вперше отримали гранти за різними напрямками. 7 % підприємств належать жінкам [15].

SBIR – програма, яка підтримує малий бізнес та стартап компанії у сфері інноваційної діяльності. В рамках програми передбачено фінансування у сумі до 150 тисяч доларів, причому ці кошти надають на дослідження економічної доцільності впровадження бізнес-проекту, науково-дослідні та інженерно-конструкторські роботи. В рамках виконання бізнес-проекту як ментори залучаються провідні експерти в сфері бізнесу, юристи, технічні експерти, що допомагають успішно впровадити проект [16].

Такі відмінності між системою підтримки інноваційного бізнесу в Україні та за кордоном дають змогу визначити напрями підвищення рівня державної підтримки інноваційної діяльності малих підприємств (рис. 4).

Наведені напрями підвищення рівня державної підтримки інноваційної діяльності малих підприємств можуть бути прийнятними за умови активізації зусиль усіх органів державної влади на їх досягнення. Проте, враховуючи сучасну економічну та політичну ситуацію в країні, для керівництва держави інноваційний розвиток малих підприємств не є пріоритетом, тому керівники малих інноваційних підприємств повинні розраховувати лише на власні сили.



Рис. 4. Напрями підвищення рівня державної підтримки інноваційної активності малих підприємств [17]

У наукових дослідженнях пропонується багато практичних способів підвищення рівня інноваційної активності малих підприємств, зокрема [18; 19; 20]:

1) залучення до інноваційних розробок усіх працівників компанії. Зазвичай інноваційні ідеї пропонують маркетологи, графічні дизайнери та інші “креативні” особи. Таке обмеження стримує виникнення нових ідей у звичайних працівників. Саме тому об’єднання зусиль усіх працівників дасть змогу краще виділити проблеми та розробити шляхи їх вирішення і відшукати нові, інноваційні шляхи розвитку підприємства;

2) вивчення потреб клієнтів. Проведення опитувань клієнтів, використання фокус-груп, дослідження ринку допоможуть знайти “слабкі місця” у діяльності підприємства та розробити нові, інноваційні ідеї;

3) ретельне дослідження усіх інноваційних ідей. Перш ніж виготовляти новий вид продукту, варто дослідити, чи потрібен він ринку. Після виникнення нової ідеї необхідно визначити можливість її втілення, прибутки від її реалізації та збитки. Слід розподілити свої ресурси і скерувати частину з них на ті розробки, які окупляться негайно, а іншу частину на ті, які принесуть прибутки в майбутньому, але дадуть змогу завоювати більшу частку ринку;

4) вбудовування інновацій у стратегію компанії. Якщо бізнес має чітку, унікальну стратегію, він буде інноваційним. М’які стратегії, такі як “бути краще”, не забезпечують шлях до інновацій, тоді як чіткі стратегії, такі як “бути лідером на ринку технологій мобільного зв’язку”, “побудувати найбезпечніші автомобілі в світі” або “доставити що завгодно і де завгодно” зроблять підприємство інноваційним та успішним;

5) автономія працівників. Поряд з командною роботою автономія працівників є ключовим компонентом їх інноваційної активності. Надання працівникам чітких цілей і водночас свободи дій створює сприятливий ґрунт для розроблення інноваційних ідей. Використання таких принципів у діяльності своєї компанії допоможе створити необхідну атмосферу, підґрунтя для інноваційної діяльності. Проте усе залежатиме від готовності працівників розробляти нові ідеї та впроваджувати їх у свою діяльність.

Висновки

1. Одними із основних виробників інноваційних розробок в Україні представники малих форм підприємницької діяльності.

2. У контексті забезпечення ефективності інноваційної діяльності малі підприємства мають як переваги (гнучкість, мобільність, прямий контакт з клієнтами, готовність до ризику, висока мотивація тощо), так і недоліки (фінансові проблеми, обмеженість диверсифікації та масштабованості виробництва, низький професійний рівень керівництва та інші) порівняно з великими чи середніми підприємствами.

3. Рівень державної підтримки інноваційної діяльності загалом і зокрема малих підприємств є недостатнім, а його покращення можливе завдяки розвитку інноваційної активності підприємницького сектору та удосконалення інституційно-правового забезпечення інноваційної діяльності.

4. Дієвими способами підвищення інноваційної активності підприємства на сучасному етапі є активізація діяльності в цьому напрямку безпосередньо самих підприємств, а саме: об’єднання зусиль усіх працівників та надання їм автономії у своїй діяльності, вивчення потреб клієнтів, дослідження та обґрунтування інноваційних ідей, органічне вмонтовування інновацій у стратегію розвитку підприємства.

5. Для активізації інноваційної діяльності малих підприємств в Україні необхідними кроками є: реалізація спеціальних програм інноваційного розвитку, формування інноваційної інфраструктури, налагодження тісної співпраці між науковими закладами та підприємствами на основі комерціалізації, розроблення та впровадження дієвого алгоритму фінансового забезпечення інноваційної діяльності.

Перспективи подальших досліджень

Як було вище зазначено, однією з ключових проблем забезпечення інноваційної діяльності малих підприємств є обмеженість фінансових ресурсів. Тому доцільним буде подальше дослідження способів фінансування інноваційних проектів.

1. Шумпетер Й. *Теория экономического развития* / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1992.
2. Баумол У. *Предпринимательство, инновации и рост: симбиоз Давида и Голиафа* / У. Баумол // *Проблемы теории и практики управления*. – 2005. – № 2. – С. 6–12.
3. *Україна піднялась на 16*

позицій у рейтингу інноваційних країн. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/uk/article/ekonomika/ukrayina-pidnyalas-na-16-rozyciu-u-reytingu-innovatsiyukrayin>. 4. Захарченко В. І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки [Текст]: навч. посіб./ В. І. Захарченко, Н. М. Корсікова, М. М. Меркулов. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 448 с. 5. Стельмащук А. М. Державне регулювання економіки [Текст: навч. посіб. / А. М. Стельмащук. – Тернопіль : Економічна думка, 2000. – 315 с. 6. Васильців Т. Г. Економіка малого підприємства : навч. посіб. [Електронний ресурс]/ Т. Г. Васильців, О. І. Іляш, Н. Г. Міценко ; за ред. д-ра екон. наук Т. Г. Васильціва. – К. : Знання, 2013. – 446 с.– Режим доступу: http://pidruchniki.com/1212110860954/ekonomika/innovatsiyi_malomu_biznesi_klasifikatsiya_innovatsiyi_a_diyalnist_malogo_pidpriyemstva. 7. Міценко Я.О. Аналіз розвитку інноваційної діяльності малих підприємств / Я.О. Міценко // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – №3. – С. 19–22. 8. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> 9. Templeman M. Innovation: small businesses live it, big businesses buy it/ M. Templeman// Entrepreneur [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.entrepreneur.com/article/%20231962>. 10. Nest Labs [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Nest_Labs. 11. Google приобрела компанию Spider.io для предотвращения мошенничества в рекламном бизнесе. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.3dnews.ru/#page_805945. 12. Why is Google building a robot army? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.digitaltrends.com/cool-tech/google-see-robots-anyway/>. 13. Закон України “Про інноваційну діяльність” (остання редакція від 05.12.2012р.) // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – С.266. 14. Стеченко Д. М. Державне регулювання економіки: навч. посіб. [Електронний ресурс]/ Д. М. Стеченко. 3-тє вид., випр. – К.: Знання, 2006. – Режим доступу: <http://readbookz.com/book/155/4479.html>. 15. Хождение по мукам инноваций. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nvo.ng.ru/armament/2012-09-21/10_innovacii.html. 16. Інноваційний бізнес у США, чи далеко ми позаду? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blog.liga.net/user/utrachuk/article/6039.aspx>. 17. Скрипко Т. О. Підвищення ефективності економіки за допомогою удосконалення інструментів державного регулювання інноваційної активності бізнесу / Т. О. Скрипко [Електронний ресурс] // Електронне наукове фахове видання “Ефективна економіка”. – 2014. – № 6. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3105>. 18. The Seven Essential Characteristics of Innovative Companies. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.jpbc.com/creative/immutable_innovation.php?topic=creative. 19. Five ways to make your company more innovative. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hbswk.hbs.edu/item/6982.html>. 20. How to make your company more innovative. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.futurpreneur.ca/en/resources/known-your-market/articles/how-to-make-your-company-more-innovative/>.

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ У ПРОЕКТАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

© Немий С. В., Нема О. С., 2015

Розглянуто особливості оцінювання ефективності у проектах модернізації виробничо-технічної бази автотранспортних підприємств на основі розрахунку дисконтованого терміну окупності. Запропоновано формули для розрахунку складових грошових потоків, які формуються в результаті реалізації таких інвестиційних проектів.

Ключові слова: автотранспортне підприємство, виробничо-технічна база, проект, інвестування, модернізація, економічна ефективність, чистий прибуток, термін окупності.

S. V. Nyemyy¹, O. S. Nyema²

¹National University Lviv Polytechnic,
Department of Vehicle Repair and Maintenance,

²Lviv Regional Institute of Public Administration of National Academy for Public Administration
under the President of Ukraine, Project Management Department

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS IN PROJECTS MODERNIZATION OF PRODUCTION AND TECHNICAL BASE OF MOTOR TRANSPORT ENTERPRISES

© Nyemyy S. V., Nyema O. S., 2015

Features evaluation of the efficiency of modernization projects of production and technical base of motor transport enterprises by calculating the discounted payback period are considered. The formulas for calculating the components of cash flows generated as a result of investment projects are proposed.

Key words: motor transport enterprise, production and technical base, project, investment, modernization, economic efficiency, net income, payback period.

Постановка проблеми

Для забезпечення високої конкурентоспроможності автотранспортних підприємств (АТП) в Україні велике значення має якість виконуваних ними перевезень пасажирів і вантажів. Якість перевезень передбачає, насамперед, доставку пасажирів і вантажів згідно із спланованими термінами (графіком), належний комфорт пасажирів і збереженість вантажів, гарантування безпеки руху автотранспортних засобів (АТЗ), а також прийнятні для замовників тарифи на перевезення.

Висока аварійність на дорогах країни, низька якість перевезення пасажирів і вантажів у останні десятиліття свідчать про стагнаційні явища в системі технічної експлуатації АТЗ та дають підстави вважати, що на сучасних АТП в Україні відсутній належний рівень технічного

обслуговування (ТО) і поточного ремонту (ПР) АТЗ, зокрема і через відсутність сучасного технологічного обладнання для їх ефективного проведення. Тому вітчизняні АТП потребують вкладення інвестицій для удосконалення і приведення активної частини виробничих основних засобів у стан, що відповідає сучасному технологічному рівню.

Під час техніко-економічного обґрунтування проекту модернізації виробничо-технічної бази (ВТБ) важливого значення набуває визначення економічної ефективності такої інвестиційної операції. Водночас оцінювати ефективність капітальних вкладень необхідно, враховуючи специфіку функціонування АТП.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Методи розрахунку економічної ефективності від впровадження технічних заходів на АТП потребують інформаційної бази для порівняння і визначення вихідних техніко-економічних та інших показників, на які впливають ці заходи, а також даних про їх зміну після впровадження. Для цього необхідно привести до порівняльного вигляду варіанти виробництва до і після впровадження заходів, розрахувати витрати на їх реалізацію, а також економічну ефективність від їх впровадження [1]. Загалом визначення економічної ефективності від впровадження на АТП технічних заходів вимагає великого обсягу розрахунків через необхідність урахування всіх складових дохідної і витратної частин проекту.

Значення показника ефективності капітальних витрат вважається прийнятним, якщо воно не є меншим від нормативного коефіцієнта ефективності, встановленого для галузі чи цього підприємства [1]. В сучасних умовах нормативний коефіцієнт ефективності дорівнює нормі дисконтування (процентній ставці інвестицій), величина якої приймається залежно від конкретних умов (як правило, відповідає обліковій процентній ставці Національного банку України) [2]. Розмір процентної ставки інвестицій ґрунтується в основному на рівні віддачі, які ці вкладення можуть принести інвесторам, а сама ставка визначається цілями та напрямками інвестування.

У монографії [3] викладено методологічні основи моделювання інвестиційного процесу. Для визначення ефективності інвестування обґрунтовано доцільність застосування системи економетричних і константних показників. Показано практичне використання константного показника “інвестиційна норма прибутку” для управління ефективністю інвестиційного процесу на мікро- і макрорівнях.

У роботі [4] зазначено, що для підприємства важлива не тільки собівартість продукції, але й запобігання невиправданими витратами, яких можна було б уникнути. Враховуючи це та зважаючи на вимоги забезпечення конкурентоспроможності, одним із найважливіших завдань є модифікація методології обліку витрат і калькулювання собівартості кінцевої продукції чи послуг.

У роботі [5] вказано, що калькулювання витрат на основі виробничої діяльності сприяла розробленню стратегії цільового калькуляції витрат, яку запропонували японські компанії, а згодом втілили в практичну діяльність підприємств США і Європи. Основна ідея калькуляції витрат на основі виробничої діяльності ґрунтується на тому, що лише 15–20 % всієї повної собівартості продукту становлять витрати технологічного процесу. Ці положення і сформулювали стратегію безперервного удосконалення виробничої діяльності, зокрема і калькулювання витрат із метою її безперервного поліпшення [4].

Із наведеного випливає, що для успішної виробничої і економічної діяльності підприємства необхідно постійно детально обліковувати всі витрати, пов'язані із його функціонуванням. Ці дані будуть інформаційною базою для всіх подальших техніко-економічних розрахунків, наприклад, оперативного визначення вартості транспортних послуг, враховуючи заданий плановий рівень рентабельності на АТП, зокрема й під час оцінювання ефективності інвестицій для модернізації ВТБ чи впровадження окремих технічних заходів на АТП.

Постановка цілей

Метою статті є розкриття особливостей розрахунку економічної ефективності в проектах модернізації ВТБ і впровадження окремих технічних заходів на АТП на основі планового рівня рентабельності перевезень, враховуючи специфіку функціонування АТП – зменшення часу простою рухомого складу в ТО і ПР. Це сприятиме збільшенню коефіцієнта випуску рухомого складу на

лінію (коефіцієнта використання парку), що є основним чинником збільшення обсягів перевезень та, відповідно, прибутку підприємства.

Виклад основного матеріалу

Мету інвестування для модернізації ВТБ АТП у системному зв'язку з вирішенням конкретних завдань наведено на рис. 1.

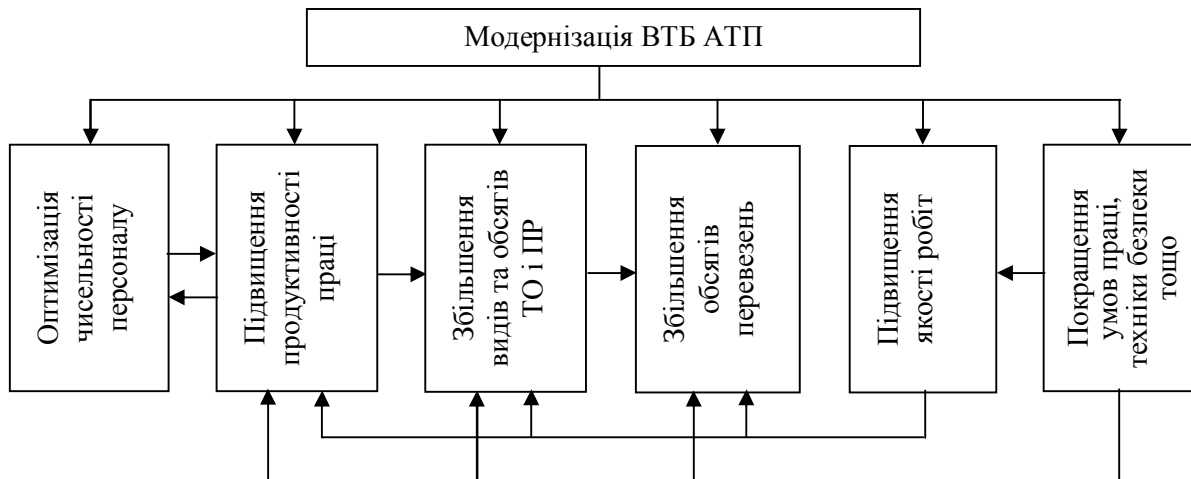


Рис. 1. Системний зв'язок мети інвестування із вирішенням виробничих завдань

Підвищенням продуктивності праці можна оптимізувати чисельність виробничого персоналу, збільшивши при цьому потенційні можливості АТП у виконанні ТО і ПР власними силами. Збільшенням видів й обсягів ТО і ПР розширюють номенклатуру робіт, виконуваних власними силами АТП, зменшують тривалість простою рухомого складу в ТО і ПР та, відповідно, зменшують собівартість вказаних робіт і збільшують обсяги перевезень. Підвищення якості робіт на основі впровадження на АТП ефективної системи управління якістю сприяє збільшенню обсягів перевезень та зниженню непродуктивних витрат під час виконання ТО і ПР. Аналогічним є вплив заходів із покращення умов праці, техніки безпеки, промислової санітарії тощо.

Підвищують економічну ефективність діяльності АТП оптимізацією основних показників, взаємозв'язок яких наведено на рис. 2.

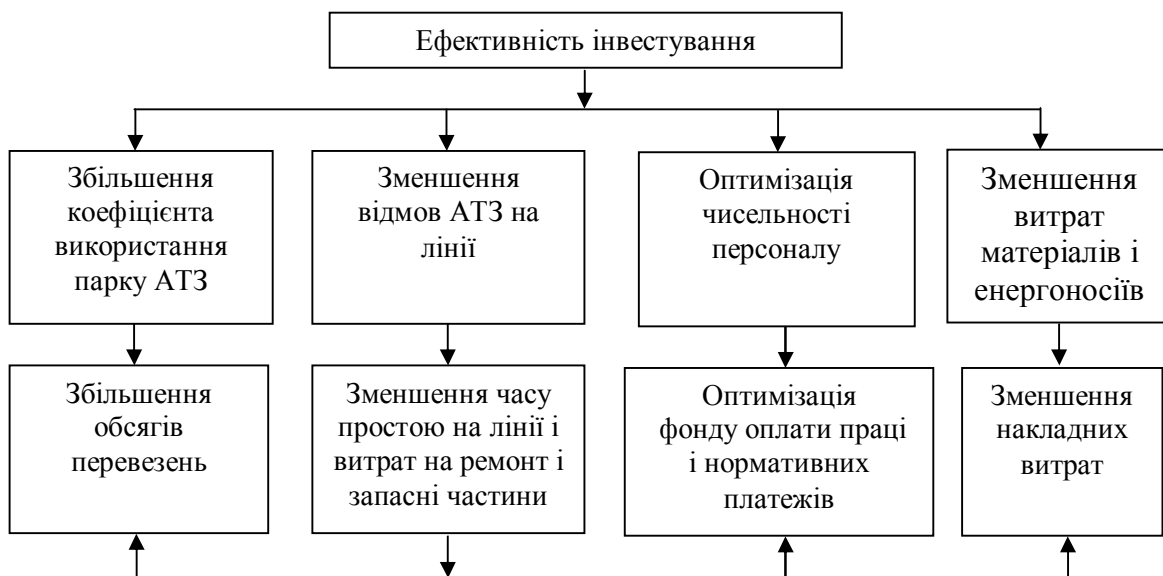


Рис. 2. Основні показники, що відображають ефективність інвестування

Водночас, як бачимо на рис. 2, модернізація виробничих підрозділів АТП не завжди призводить до збільшення обсягів перевезень. Так, оптимізація чисельності персоналу (рис. 1) загалом може не впливати на збільшення транспортної роботи. У такому випадку економічна ефективність та терміни окупності технічних заходів визначаються відомими методами шляхом співвідношення розмірів інвестицій (первісних витрат), поточних витрат і відповідної економії коштів завдяки впровадженню цих заходів.

Однак в аспекті ефективності першочерговими є технічні заходи, впровадження яких призводить до збільшення коефіцієнта використання парку АТЗ. Ефективність реалізації таких заходів на АТП визначається збільшенням обсягів перевезень внаслідок скорочення термінів виконання ТО і ПР, підвищення якості робіт та покращення умов праці.

Річний обсяг транспортної роботи, виконаний АТП під час вантажних перевезень, визначають за формулою [1]

$$P = A_c D_p T_n V_e q \gamma_\beta \alpha_s, \quad (1)$$

де P – обсяг транспортної роботи, т-км; A_c – чисельність рухомого складу АТП; D_p – кількість робочих днів у році; T_n – середній час у наряді, год; V_e – приведена експлуатаційна швидкість руху АТЗ, км/год; q – приведена номінальна вантажність автомобіля, т; γ_β – коефіцієнт динамічного використання вантажності; β – коефіцієнт використання пробігу; α_s – коефіцієнт використання парку АТЗ.

Аналогічно для пасажирського АТП кількість перевезених пасажирів упродовж року [6]:

$$Q = A_c D_p q_n \gamma_c \eta \beta \alpha_s T_n / T_p, \quad (2)$$

де Q – кількість перевезених пасажирів упродовж року; q_n – приведена номінальна пасажиромісткість автобуса; γ_c – коефіцієнт статичного використання пасажиромісткості; η – коефіцієнт змінності пасажирів; T_p – середня тривалість рейсу, год.

Як впливає із формул (1 і 2), за сталих клієнтури та умов перевезень (стабільний вид вантажів, маршрутів їх доставки й обслуговуваної пасажирської мережі), типу транспорних засобів і режиму роботи підприємства практично єдиним показником, що впливає на обсяги перевезень, є коефіцієнт використання парку АТЗ (випуску на лінію) α_s :

$$\alpha_s = \frac{A D_e}{A D_e + A D_p + A D_n}, \quad (3)$$

де $A D_e$ – автомобіле-дні експлуатації автомобілів упродовж року; $A D_p$ – автомобіле-дні простою автомобілів у ремонті впродовж року; $A D_n$ – автомобіле-дні простою автомобілів у справному стані з організаційних причин впродовж року.

У будь-якому випадку економічної ефективності від впровадження у технологічний процес ТО і ПР нових технічних засобів очікують завдяки зменшенню тривалості простою АТЗ під час ТО і ПР (зокрема і завдяки зменшенню кількості ремонтів). Це, своєю чергою, впливатиме на збільшення коефіцієнтів технічної готовності та випуску АТЗ на лінію і, відповідно, збільшення прибутку АТП завдяки зростанню обсягів перевезень.

Отже, при зменшенні автомобіле-днів простою АТЗ у ремонті на величину $\Delta A D_p$ на цю саму величину збільшаться автомобіле-дні їх експлуатації. Тобто за формулою (3), прийнявши автомобіле-дні простою АТЗ у справному стані з організаційних причин $A D_n$ незмінними, для річного періоду експлуатації можна записати [7]:

$$\alpha'_s = \frac{A D_e + \Delta A D_p}{(A D_e + \Delta A D_p) + (A D_p - \Delta A D_p) + A D_n} = \frac{A D_e + \Delta A D_p}{A D_e + A D_p + A D_n} = \frac{\alpha_s A D_i + \Delta A D_p}{A D_i}, \quad (4)$$

де α_s і α'_s – відповідно, коефіцієнти випуску АТЗ на лінію до і після впровадження технічного заходу; $A D_i = A_c D_p = (A D_e + A D_p + A D_n)$ – інвентарні автомобіле-дні на АТП упродовж року.

Зменшення автомобіле-днів простою АТЗ у ТО і ПР можна визначити за формулою

$$\Delta A D_p = A D_{\text{топр}} - A D'_p, \quad (5)$$

де $A D_{\text{топр}}$ – середньостатистична (нормативна) для даного підприємства тривалість простою АТЗ у відповідних видах ТО і ПР до реалізації проекту, автомобіле-дні; $A D'_p$ – розрахункова тривалість простою АТЗ у ТО після реалізації проекту, автомобіле-дні.

Нормативну тривалість простою автомобілів у всіх видах ТО і ПР для певного підприємства необхідно визначати за результатами опрацювання відповідних статистичних даних, тобто за результатами систематичного обліку витрат (трудомісткості) на конкретні види ТО і ПР.

Очікуване збільшення обсягу перевезень визначають за формулами [7]:

$$- \text{для вантажних перевезень} - \Delta P = A_c D_p T_n V_e q \gamma \beta (\alpha_v' - \alpha_e), \quad (6)$$

$$- \text{для пасажирських перевезень} - \Delta Q = A_c D_p q_n \gamma_\partial \eta \beta (\alpha_v' - \alpha_e) T_n / T_p. \quad (7)$$

Річний дохід від збільшення обсягу перевезень розраховують як добуток збільшеного обсягу перевезень на тарифну вартість (ціну) перевезення за 1 т-км або тарифної вартості квитка за поїздки в автобусі при вантажних і пасажирських перевезеннях відповідно.

Витрати, пов'язані із модернізацією ВТБ АТП, складаються з інвестиційних (початкових) і поточних витрат. Останні забезпечують належне функціонування підприємства і експлуатаційні витрати при збільшенні обсягів перевезень. Структуру витрат у системному зв'язку із джерелами фінансування наведено на рис. 3.



Рис. 3. Структура витрат, пов'язаних із модернізацією ВТБ АТП, у системному зв'язку з джерелами фінансування

Плануючи додаткові обсяги перевезень, розраховують собівартість перевезень та тарифи на них. При цьому для розрахунку тарифів необхідно виходити із планового рівня чистої рентабельності, прийнятої на АТП при розрахунку його трансфінплану на поточний період.

Тоді чистий прибуток від збільшення обсягу перевезень можна визначити за формулою [7]

$$П_p = \alpha D \left(1 - \frac{\alpha}{R_v + \alpha} \right), \quad (8)$$

де $\alpha = 1 - \alpha_n/100$; α_n – норматив податку на прибуток, %; D – річний дохід від збільшення обсягу перевезень; R_v – чиста рентабельність перевезень.

Водночас для адекватного оцінювання ефективності інвестування необхідно враховувати концепцію вартості грошей у часі, яка ґрунтується на таких принципах: ефективність використання інвестованого капіталу оцінюється шляхом порівняння грошового потоку, який формується в процесі реалізації інвестиційного проекту та початкових інвестицій; інвестований капітал, як і грошовий потік приводиться (дисконтується) до базового розрахункового періоду [8]. Отже, сутність методів оцінки базується на такій схемі: початкові інвестиції ($ГП_0$) генерують грошовий потік $ГП_1, ГП_2, \dots, ГП_T$ (де T – кількість періодів реалізації проекту). Інвестиції вважаються ефективними, якщо такий грошовий потік є достатнім для повернення початкової суми капітальних вкладень та забезпечення необхідної віддачі на інвестований капітал.

Зокрема, абсолютним показником ефективності капітальних вкладень є термін їх окупності (повернення), тобто час, упродовж якого маса прибутку, одержана у зв'язку з капітальними вкладеннями, зрівняється або перевищить суму капітальних вкладень. Його визначають діленням суми інвестицій на середній щорічний чистий дохід (у даному випадку – прибуток, який отримало підприємство внаслідок їх запровадження):

$$ТО = \frac{ГП_0}{П_p}, \quad (9)$$

де $ТО$ – термін окупності капітальних вкладень.

Варто зазначити, що розрахований так термін окупності є спрощеним показником. Він не враховує фактор часу, тобто суми чистого прибутку від збільшення обсягу перевезень, що отримуються у різний час, розглядаються як рівнозначні.

Тому більш обґрунтованим є метод визначення терміну окупності з урахуванням фактору часу. При використанні цього методу під терміном окупності розуміють тривалість періоду, впродовж якого відбувається повна компенсація інвестицій отримуваними надходженнями із дисконтуванням обох потоків за деякою дисконтною ставкою. Коли капітальні вкладення разові, а потік різночасних надходжень постійний (у даному випадку – чистий річний прибуток від збільшення обсягу перевезень), тоді з умов повної окупності за термін $ТО_0$ при заданій процентній ставці випливає:

$$ГП_0 = ГП \frac{1 - (1 + r)^{-ТО_0}}{r}, \quad (10)$$

звідси

$$ТО_0 = \frac{-\ln \left(1 - \frac{ГП_0}{ГП} r \right)}{\ln(1 + r)}, \quad (11)$$

де $ТО_0$ – дисконтований термін окупності капітальних вкладень; $ГП = П_p$ – середня очікувана величина одержуваних річних прибутків; r – процентна ставка (ставка дисконту).

Висновки

1. Запропоновано математичні моделі для оцінювання ефективності проектів модернізації ВТБ АТП завдяки зменшенню часу простою рухомого складу в ТО і ПР та відповідного збільшення коефіцієнта випуску АТЗ на лінію.

2. Для успішної економічної діяльності підприємства важливого значення набуває постійний системний облік продуктивних і непродуктивних витрат. Ці дані будуть статистичною базою для оперативного оцінювання доцільності впровадження проектів модернізації ВТБ та розрахунків їх ефективності.

3. Вибір конкретного критерію для висновку про ефективність проекту залежить від різноманітних чинників – наявності ринкової перспективи, існування обмежень на ресурси для фінансування проекту, коливань грошових потоків, можливості одержання прибутку тощо. Так, у випадку разових капітальних вкладень, а також потоку різночасних однакових надходжень оцінювання ефективності інвестицій доцільно проводити за допомогою визначення терміну їх окупності з урахуванням фактору часу.

Напрямки подальших досліджень

У процесі довгострокового планування і розроблення стратегій розвитку вітчизняних АТП подальші дослідження необхідно проводити у напрямках формалізації ефективних управлінських рішень щодо прийняття інвестиційних проектів із застосуванням не лише економічних, але й низки інших важливих критеріїв, узагальненого оцінювання інвестиційного розвитку таких підприємств тощо.

1. Лудченко О. А. *Технічна експлуатація і обслуговування автомобілів: організація, планування і управління* : підручник / О. А. Лудченко, Я. О. Лудченко. – 2-ге вид., перероб. – К. : Логос, 2014. – 462 с. 2. *Нормативний коефіцієнт ефективності* / Словник законодавчих термінів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1078.24085.0>. 3. Скворцов І. Б. *Ефективність інвестиційного процесу: методологія, методи і практика* : монографія / І. Б. Скворцов. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2003. – 312 с. 4. Шигіда С. А. *Еволюція теорії та практики обліку витрат* / С. А. Шигіда, І. М. Ломтєва, М. П. Сначов // Вісник Дніпропетровського національного ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – Дніпропетровськ : Вид-во Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – 2011. – Вип. 36. – С 318–324. 5. Каплан Р. С. *Сбалансованная система показателей. От стратегии к действию* / Р. С. Каплан, Д. П. Нортон ; [пер. с англ.]. – М. : ЗАО Олимп-Бизнес, 2003. – 320 с. 6. Афанасьев Л. Л. *Автомобильные перевозки* / Л. Л. Афанасьев, С. М. Цукерберг. – М. : Транспорт, 1973. – 320 с. 7. Немий С. В. *Розрахунок економічної ефективності від впровадження технічних заходів на автотранспортних підприємствах* / С. В. Немий, О. С. Нєма // Вісник Нац. ун-ту “Львівська політехніка”. – 2012. – № 725. – С. 328–332. 8. Маркарьян Э. А. *Инвестиционный анализ* : учеб. пособ. – М. : ИКЦ “МарТ” ; Ростов н/Д : Издательский центр “МарТ”, 2003. – 96 с. – (Серия “Экономика и управление”).

ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ З ВРАХУВАННЯМ РІВНЯ СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

© Новаківський І. І., 2015

Проаналізовано еволюцію методичних підходів у сфері формування системи управління підприємством. Показано, що сучасні методи в галузі теорії організацій продовжують динамічно розвиватися, але сфера їх застосування обмежена через відставання від вимог інформаційного суспільства. Тому на практиці вищий менеджмент часто використовує багатовекторний комплексний підхід, враховуючи власні емпіричні знання. Основним завданням у цій сфері залишається розроблення багатоцільового структуро-твірного інструментального комплексу для формування системи управління підприємством. Цей інструментальний комплекс повинен забезпечити повне і достатнє наповнення системи управління підприємством, підтримку стійкості її функціонування та утримання на траєкторії ефективного раціонального розвитку. Доведено, що система управління підприємством значно залежить від рівня розвитку інформаційної інфраструктури, яка трансформується у випадку переходу на вищий ступінь суспільно-економічного розвитку. Розроблено засади багатоцільового структуро-твірного інструментального комплексу, який дає змогу врахувати, з одного боку, узгоджену сукупність основних стратегічних цілей формування системи управління підприємством, а з іншого – можливості трансформації, враховуючи ступінь суспільно-економічного розвитку, на який орієнтується вищий менеджмент організації.

Ключові слова: система управління підприємством, інформаційна інфраструктура, багатоцільовий інструментальний комплекс, ступінь суспільно-економічного розвитку.

І. І. Novakivskyi

Lviv Polytechnic National University
Management of Organizations Department

PRINCIPLES OF FORMING ENTERPRISE COMPETITIVE MANAGEMENT SYSTEMS WITH THE ACCOUNT OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

© Novakivskyi I. I., 2015

The article analyzes the evolution of methodological approaches in the field of enterprise management systems formation. It is shown that modern methods used in the theory of organizations continue to develop dynamically, but their scope is limited because of lagging behind the requirements of the information society. Therefore, in practice the top management often relies on the complex multi-vector approach based on their empirical knowledge. The main objective in this area is the development of a multi-instrumental complex for the enterprise management system formation. This

instrumental complex should provide full and adequate enterprise management system content, support to its performance sustainability and retention of effective sustainable path of development. It is proved that the enterprise management system is highly dependent on the level of development of information infrastructure, which is significantly transformed when transferring to a higher degree of social and economic development. There are developed principles of this multi-purpose structure-generating tool complex, taking into account, on the one hand, an agreed set of key strategic objectives of the enterprise management system formation, and, on the other hand, the possibility of transformation based on the level of socio-economic development, to which the enterprise top management is oriented.

Key words: systems management, information infrastructure, multi-instrumental complex, level of socio-economic development.

Постановка проблеми

Можна стверджувати, що традиційні підходи теорії організацій виявилися неспроможними активно сприяти створенню конкурентоспроможних систем управління підприємствами (СУП) в Україні та ефективно використати численні інноваційні трансформації в інформаційній інфраструктурі протягом останніх десятиріч. Зростання ролі інформаційної інфраструктури пояснюємо тим, що сучасний розвиток СУП здебільшого опирається не стільки на класичні системні підходи до формування структури підприємств, а зумовлюється якісними впливами експоненційно зростаючого числа зовнішніх та внутрішніх організаційно-економічних взаємовідносин. Особливо слід підкреслити, що зростання обсягів використання нових інформаційно-комунікаційних технологій у бізнес-процесах ініціює стрибки якості взаємодії у межах розгорнутої інформаційної інфраструктури СУП. Саме тому без широкої інтеграції нових можливостей в СУП сучасний вітчизняний менеджмент опирається не на цільові науково обґрунтовані рішення, а на стихійно сформовані на основі короткострокового власного емпіричного досвіду керівництва. Як правило, такий стан менеджменту підприємства призводить до накопичення негативних ефектів, які в силу високої інформаційної насиченості мають здатність до синхронізації, продукуючи небажані синергічні ефекти. Отже, сучасні дослідження в галузі теорії організацій у розрізі трансформації інструментарію формування СУП мають першочергово спрямовуватися на переосмислення його змістовного наповнення з врахуванням особливостей конкретного ступеня суспільно-економічного розвитку суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Нові форми СУП почали інтенсивно формуватися внаслідок ускладнення соціально-економічного та інформаційного середовищ діяльності підприємств, яке розпочалося в другій половині ХХ століття внаслідок широкомасштабного впровадження технічних новацій в інформаційну інфраструктуру. Ці методи є достатньо загальними та ефективними для обмеженого класу завдань. Існуючі класичні підходи до теорії організацій, як правило, ґрунтуються на лінійних математичних методах, представлених у першій половині минулого століття в роботах В. Леонтєва, Л. Канторовича, В. Немчинова, В. Новожилова. В них, як правило, автори припускають, що зміни в лінійних системах при трансформаціях є кількісними без прояву нових якісних змін. Нові проблеми розвитку сучасних СУП досліджено в численних працях вітчизняних та зарубіжних учених-економістів, таких як Н. Гражевська [2], В. Дикань [3], В. Мандибура, Р. Камрасс, М. Кастельс, Г. Пасічник [2], А. І. Пушкар [8], Р. Сандретто, Д. Старк, К. Ульянов, Ф. Фукуяма, О. Амоша, А. Пилипенко [6], Л. Федулова [9] та ін. У цих працях досліджено моделі і методи формування СУП, узагальнено вітчизняний і зарубіжний досвід становлення й розвитку

корпоративних структур. Без сумніву, їх дослідження слід розширювати у напрямі розроблення інструментарію управління формуванням СУП, враховуючи умови становлення інформаційного суспільства.

Постановка цілей

Головне завдання статті – це виявлення залежності наповнення багатоцільового структурно-твірного інструментального комплексу для формування СУП з врахуванням ступеня суспільно-економічного розвитку на засадах структурогенезу. Поставлене завдання передбачає:

- визначення основних цільових вимог до СУП в умовах швидкого розвитку інформаційної інфраструктури;
- відображення найбільш істотних зв'язків і залежностей формування СУП залежно від ступеня суспільно-економічного розвитку;
- розроблення засад багатоцільового структурно-твірного інструментального комплексу для формування СУП.

Виклад основного матеріалу

1. Нові умови формування СУП. Вперше комплексний підхід до побудови організаційних структур управління було сформовано в рамках тектології [10]. Тектологію як наукову дисципліну розробив вчений-економіст О.О. Богданов у 20-ті роки ХХ століття, основні положення якої наведено в роботі “Тектологія: Загальнонаукова організаційна наука”. О.О. Богданов вперше здійснив спробу сформулювати комплекс найзагальніших законів організації. Тектологія як конструктивна наука вивчає феномени холізму, емерджентності та системного розвитку організаційних структур управління. В роботі наведено багато ідей, які пізніше популяризували Норберт Вінер у кібернетиці та Людвіг фон Берталанфі в загальній теорії систем.

СУП як складноорганізований системі, призначеній для взаємоузгодження діяльності великої сукупності суб'єктів і об'єктів управління, не можна жорстко нав'язувати шлях розвитку. Необхідно зрозуміти, як сприяти власним тенденціям розвитку кожного підприємства, як виводити СУП на оптимальні траєкторії оновлення. Отже, проблема керованого розвитку СУП трансформується в завдання організування самокерованого розвитку. Розкриваючи механізм подвійного взаємного регулювання, О. О. Богданов передбачив основну ідею кібернетики – ідею зворотного зв'язку (у тектології було введено поняття “біорегулювання”). Розбудовані основи теорії організацій донедавна достатньо повно і комплексно задовольняли потреби в теоретичному обґрунтуванні практичних підходів формування СУП.

Вивчення законів формування організації, їх дії на практику побудови, функціонування і розвитку СУП стає найважливішою передумовою інтенсифікації розвитку вітчизняних підприємств [1, 7]. Сьогодні слабо досліджено проблеми науково обґрунтованих підходів до проектування і створення СУП в умовах становлення інформаційного суспільства. А це, своєю чергою, призвело до переважання прийняття стихійних або вузькоспеціалізованих рішень сфері реформування СУП, які виявилися неспроможними забезпечити стабільний прогресивний розвиток організації. Внаслідок цього виникають різноманітні гібридні організаційні структури управління, які за браком напрацьованих методик містять різноманітні, а навіть й взаємовиключні організаційні підходи, а також привносять в СУП значну кількість внутрішніх суперечливих, надмірних або ослаблених функціональних зв'язків. Останнє не лише применшує ефективність функціонування підприємства, але і примушує витратити значні додаткові ресурси для стабілізації стану організації, збурення якого викликані рішеннями некоректно сформованої СУП.

Сучасна потреба акцентування уваги на проблемах розвитку СУП в умовах становлення інформаційного суспільства зумовлена специфікою організування бізнес-діяльності та пояснюється такими соціально-економічними причинами:

- подальшим укрупненням бізнесу і регіональної експансії;
- посиленням “м’якої” конкуренції бізнес-структур;
- повнотою охоплення споживачів, посилення зусиль для їх утримання;
- інтенсифікацією процесів конвергенції різногалузевих бізнес-напрямів;
- прискореним оновленням платформ інформаційних інфраструктур;
- підвищенням клієнто-орієнтованості і подрібненням сегментації ринків;
- перманентними загрозами виникнення суспільно-економічних криз;
- підвищенням рівня ризиків підприємницької діяльності внаслідок синергічних накладень

масових збурень;

- посиленням суспільно-економічної ролі інтернет-простору.

На нашу думку, практичне застосування законів теорії організацій має ґрунтуватися на багатоцільовому структуро-твірному інструментальному комплексі формування СУП. Наповнення цього комплексу повинно задовольняти такі правила:

- відображати загальні властивості складних соціально-економічних систем;
- не суперечити загальноприродничим законам розвитку, побудови і функціонування складних систем;
- уточнюватися і підтверджуватися як нагромадженими статистичними інформаційними даними, так і практичною діяльністю організацій;
- взаємоузгоджуватися і повно представляти несуперечливу модель функціонування і розвитку;
- не лише констатувати, але й бути інструментом прогнозування, вивчення, конструювання, моделювання;
- представляти повну сукупність у формі відкритої системи, щоб забезпечити подальший розвиток знань.

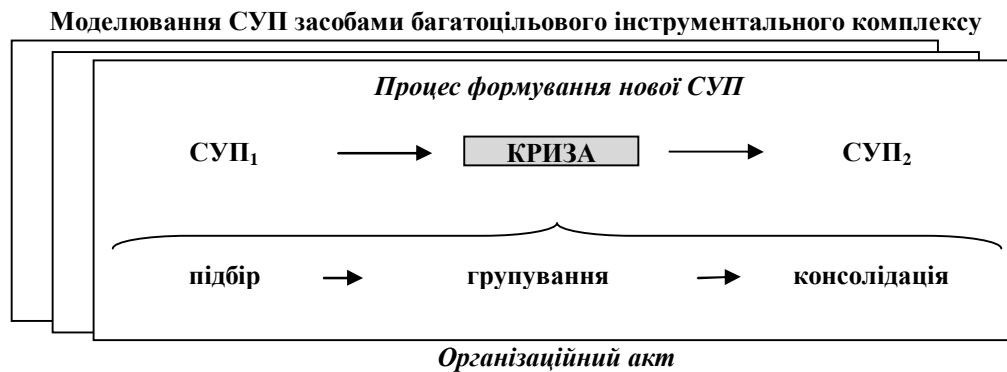
2. Аналіз напрямів розвитку СУП під впливом удосконалення інформаційної інфраструктури.

Дослідження розвитку СУП в сучасному розумінні зв’язує практику людської діяльності в її переході від однієї форми до іншої. Для вибору раціональних траєкторій розвитку СУП доцільно використовувати загальні логістичні підходи, що повинні узгоджуватися із загальними законами розвитку СУП, опиратися на загальні властивості складних систем, взаємно узгоджуватися, виявлятися і підтверджуватися на діючих моделях. Зважені рішення в сфері оновлення інформаційної інфраструктури СУП потрібно підтримувати через постійний моніторинг змінних уподобань задіяних учасників бізнес-процесів та періодичним ініціюванням продуманих інноваційних заходів. Широкий діапазон варіантів рішень реформування СУП зумовлений особливими інтересами задіяних груп суб’єктів. Тому, шукаючи резерви вдосконалення СУП, особливу увагу слід насамперед звернути на широкий спектр інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) з верифікованими стійкими зв’язками та з вбудованими вузлами інтелектуальної обробки. Слід зазначити, що в Україні в ближчому майбутньому розвиток технічної бази інформаційної інфраструктури відбуватиметься переважно завдяки відносно дешевим рішенням, а тому першочергово насамперед необхідно враховувати сегмент недорогих ІКТ. Так спільна діяльність отримає як зовнішній, так і внутрішній об’єктивний синергічний імпульс, що розподіляється на усі задіяні елементи СУП.

За минуле століття СУП істотно змінилися: значно частіше доводиться враховувати якісно нові зміни в системах, які характеризуються нелінійним і багатовекторним характером прояву. Найважливішим чинником локалізації збурень та нівелювання їх негативного впливу стає розвиток інформаційної інфраструктури підприємств. Підприємства, які ігнорують вплив розвитку інформаційної інфраструктури на СУП, неминуче відстають у темпах зростання порівняно з конкурентами, а тому можуть залишитися на другорядних ролях з низьким рівнем конкурентоспроможності.

Зазначимо, що ефективні моделі управління СУП можуть бути створені тільки для менш складних формалізованих систем, ніж потенційні можливості застосовуваного інструментарію моделювання, можливості якого визначають ступенем розвиненості інформаційної інфраструктури. Застосування нових організаційних моделей пов'язане з необхідністю верифікації та управління інтеграційними перетвореннями СУП. Цей процес наведено на рисунку.

практика людської діяльності → **Організаційне творення** → *практика людської діяльності*



Управління формуванням СУП

**Розробка автора*

Як бачимо з рисунка, перетворювати СУП слід за допомогою певного інструментального комплексу, призначеного для його моделювання. На основі аналізу можна виділити такі зведені цільові напрями удосконалення СУП: 1) формування ефективної структурно-твірної системи; 2) забезпечення її повної і достатньої функціональності; 3) підтримки стійкості функціонування; 4) утримання на траєкторії ефективного раціонального розвитку.

Такий підхід доцільно застосовувати тією мірою, наскільки він підпорядкований меті координації взаємопов'язаних цілей формування СУП та повно відображає зміст її функціонування. В рамках кожного структурно-твірного закону для організацій визначається певний набір закономірностей та принципів, кожен з яких є його частиною і може використовуватися самостійно. Принцип можна інтерпретувати як правило, відповідно до якого реалізують організаційну діяльність, досягають успіху, вирішують організаційні проблеми на основі методологічної визначеності. Об'єднання їх в єдиний багатоцільовий структурно-твірний інструментальний комплекс спрощує процедури інтерпретації законів та розширює сферу їх застосування із врахуванням специфіки конкретної організації.

Зазначимо, що моделювання в жодному випадку не може відобразити реальної СУП, а лише з певним рівнем деталізації та формалізації, яку допускає наявна інформаційна інфраструктура. Для вивчення та дослідження різних СУП часто використовують економіко-математичні моделі, за допомогою яких виявляють особливості функціонування реального підприємства чи окремої групи організацій, прогнозують поведінку через зміну будь-яких параметрів. Реальні СУП принципово не можуть бути змодельованими з абсолютною відповідністю до реального підприємства через невизначеність як внутрішніх чинників (наприклад, людського чинника), так і зовнішніх збурень. Зрозуміло, що з часом відбувається розширення інструментарію моделювання як за рахунок виявлення нових прикладних закономірностей, отриманих в рамках класичних напрацювань соціально-економічної сфери та відповідно адаптованих природничих наук, так і через збільшення потужності супроводу в рамках інформаційної інфраструктури. Рівень можливого застосування прикладних знань

визначально залежить від рівня розбудови інформаційної інфраструктури підприємства, в межах якої використовують інструменти математичних, природничих (фізико-біологічних) і соціально-суспільних наук. Однак класичні інструменти економіко-математичного моделювання не забезпечують сьогодні достатньо інформативних і надійних інструментів та моделей, спираючись на які можна було б ухвалювати ефективні управлінські рішення. Це підтверджується недосяжною сьогодні складністю побудови прикладних інструментів.

Основними завданнями в сфері формування СУП сьогодні є вдосконалення механізмів її формування за сучасними нелінійними підходами, багатокритеріальними кількісними математичними методами і високопродуктивними інформаційними технологіями. Простір моделювання СУП швидше топологічний, ніж чисельний. Тому все ширше використовують нові наукові розробки, наприклад, некартезіанську алгебру чи неевклідову геометрію, в рамках яких не виконуються загальноприйняті принципи класичної математики. Це зумовлено необхідністю глибших досліджень реальної організаційно-управлінської діяльності у всьому її багатстві і різноманітності, виявленні нових закономірностей життєдіяльності організації загалом з врахуванням впливу численних прогнозованих і випадкових зовнішніх чинників.

3. *Закономірності еволюції інструментального комплексу для формування СУП з врахуванням ступеня суспільно-економічного розвитку суспільства.* Інструментальний комплекс розвитку СУП мають: цілеспрямовано розвиватися; мати “відкритий вигляд”; опиратися на загальні властивості та взаємоузгоджуватися; їх ефективність має підтверджуватися на основі великих достовірних інформаційних масивів даних.

Ретроаналіз СУП показує, що акценти їх розвитку знаходяться в сильній взаємозалежності від орієнтації на суспільно-економічний ступінь розвитку, що можна підтвердити такими твердженнями.

- В індустріальному суспільстві бізнес орієнтувався в основному на жорсткі ієрархічні форми організаційних структур управління, на визначене стандартизоване коло завдань із чітко визначеними функціями.

- В постіндустріальному суспільстві бізнес орієнтується в основному на матричні форми організаційних структур управління, тобто на гнучкі структури з динамічним колом завдань із сильними механізмами внутрішнього регулювання на основі зворотних зв'язків.

- В інформаційному суспільстві бізнес-структури часто перебувають в стані віртуального проекту, коло завдань постійно змінюється в умовах інноваційної діяльності, часто приймаються нестандартні рішення.

Отже, можна сформувати основу багатоцільового структуро-твірної інструментального комплексу формування СУП залежно від суспільно-економічного ступеня розвитку. Порівняння засад формування ОСУП крізь призму багатоцільового структуро-твірної інструментального комплексу з врахуванням результатів ретроспективного аналізу в індустріальному, постіндустріальному й інформаційному суспільствах наведено у таблиці.

Багатоцільовий структуро-твірний інструментальний комплекс формування СУП

№ з/п	Цільові функції	Акценти розвитку СУП		
		Механістичний підхід (індустріальне суспільство)	Системний підхід (постіндустріальне суспільство)	Синергічний підхід (інформаційне суспільство)
1	Формування ефективної структурно-твірної системи	Управління елементами структур (поєднання методів аналізу і синтезу для ієрархічно впорядкованих структур)	Управління комунікаційно-структурним наповненням (співпорядкованість ієрархічних компенсацій)	Формування інформаційної інфраструктури як основи (підтримання техногенезу природного відбору)

№ з/п	Цільові функції	Акценти розвитку СУП		
		Механістичний підхід (індустріальне суспільство)	Системний підхід (постіндустріальне суспільство)	Синергічний підхід (інформаційне суспільство)
2	Забезпечення повної і достатньої функціональності	Раціональний підхід до функціональності (забезпечення необхідного числа ступенів свободи управлінських структур)	Забезпечення гнучкості системи (зростання ступеня вепольності системи, безперервне збільшення обсягу і числа корисних функцій)	Підтримка динамічної гнучкості (підтримка різноманітності Ешбі)
4	Підтримки стійкості функціонування	Підвищення структурної стійкості (усунення слабких ланок та розширення вузьких місць)	Мінімізація стохастичного впливу (кореляція параметрів управління з врахуванням коливального і циклічного характеру розвитку)	Підвищення рівня впорядкованості в умовах динамічного розвитку
5	Утримання на траєкторії ефективного раціонального розвитку	Оптимізація розвитку структури (мінімізація опору змінам)	Управління детермінованими моделями життєвих циклів з врахування випадкових збурень (управління життєвим циклом, мінімізація стохастичного впливу)	Управління на рівні динамічних моделей з розгалуженими рішеннями (визначення траєкторії розвитку з врахуванням ефекту біфуркацій)

*розробка автора

Багатоцільовий структуро-твірний інструментальний комплекс формування СУП оснований на загальних законах розвитку і функціонування складних систем. На основі цього інструментального комплексу слід розробляти стратегію та політику розбудови СУП конкретної організації, які реалізуються уповноваженими менеджерами на основі їх особистих переконань. В управлінні розвитком СУП беруть пряму чи опосередковану участь як суб'єкти організації, так і її бізнес-оточення. Можна виділити три групи функцій, спрямованих на удосконалення СУП: моніторинг стану бізнес-процесів і планування змін; вдосконалення СУП; координація і регулювання змін. Прийняті заходи можуть обмежуватися саморегулюванням чи адаптацією, а за потреби слід ініціювати процес реінжинірингу за наявності достатніх ресурсів для цих перетворень. Зазначимо, що координують керівні впливи на розвиток СУП, як правило, вищі управлінські структури та власники бізнесу, які повинні опиратися в своїх рішеннях на розроблений багатоцільовий структуро-твірний інструментальний комплекс.

Висновки

Застосування багатоцільового інструментального комплексу для моделювання й подальшого формування СУП у реальному житті забезпечить розуміння її діяльності у взаємозв'язку та на основі напрацьованого арсеналу закономірностей і принципів. На основі цього багатоцільового структуро-твірного інструментального комплексу можна коректно сформувати індивідуальну стратегічно орієнтовану політику розбудови СУП, яка реалізуватиметься уповноваженими менеджерами з урахуванням їх особистих переконань. Прийняті заходи можна обмежити саморегулюванням чи адаптацією, а за потреби слід проводити реінжиніринг при наявності достатніх ресурсів для цих перетворень. Ефективне застосування такого підходу може значно розширити базу застосування логістичних підходів для взаємоузгодженого реформування СУП, пов'язати планові заходи в єдиний комплекс у контексті мінливої ситуації, мінімізувати вплив збурювальних флуктуацій.

Незважаючи на широкий спектр структуротвірних проблем формування сучасних організацій, навіть для надскладних систем можна розробити чітку несуперечливу стратегію

реформування СУП з врахуванням готовності та розвиненості її складових та інформаційної інфраструктури. Зазначимо, що розроблені методичні підходи підкажуть умови, логіку, методи реформування, проте органічно зв'язувати їх у єдиний комплекс у контексті мінливої ситуації повинно керівництво.

Перспективи подальших досліджень

Перспективним напрямом подальших досліджень можуть бути закономірності розвитку СУП із врахуванням розвитку інформаційної інфраструктури, зумовленої можливостями нових ІКТ та оцінювання їх впливу.

1. Горбатов В. М. Конкурентоспособность и циклы развития интегрированных структур бизнеса / В. М. Горбатов. – Х.: ИД “ИНЖЕК”, 2006. – 592 с. 2. Гражевська Н. І. Економічні системи епохи глобальних змін / Н. І. Гражевська – К: Знання, 2008. – 401 с. 3. Дикань В. Л. Финансово-промышленные группы в Украине: монографія / В. Л. Дикань, И. В. Чернобовка. – Х.: Основа, 1997. – С. 140–141. 4. Каменнова М. Технологии для виртуального предприятия. [Електронний ресурс] / М. Каменнова, А. Громов // Режим доступу до ресурсу: <http://www.osp.ru/os/2000/04/177994/> 5. Пасічник Г.О. Перспективи розвитку інтегрованих корпоративних структур / Г. О. Пасічник // Фінанси України. – 2002. – №12 – С. 123–131. 6. Пилипенко А. А. Конкурентна стратегія й формування системи стратегічного управління розвитком інтегрованої структури бізнесу / А.А.Пилипенко // Коммунальное хозяйство городов: научно-технический сборник. – 2008. – № 82. – С. 84–91. 7. Пилипенко А. А. Організація управління інтегрованими структурами бізнесу в контексті збалансованої системи показників : монографія / А. А. Пилипенко, І. В. Ярошенко. – Харків: ВД “Інжеск”, 2007. – 152 с. 8. Пушкарь А. И. Стратегические группы предприятий: концепция, методология, управление: научное издание / А. И. Пушкарь, Ю. Е. Жуков, А. А. Пилипенко. – Харьков: изд-во “Кроссруд”, 2006. – 440 с. 9. Федулова Л. І. Інтеграційні процеси корпоративних структур: можливості для інноваційного розвитку економіки України / Л. І. Федулова // Економіка і прогнозування. – 2007. – № 3. – С. 9–31. 10. Biggart J. Bogdanov and His Work: a guide to the published and unpublished works of Alexander A. Bogdanov (Malinovsky) 1873–1928. / J. Biggart - USA : Ashgate, 1998. – 495 p. 11. Petrovich, J. P. Modern concept of a model design of an organizational system of enterprise management./ J. P. Petrovich, I. I. Novakivskii // CONTECHMOD An international quarterly journal on economics in technology, new technologies and modelling processes. Vol.1. No. 4. Lublin –Lviv – Cracow. 2012. S. 41–48.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

© Пірус В. О., 2015

Означено актуальність дослідження інноваційного розвитку вищих навчальних закладів. Розглянуто наукові підходи до інноваційного розвитку вищого навчального закладу. Окреслено основні складові інноваційного розвитку вищого навчального закладу, проаналізовано напрямки впровадження освітніх інновацій, визначено необхідність дослідження фінансової складової інноваційного розвитку навчальних закладів.

Ключові слова: вищий навчальний заклад, інноваційний розвиток, освітні інновації.

V. Pirus
Khmelnitsky National University

THEORETICAL FOUNDATIONS OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS INNOVATIVE ACTIVITIES

© V. Pirus, 2015

The relevance of research into innovative development of higher educational institutions is emphasized in the article. The author considers Ukraine's joining the Bologna process and adopting the new law "On higher education" that have increased the necessity of looking for such ways of education development that would correspond to modern demands.

The process of reforming the national education has exacerbated the need to explore the specific properties of the education sector and educational services, its organization, and patterns of development with the aim of adapting them to market conditions. New approaches to innovative development of higher educational institutions that would ensure their competitiveness on the educational market are being formed by domestic science. There is a need to explore new ways and methods of organizing the educational process, research, financial, economic and other aspects of educational institutions operation, i.e. introduction of innovations in all spheres of life.

The article discusses the research approaches to innovative development of higher educational institutions. Innovative individual development and educational innovations were analyzed by researchers mainly in the spectrum of the introduction of innovative technologies in the sphere of administration and in the educational process, but the issues of economic security of the innovative development were not considered.

There are outlined the main components of innovative development of higher educational institutions, namely: introduction of innovative technologies in educational process; improving the system of organization and management of the high school; the qualifications and identity of personnel of higher educational establishments; the development of its research capacity, research and production of scientific and innovative products; formation of the economic mechanism that will provide additional financial resources; conducting marketing activities with the aim of expanding markets of educational services and customer satisfaction.

The areas of implementation of educational innovations are analyzed together with the individual group innovation which is associated with the student's needs and professional expectations; initiatives related to studying certain disciplines and supported by industry professionals and employers; innovations associated with the use of new information technologies; innovations relating to the reform of curriculum content, including introduction of the modular system, semester structure with a new assessment system in response to the change in the content of academic disciplines and enhance interdisciplinary interaction; institutional initiatives, in particular policy decisions on a wide range of issues (e.g. regarding the use of information technology, applied aspects of education), teachers' professional development; systemic initiatives including the establishment of new educational institutions by the government (for example, open universities); financing of the system changes, which encourages the increase of the level of entrepreneurship and the development of professional skills of teachers; innovation assessment.

The need to study the financial component of innovative development of educational institutions in the direction of identifying the specific characteristics of educational innovations and the implementation of analysis of their impact on the formation of the economic mechanism of innovative development of higher educational institutions is identified in the article.

Key words: higher education, innovation development, educational innovation.

Постановка проблеми.

З приєднанням України до Болонського процесу та прийняттям нового закону "Про вищу освіту" посилилась необхідність пошуку шляхів розвитку освітньої галузі, які б відповідали умовам сьогодення. Вища школа потребує взаємодії з ринком освітніх та наукових послуг, ринком праці, пристосування до економічних умов і потреб споживачів тощо.

Наразі до якості освітніх послуг висувуються підвищені вимоги, що в умовах мінливої соціальної і демографічної ситуації, коли пропозиція на освітні послуги перевищує попит, складного фінансово-економічного стану вищих навчальних закладів є доволі проблематичним. Усе це вказує на нагальну потребу формування нових підходів до вирішення проблем діяльності вищої школи.

Упродовж довгого часу освітня, наукова, фінансово-економічна діяльність, а також організаційна структура навчальних закладів жорстко регламентувались завдяки централізованій системі управління в освітній сфері. Процеси реформування вітчизняної освіти загострили потребу у вивченні специфічних властивостей освітньої сфери та освітніх послуг, її організації, закономірностей розвитку з метою приведення їх у відповідність до ринкових умов. У вітчизняній науці формуються нові підходи до інноваційного розвитку вищих навчальних закладів, що забезпечували би їх конкурентоспроможність на ринку освітніх послуг. Виникає необхідність у дослідженні нових способів і прийомів організації навчального процесу, науково-дослідницької, фінансово-економічної та інших аспектів діяльності навчальних закладів, тобто впровадженні інновацій у всі сфери життєдіяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблеми інноваційного розвитку вищих навчальних закладів порівняно довго залишалися у вітчизняній науці малодослідженими. Впродовж останнього десятиліття активізується дослідницька діяльність у цьому напрямку. Значна кількість науковців, серед яких Й. М. Бескид, Т. М. Боголіб, Є. Н. Жильцов, І. С. Каленюк – досліджували аспекти функціонування вищих навчальних закладів у складних ринкових умовах. Проблеми інноваційних процесів в освітній сфері у своїх працях розглядали В. Є. Сафонова, Т. Є. Воронкова, Н. Свободнова, В. В. Вербицький та інші.

Однак, зазначені автори неповно висвітлили проблеми інноваційного розвитку вищих навчальних закладів з визначення оптимальних та ефективних шляхів їх вирішення. Недостатньо дослідженими також залишаються питання, пов'язані з теоретичним обґрунтуванням інноваційного розвитку вищих навчальних закладів, визначенням його завдань та напрямків.

Отже, актуальність цього дослідження визначається відсутністю системних досліджень інноваційного розвитку вищих навчальних закладів. Недостатня вивченість процесів впровадження інновацій у вищі навчальні заклади, фрагментарне й неповне висвітлення цієї проблеми в наукових публікаціях визначили вибір теми дослідження, її ціль, завдання.

Постановка цілей

Метою статті є узагальнення та подальший розвиток теоретичних положень управління інноваційним розвитком вищого навчального закладу. Досягнення зазначеної мети зумовило постановку таких завдань дослідження: обґрунтування необхідності іноваційного розвитку вищих навчальних закладів, аналіз літературних джерел для означення теоретичних засад інноваційного розвитку вищого навчального закладу, конкретизацію основних складових інноваційного розвитку вищих навчальних закладів.

Виклад основного матеріалу

Зазначимо, що розвиток вітчизняних вищих навчальних закладів упродовж тривалого часу забезпечувався через механізм повного державного фінансування і нормативно-правового регламентування усіх аспектів вузівської діяльності. Це унеможливило проведення будь-яких самостійних змін і впровадження нововведень ані у фінансово-економічній сфері, ані в організаційній сфері, ані у навчальному процесі. Інноваційні процеси розглядалась лише в контексті здійснення навчальними закладами науково-дослідної діяльності.

Сучасні тенденції в економіці та суспільному житті зумовили поширення інноваційних процесів на всі сфери життєдіяльності навчальних закладів. Такі тенденції зумовлюються також внесенням змін до законодавства про вищу освіту і розширенням автономії вищих навчальних закладів.

Сьогодні у вітчизняній науці немає єдиного підходу до обґрунтування необхідності інноваційного розвитку у діяльності навчальних закладів та, власне, визначення самого поняття такого розвитку.

На думку І. О. Тарасенко та Т. М. Нефедової, інноваційний розвиток вищого навчального закладу – це об'єктивний, цілеспрямований, незворотний та локально нерівноважний процес, що розгортається в часі; процес переходу навчального закладу з одного якісного стану в інший, що супроводжується внутрішніми творчими перетвореннями. Здійснюється цей процес переважно за допомогою цілеспрямованих перетворень на основі інноваційної діяльності вищого навчального закладу або привнесенням якісно нових елементів, властивостей та характеристик [1].

Необхідність вирішення питання управління вищим навчальним закладом на засадах інноваційних технологій пояснює Т. Є. Рожнова з позиції проблемної ситуації, пов'язаної з виникненням суперечності між стрімкими темпами інноваційного розвитку, неперервним зростанням вимог до особистісних і професійних якостей викладачів, учителів, вихователів і недостатньою готовністю вищих навчальних закладів до підготовки кадрів, здатних підняти вітчизняну освіту до світового рівня [2].

Інноваційний розвиток вищого навчального закладу у вітчизняній науковій літературі нерідко розглядається з позиції вдосконалення системи управління. Так, В. В. Вербицький, досліджуючи проблему впровадження інноваційних технологій в сферу управління навчальним закладом, звертає увагу на необхідність професіоналізації керівників, які повинні відігравати найважливішу роль у впровадженні інновацій у сучасних навчальних закладах [3]. На думку дослідника, управлінськими інноваціями є сучасні економічні, психологічні, діагностичні, інформаційні технології, які дають змогу створити відповідні умови для оперативного й ефективного прийняття керівником управлінського рішення. До основних напрямів інновації управлінської діяльності керівника-менеджера навчального закладу В. В. Вербицький зараховує: концептуальність в управлінні закладом; цільовий підхід до управління; психологізація управління; моделювання структури управління, створення швидкодіючих технологій та механізмів управлінської діяльності; побудову рухливої структури горизонтальних зв'язків; приведення функцій управління у відповідність до

завдань освітнього закладу; рефлексивність діяльності керівника; управління якістю освіти і вироблення нових підходів до визначення ефективності педагогічного процесу; комп'ютеризацію, технологізацію управління; адаптацію досягнень науки менеджменту в соціальній та виробничій сферах до управління закладом освіти [3].

Розглядаючи інноваційні підходи до управління навчальним закладом, науковці І. М. Вербицька та С. В. Шестобуз акцентують увагу на використанні інформаційно-комунікаційних технологій в управлінській діяльності як необхідної передумови вироблення та прийняття правильного управлінського рішення [4].

У дослідженні інноваційного розвитку системи освіти слід зазначити науковий підхід В. Є. Сафонові, яка професійну освітню діяльність розглядає передусім як інноваційну, яка є продуктом свідомої творчості і ґрунтується на принципі індивідуалізації ініціативи в її прояві [5]. Інноваційну професійну освіту науковець визначає як необхідну передумову формування творчої індивідуальності, творчого вирішення професійних проблем. Концепція інноваційної освіти, на думку авторки, співзвучна тим вимогам, які висуваються до економіки знань. Ця концепція розкриває проблематику активізації творчого потенціалу сфери освіти і розвитку її інноваційних можливостей. Тут акцент робиться на формуванні самосвідомості, що стимулює процес творчості. З огляду на розвиток та самореалізацію творчої особистості, розвиток креативних здібностей людини, забезпечення безперервного навчання інноваційну діяльність у вищому навчальному закладі розглядає О. О. Бондаренко [6].

Чимало науковців, досліджуючи проблеми розвитку вищої освіти, зосереджують свою увагу передусім на впровадженні інноваційних педагогічних технологій у навчальний процес, а саме: В. М. Козаченко [7], М. Є. Скиба [8] – у питаннях використання проектів і технологій вирішення проблем якості освітньої діяльності вищого навчального закладу.

Нам дуже близьким є трактування інноваційного розвитку російського ученого А. В. Хуторського, який трактує це поняття із різних поглядів, а саме як:

- зміну психологічного клімату у навчальному закладі, яка зумовлена новими цілями та цінностями освіти;
- запровадження і поширення давно вже розроблених прогресивних педагогічних систем;
- розроблення нових технологій проектування, управління та навчання в навчальних закладах, які займаються інноваційною діяльністю та примушені постійно долати суперечності, що виникають;
- залучення інноваційними школами нових фінансових, інформаційних, соціокультурних структур та механізмів;
- педагогічну діяльність, що набула рис сталої творчої діяльності та позитивно впливає на всі компоненти навчально-виховного процесу [9].

Отже, інноваційний розвиток та окремі освітні інновації науковці аналізували переважно у спектрі впровадження інноваційних технологій до сфери управління та у навчальний процес, але не розглянутими залишаються питання економічного забезпечення інноваційного розвитку навчальних закладів.

Саме із цієї позиції, на наш погляд, завдання інноваційного розвитку вищого навчального закладу набагато ширші і мають передбачати також випуск науково-інноваційної продукції, поглиблення диверсифікації ринків надання платних освітніх послуг та розширення сегментів її споживачів. З огляду на те, що основною сутністю інновації й інноваційної діяльності є зміни, що розглядаються як джерело доходу, до списку завдань також слід додати залучення додаткових джерел фінансування та збільшення доходів від господарської діяльності тощо.

Вітчизняні науковці Л. П. Хмелевська, С. А. Кузьміна, О. А. Музиченко до складових інноваційної освіти справедливо, на наш погляд, зараховують: підвищення якості освіти; досягнення високого рівня кваліфікації кадрів вищого навчального закладу; розвиток сучасних технологій навчання; розвиток та розповсюдження різних форм та систем безперервної та додаткової освіти; розвиток власного дослідницького потенціалу вищої школи; надання вищим навчальним закладам більшої свободи в комерційній діяльності [10].

Науковці І. О. Тарасенко та Т. М. Нефедова освітні інновації розглядають комплексно як дієвий чинник забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ як на національному, так і на міжнародному ринках [1]. Важливими завданнями забезпечення інноваційної спрямованості розвитку освітньої сфери вони вважають:

- масштабну комп'ютеризацію й активізацію науково-технічної та інноваційної діяльності вищих навчальних закладів, створення інноваційних структур в їх системі; реформування системи освіти з урахуванням вимог європейських стандартів і збереження культурних та інтелектуальних національних традицій;
- підвищення результативності вузівського сектору наукових досліджень і розробок з метою посилення його ролі у забезпеченні інноваційного розвитку національної економіки;
- концентрації ресурсів на пріоритетних напрямках розвитку науки і техніки та інноваційної діяльності; стимулювання навчання впродовж усього життя, виховання культури інноваційного мислення.

Основні напрямки запровадження освітніх інновацій достатньо опрацьовано у західній педагогічній літературі. Так, практично втілюються в життя прогнози британського освітянина Г. Сілвера, який передбачав, що типологія освітніх інновацій на початку ХХІ століття може містити такі елементи:

- індивідуальні та групові інновації, пов'язані з потребами студентів та професійними очікуваннями (наприклад, семінари, що проводяться студентами, лабораторні дослідження і т.ін.);
- ініціативи, пов'язані з вивченням певних дисциплін та підтримані галузевими асоціаціями спеціалістів і роботодавців, неформальна співпраця між фахівцями споріднених інститутів;
- інновації, пов'язані з використанням новітніх інформаційних технологій (наприклад, програмного забезпечення, електронної пошти, "онлайн ресурсів");
- інновації, пов'язані з реформуванням змісту навчальних програм, зокрема запровадження модульної системи, семестрової структури з новою системою оцінювання як відповідь на зміну змісту навчальних дисциплін та посилення міждисциплінарної взаємодії;
- інституційні ініціативи, зокрема політика прийняття рішень стосовно широкого спектру питань (наприклад, стосовно використання інформаційних технологій, прикладної спрямованості навчання), професійного розвитку викладачів, заснування нових структур, залучення менеджерів до оцінювання рівня розвитку;
- системні ініціативи, зокрема створення урядом нових освітніх інституцій (наприклад, відкритих університетів);
- фінансування системних змін, яке заохочує підвищення рівня підприємливості та розвитку професійних вмій і навичок викладачів;
- інновації оцінювання (наприклад, оцінювання якості навчання, нова система фінансової підтримки студентів) [11, с. 145–156].

Отже, узагальнюючи розглянуті наукові підходи, окреслимо основні складові інноваційного розвитку вищого навчального закладу. На наш погляд, такими є:

- впровадження інноваційних технологій у навчальний процес;
- удосконалення системи організації та управління вищим навчальним закладом;
- підвищення рівня кваліфікації і самосвідомості кадрів вищого навчального закладу;
- розвиток власного дослідницького потенціалу, виконання науково-дослідницьких робіт і випуск науково-інноваційної продукції;
- формування відповідного економічного механізму, що дасть змогу отримувати додаткові фінансові ресурси та ощадно їх використовувати;
- проведення маркетингової роботи з метою розширення ринків освітніх послуг та задоволення запитів споживачів.

На нашу думку, саме фінансовій складовій інноваційного розвитку сьогодні слід приділяти значну увагу, адже саме вона значною мірою визначає можливість здійснення інноваційних перетворень в усіх сферах життєдіяльності вищих навчальних закладів. Наразі вищі навчальні заклади часто не мають належного державного фінансування на здійснення науково-дослідних робіт, поліпшення матеріально-технічної бази, матеріальне заохочення працівників та студентів,

необхідні організаційні перетворення тощо. Отже, необхідно шукати методи залучення приватних коштів на освітні новації, використовувати надану вищим навчальним закладам автономію у здійсненні комерційної діяльності, стимулювати підприємницьку активність керівників структурних підрозділів.

Висновки

Інноваційна діяльність вищих навчальних закладів спрямована насамперед на підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг. Високий рівень конкурентоспроможності вищої освіти на засадах широкого впровадження та використання освітніх інновацій є також вагомим чинником сталості національної системи освіти. Конкурентоспроможність освітніх послуг визначається якістю та ціною освітніх послуг, і інтереси вищого навчального закладу доречно підпорядкувати цілям забезпечення якості освітніх послуг. Організація високоефективної інноваційної діяльності вищих навчальних закладів є неодмінною умовою високої якості освітніх послуг і, як наслідок, сприяє прискоренню переходу економіки на інноваційну модель розвитку.

Перспективи подальших досліджень

Дослідження цієї проблематики видається нам перспективним та актуальним. Тому і надалі ми працюватимемо над виявленням специфічних особливостей освітніх інновацій і аналізувати їх вплив на формування економічного механізму інноваційного розвитку вищих навчальних закладів.

1. Тарасенко І. О. Інноваційна складова в системі забезпечення конкурентоспроможністю вищих навчальних закладів / І. О. Тарасенко, Т. М. Нефедова // *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Тематичний випуск.* – 2012. – № 4(66). – С. 206–212.
2. Рожнова Т. Є. Інноваційні технології в управлінні вищим навчальним закладом [Електронний ресурс] / Т. Є. Рожнова. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/pedagogy-psychology-and-sociology-412/theory-and-methods-of-studying-education-and-training-412/14920-412-0584>
3. Вербицький В. В. Інноваційні технології в управлінні навчальним закладом [Електронний ресурс] / В. В. Вербицький. – Режим доступу: <http://www.stattionline.org.ua/pedagog/104/17789-innovacijni-texnologii-%D1%97-v-upravlinni-navchalnim-zakladom.html>
4. Вербицька І. М. Інноваційні підходи до управління навчальним закладом – фактор розвитку персоналу [Електронний ресурс] / І. М. Вербицька, С.В. Шестобуз. – Режим доступу: <http://2723.klasnaocinka.com.ua/ru/article/innovatsiini-pidkhodi-do-upravlinnya-navchalnim-za.html>
5. Сафонова В. Є. Інноватика та інноваційна здатність системи освіти: економіко-теоретичний аспект / В. Є Сафонова // *Університетські наукові записки Хмельницького університету управління та права.* – 2014. – № 4 (52). – С. 230–239.
6. Бондаренко О. О. Системне управління інноваційною діяльністю у вищому навчальному закладі / О. О. Бондаренко // *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Тематичний випуск.* – 2012. – № 4(66). – С. 321–327.
7. Козаченко В. М. Модернізація вищої освіти: досягнення та перспективи інноваційного розвитку / В. М. Коваленко // *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Тематичний випуск.* 2012. – № 4(66). – С. 63–68.
8. Скиба М. Є. Інноваційні проекти та технології в системі реформування якості навчального процесу університету / М. Є. Скиба // *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну.* – 2012. – № 4(66). – С. 36–45.
9. Хуторский А. В. Педагогическая инноватика - рычаг образования [Електронний ресурс] / А. В. Хуторский // *Интернет-журнал "Эйдос".* – 2005. – 10 сентября. Режим доступу: <http://eidos.ru/journal/2005/0910-19.htm>.
10. Хмелевська Л. П. Створення концепції інноваційної освіти як основи подальшого економічного розвитку держави / Л. П. Хмелевська, С. А. Кузьміна, О. А. Музиченко // *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну.* – 2012. – № 4(66). – С. 102–107.
10. Harold Silver. *Managing to Innovate in Higher Education// British Journal of Educational Studies.* 1999. vol. 47. – p. 145–156.

ФОРМУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

© Перерва П. Г., Кобєлєва Т. О., Ткачова Н. П., 2015

Розглянуто актуальні питання формування складу факторів, які впливають на кон'юнктуру ринку машинобудівних виробів. Як об'єкт дослідження визначено продукцію електротехнічної промисловості. Всі фактори впливу систематизовано та проаранжовано за їх вагомістю. Для досягнення цієї мети автори запропонували використовувати блочно-експертний підхід. Теоретично важливими та практично значущими є пропозиції авторів щодо моніторингу кон'юнктури з використанням тригонометричних функцій. Автори довели, що такий підхід є достатньою мірою обґрунтованим, оскільки при цьому визначається співвідношення вартісних та якісних показників виробів. Це дає можливість здійснювати техніко-економічне оцінювання та науково обґрунтоване управління ринковими характеристиками комерційно-виробничої діяльності підприємства. Це також допомагає приймати рішення щодо реального впливу підприємства на стан кон'юнктури своєї продукції. Все це загалом підвищує споживчий рівень продукції, що випускається, та конкурентоспроможність самого підприємства на ринку.

Ключові слова: ринок, кон'юнктура, електротехнічна продукція, моніторинг, фактори, тригонометричні функції.

P. Pererva, T. Kobyelyeva, N. Tkachev
National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”

FORMATION OF ELECTRICAL PRODUCTS MARKET CONDITIONS

© Pererva P. G, Kobyelyeva T. O, Tkachev N., 2015

The analysis of the current research in the field of industrial products market conducted in the article gives reason to believe that now there is no single definition of “market conditions”. Usually, some researchers do not distinguish the specific characteristics of the market, do not include temporary factors and the nature of the entities in a changing market environment. The study and improvement of market conditions conceptual apparatus does not allow to consider the concept of “market situation” with integrated position as an integrated feature, which helps reproduce the dynamic assessment of the economic situation in the marketplace.

The authors found that in the market economy strategy development by electrical companies is impossible without identifying the main trends in market conditions and the impact of changes in various factors. Based on the study there were revealed peculiarities of the domestic market of asynchronous motors, which include: high volatility, significant volumes of export-import operations, close relationship with the program's energy security. To achieve this, the authors proposed to use block-expert approach. It is proved that there are four main blocks of indicators characterizing electrical products market conditions from the point of view of producers, consumers, product characteristics and market environment. It is shown that the most important representatives of these units are demand, supply, price and quality of products, a market which is investigated.

There were analyzed the existing methods of formation and evaluation of market conditions, which led to the conclusion that the most promising in the current development is a monitoring approach that organically combines empirical, expert and economic-mathematical methods and allows a more objective use of the available analytical tools to diagnose the state of enterprises in market conditions. Theoretical and practical importance has the authors' proposal to develop a comprehensive system of evaluation and monitoring of market conditions through the use of trigonometric functions containing the most significant market indicators. This allows, at mathematically reasonable intervals, to interpret the situation in terms of market and commercial results of an electrical company. It also permits to respond to the market changes appropriately to improve the efficiency of its production activities. The authors demonstrate that this approach is sufficiently justified, as this is determined by the ratio of product value and quality. This makes it possible to carry out feasibility study and scientifically grounded management of market characteristics of commercial production activity. It also helps to make decisions concerning the real impact of the enterprise on the position of its products on the market. In general, all this increases the level of consumer products and the enterprise competitiveness.

The main provisions of the study, stated in the article, are confirmed by practical results of their implementation at the enterprises of machine-building, particularly, of electrical profile.

Key words: market conditions, electrical products, monitoring factors, trigonometric functions.

Постановка проблеми

Електротехнічні підприємства продукують значні обсяги продукції для внутрішнього і зовнішнього споживання, забезпечуючи народногосподарський комплекс України як засобами для прискорення науково-технічного прогресу, так і валютними надходженнями. Для ефективної комерційно-господарської діяльності на ринку електротехнічні підприємства виробляють у значних обсягах широкий асортимент продукції, кожна позиція якого потребує визначення своїх ринкових характеристик: попиту, пропозиції, ціни, якості тощо. Ринкові відносини охоплюють різні аспекти діяльності підприємства, які одним показником охарактеризувати просто неможливо [1]. Тому в умовах широкої та жорстокої конкуренції для забезпечення стабільного виробництва та рентабельної діяльності провідною стає така узагальнююча характеристика ринку, як кон'юнктура [2]. Оцінювання та аналіз ринкової кон'юнктури є необхідною умовою для формування державної економічної і соціальної політики регулювання ринку, боротьби з інфляційними процесами, розроблення відповідних законопроектів. Стан ринкової кон'юнктури є основою для розроблення програми дій кожного підприємства на ринку своєї продукції; вона визначає місце і роль підприємства в економічній системі суспільства. Отже, є нагальна необхідність у детальному розкритті закономірностей ринкового механізму формування кон'юнктурних зрушень в економіці країни, її галузях і на окремих підприємствах [3], які виробляють та реалізують на ринку електротехнічну продукцію.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Питання формування та оцінювання ринкової кон'юнктури на різних рівнях її формування та прогнозування досліджували у своїх роботах вітчизняні та зарубіжні науковці. Зокрема, дослідженням кон'юнктури ринку промислових виробів присвячені праці А. Старостіної [1], М. Кондратьєва [2], А. Грабченко [4], І. Іванченка [5], О. Косенко [6], Г. Прохницької [7], Д. Коціскі [8], В. Кучеренко [9], І. Гладенко [10, 11], Н. Пильник [12], В. Товажнянського [13, 14, 15], Л. Ліпич [16], О. Кошій [16], М. Погорелова [17,18], Л. Оболенцевої [19] та інших вчених.

Питання, пов'язані з удосконаленням ринку промислових товарів та його інфраструктури, механізмів господарювання з використанням категорій ринкової кон'юнктури вивчаються постійно, але поки що в наукових дискусіях не відображено проблеми дослідження кон'юнктури товарного

ринку, не існує єдиного підходу до оцінювання стану кон'юнктури ринку продукції машинобудування та динаміки його кон'юнктури з метою ефективного регулювання як фінансового, так і реального секторів економіки.

Разом з тим, широка номенклатура різноманітної за своїм призначенням електротехнічної продукції не тільки ускладнює дослідження ринкової кон'юнктури цих виробів, але й спричиняє додаткові ускладнення під час практичної реалізації питань її формування та оцінювання. Це передбачає проведення подальших досліджень із розвитку теоретичних і методико-прикладних аспектів формування та оцінювання кон'юнктури ринку продукції підприємства на основі постійного контролю поточного стану (моніторингу), оцінювання ризику зміни кон'юнктури, що забезпечує сталі ринкові позиції підприємства та його продукції.

Теоретична важливість зазначених задач, їх практична значущість для ефективної діяльності підприємств та організацій зумовили вибір теми статті та окреслили коло питань, які в ній досліджуються.

Постановка цілей

Метою статті є розроблення та наукове обґрунтування методичних рекомендацій з формування, моніторингу та прогнозування кон'юнктури ринку виробів промислового призначення. Об'єктом цього дослідження є виробниці підприємств електротехнічної галузі як важливі продукти сучасного науково-технічного прогресу як в нашій країні, так і в усьому світі.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- уточнити та поглибити визначення поняття “кон'юнктура ринку” з метою розширення сфери її формування і дії;
- визначити та дослідити рейтинг основних факторів впливу на поточний та перспективний стан ринкової кон'юнктури промислових виробів;
- вдосконалити класифікацію показників товарної кон'юнктури електротехнічного підприємства на основі розширення критеріїв її здійснення;
- розробити науково-методичні рекомендації з формування та ранжування показників ринкової кон'юнктури на основі їх блочно-експертного дослідження;
- запропонувати методичні підходи до створення ефективної системи моніторингу кон'юнктури ринку продукції електротехнічних підприємств;
- розробити дієві заходи із створення позитивної ринкової кон'юнктури та управління її станом протягом усього життєвого циклу виробів.

Виклад основного матеріалу

Сам термін “кон'юнктура” походить від латинського слова “conjungo” (пов'язую, з'єдную). Сучасне трактування кон'юнктури ринку є таким: це основна характеристика функціонування ринку та ситуації, що складається на ньому, відображає величини попиту і пропозиції, обсяги продажів, ринкову активність продавців і покупців. На наш погляд, кон'юнктуру ринку необхідно розглядати в двох аспектах: в ширшому та вужчому розумінні цього поняття. В ширшому сенсі кон'юнктура – це форма прояву на ринку системи факторів та умов відтворення в їх постійному розвитку та взаємодії. Тобто предметом кон'юнктури є ринок, і кон'юнктура охоплює увесь процес відтворення, що розглядається як у часі, так і в просторі. В конкретних умовах виробництва формою прояву кон'юнктури є відповідна сукупність економічних показників. У вузькому розумінні кон'юнктура – це стан економіки країни, окремого товарного ринку, окремого продукту в той чи інший період часу, коли проводиться ринкове дослідження.

У сучасних дослідженнях, присвячених аналізу кон'юнктури ринку, використовуються різні визначення поняття “кон'юнктура”, яке в цей час міцно увійшло в категоріальний апарат ринкової економіки, але загалом вони мають доволі різносторонню напруженість і не дають однозначної відповіді на питання: що ж таке ринкова (товарна, господарська) кон'юнктура? Все це є основою

для детальніших наукових досліджень з метою створення методичного і методологічного матеріалу для уточнення існуючих визначень цього терміна.

Дослідження сутності поняття “кон’юнктура” в наукових працях різних авторів дає змогу констатувати той факт, що немає єдності дослідників у визначенні цього поняття. На думку автора, важливо поділити трактування поняття “кон’юнктура” на два відносно самостійні напрями: розгляд цього поняття в загальному сенсі як явища (якісна характеристика), а також його розгляд як певної характеристики ринку, яка має кількісне відтворення. Автор пропонує визначати термін “кон’юнктура” в загальному сенсі з якісного погляду як *комплексне та швидкозмінне явище, яке відображає в ринковому вимірі динамічність та стихійність, складну передбачуваність розвитку суспільства, галузі або підприємства*. Пропоноване визначення кон’юнктури пов’язане з тим, що вона формується під впливом безлічі елементів та дій *ринкового виміру*, які, своєю чергою, підпорядковуються імовірнісним законам. З наведеного визначення випливає висновок про те, що цій економічній категорії притаманні свої, доволі специфічні риси та особливості, суть яких відтворює певні суб’єктивні та об’єктивні закономірності її формування.

Разом з тим, кон’юнктура ринку хоча і є якісною характеристикою відповідного ринку та ситуацій на ньому, які складаються в певний час, але для потреб практичного використання краще доцільно визначати цю ринкову характеристику з кількісних позицій інтегральним показником, який певною мірою відтворює порівняльні характеристики ринку в той чи інший проміжок часу. В авторському баченні з погляду кількісного оцінювання *кон’юнктура ринку – це інтегральний показник, який відтворює динамічну оцінку стану економічної ситуації на певному ринку*. Ринкові характеристики, які формують цей показник, залежать від конкретної ситуації та конкретної задачі, які ставить перед собою дослідник ринку. Це можуть бути попит, пропозиція, збут, ціна, територія, якість, виробництво, фаза відтворювального циклу, час і т.п. Кожна з цих характеристик є важливою і, можливо, надзвичайно важливою для певного ринку, але, на наш погляд, головною, домінуючою характеристикою ринку є все ж таки кон’юнктура, яка *інтегрально* об’єднує всі інші.

Проведено дослідження складу та класифікаційних ознак кон’юнктуротвірних показників ринку асинхронних двигунів. Запропоновано до складу традиційних ознак класифікації (за сферами формування, виникнення та застосування, за напрямом зміни кон’юнктури, за значущістю, рівнем формалізації, ефективністю дії, можливістю управління, силою реакції ринку, ступенем передбачуваності, циклічністю, вектором та силою впливу, часовою дією) ввести ознаку “характер динаміки показника”, що дає змогу оцінювати ступінь зміни кон’юнктуротвірних показників протягом певного періоду (рис. 1).

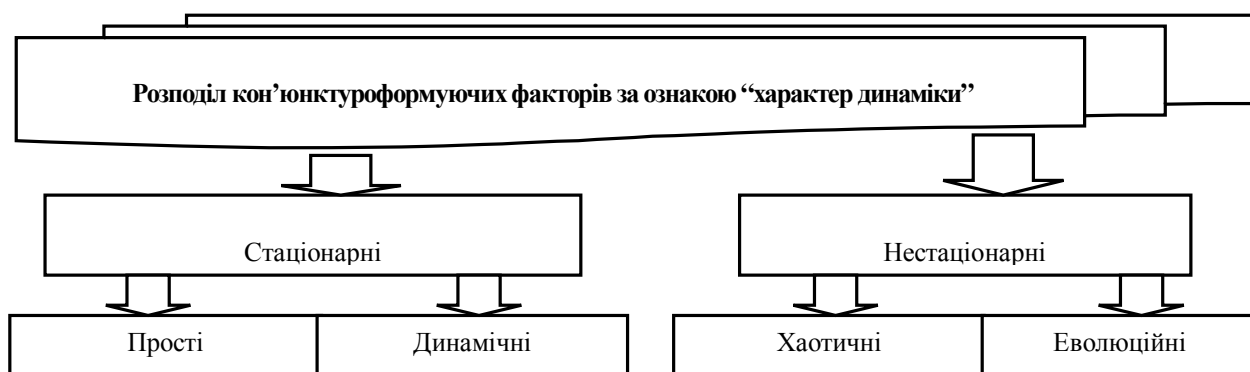


Рис. 1. Класифікація показників кон’юнктури за ознакою “характер динаміки”

Безліч діючих на ринку зовнішніх і внутрішніх кон’юнктуротвірних показників, їх взаємозв’язок та взаємозумовленість спричиняють те, що будь-яка їх систематизація та класифікація буде умовною. На наш погляд, при формуванні системи кон’юнктуротвірних показників конкретного товару (наприклад, асинхронних електродвигунів) необхідно зважати на такі рекомендації. Із всієї сукупності кон’юнктуротвірних показників ринку електротехнічних

виробів необхідно виявити найбільш рейтингові з них. На думку автора, цю задачу можна розв'язати з використанням блочно-експертного методу. Пропонований метод містить такі основні етапи.

Етап 1. Формування максимально широкого переліку показників кон'юнктури, які в початковому стані слід поділити на два основні блоки: показники макроекономічного (політичні, економічні, соціальні, екологічні) та мікроекономічного (товар, споживачі, виробники, ринкове середовище) рівней.

Етап 2. Дослідження всієї сукупності кон'юнктуротвірних показників ринку електротехнічних виробів з метою виявлення найбільш рейтингових з них. До кола завдань нашого дослідження входило формування кон'юнктури товарного ринку на рівні окремого промислового підприємства, що передбачає використання наявних можливостей для досягнення цієї мети в рамках окремого підприємства. Тому в полі нашого зору були мікроекономічні показники кон'юнктури, які мають найбільший, а деколи вирішальний вплив на рівень кон'юнктури.

Етап 3. За результатами етапу 2 було виділено чотири комплексні блоки показників, які, на думку автора, максимально точно відтворюють поточний стан і перспективи зміни ринкової кон'юнктури певного товару. До них було віднесено: блок показників "Товар", блок "Виробники", блок "Споживачі" та блок "Ринкове середовище". До складу цих блоків спочатку входило близько 100 різних кон'юнктуротвірних показників.

Етап 4. З використанням процедури колективної експертизи за двоетапною процедурою було визначено важливість (рейтинг) показників ринкової кон'юнктури. У таблиці за кожним блоком наведено по чотири найбільш рейтингові показники.

Ранги найбільш важливих кон'юнктуротвірних показників за окремими напрямками (блоками) їх дії

Кон'юнктуротвірні показники ринку асинхронних двигунів	Код	Бал	Ранг
Фактор (блок) "Товар"			
Інтегральний показник якості асинхронних двигунів	ФТ2	9,4	1
Комплексний показник надійності асинхронних двигунів	ФТ3	8,4	2
Наявність системи фірмового сервісу асинхронних двигунів	ФТ1	7,42	3
Нормативний строк служби асинхронних двигунів	ФТ4	6,75	4
Фактор (блок) "Виробники"			
Обсяг виробництва асинхронних двигунів	ФВ2	9,25	1
Об'єм реалізації асинхронних двигунів	ФВ1	9,1	2
Фондовіддача (показник ефективності використання обладнання)	ФВ4	7,2	3
Валова рентабельність продажу асинхронних двигунів	ФВ3	7,0	4
Фактор (блок) "Споживачі"			
Попит на асинхронні двигуни	ФС1	9,25	1
Рівень задоволеності споживача якістю двигунів (за 10-бальною шкалою)	ФС3	8,3	2
Економічна ефективність споживання асинхронних двигунів	ФС2	7,3	3
Рівень витрат на технічне обслуговування та ремонт двигунів	ФС4	6,8	4
Фактор (блок) "Ринкове середовище"			
Ціна продукції	ФР2	9,2	1
Рівень конкурентоспроможності продукції цього виробника	ФР3	8,1	2
Питома вага витрат на маркетинг і рекламу	ФР1	7,7	3
Рівень інфляції	ФР4	5,6	4

Підсумкові значення проведеного дослідження кон'юнктуротвірних показників ринку асинхронних двигунів загальнопромислового призначення, наведені у таблиці, дають змогу зробити такий висновок. Достатньо об'єктивну оцінку рівня кон'юнктури ринку асинхронних двигунів та напрямків і темпів її формування визначатимуть такі показники: інтегральний показник якості

асинхронних двигунів; обсяг виробництва асинхронних двигунів; попит на асинхронні двигуни; ціна двигунів.

Отже, вважатимемо достатньою мірою обґрунтованими пропозиції щодо постійно діючого моніторингу стану кон'юнктури ринку асинхронних двигунів за цими показниками.

Результати дослідження підтверджують переваги моніторингового підходу до оцінювання стану кон'юнктури ринку промислового підприємства. Алгоритм його проведення наведено на рис. 2.

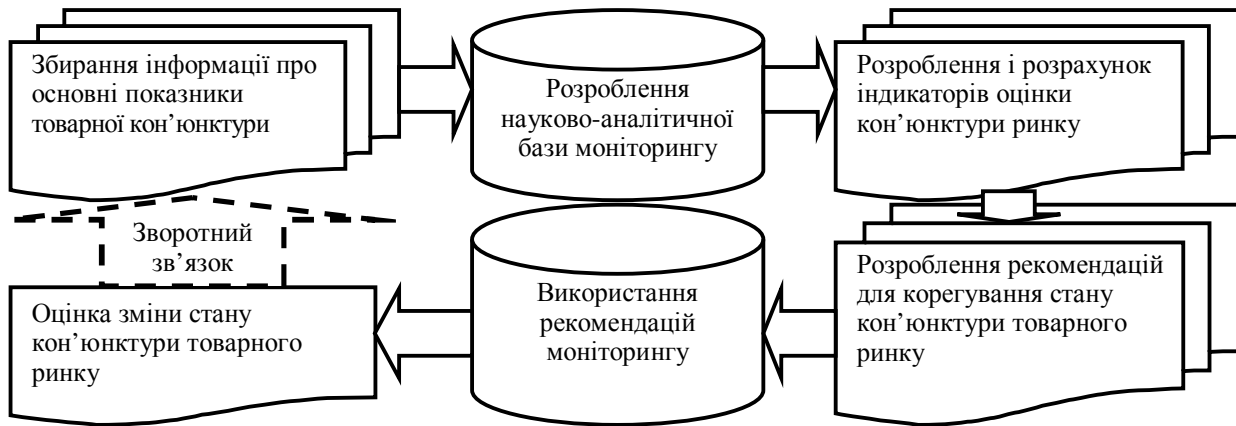


Рис. 2. Послідовність та зміст проведення моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства

Обґрунтовано, що ринково-комерційна діяльність промислового підприємства можна охарактеризувати з використанням тангенціальної функції Φ_1 , формують яку в двох варіантах:

$$\text{Варіант "А": } \Phi_1 = \operatorname{tg} \frac{p}{4} \left(\frac{C - \Pi}{C} \right) = \operatorname{tg} \frac{p}{4} \left(\frac{(\Pi_{\text{кн}} + \Pi_{\text{кб}} + \Pi_{\text{рен}} + 3_n^c - 3_n^e) - \sum_{i=1}^{i=n} (N_i + W - Q + 3_n^e - 3_n^c)}{(\Pi_{\text{кн}} + \Pi_{\text{кб}} + \Pi_{\text{рен}} + 3_n^c - 3_n^e)} \right) \Rightarrow \text{при } C > \Pi \quad (1)$$

Функція визначена в інтервалі $[0; 1]$.

$$\text{Варіант "Б": } \Phi_1 = \operatorname{tg} \frac{p}{4} \left(\frac{C - \Pi}{\Pi} \right) = \operatorname{tg} \frac{p}{4} \left(\frac{(\Pi_{\text{кн}} + \Pi_{\text{кб}} + \Pi_{\text{рен}} + 3_n^c - 3_n^e) - \sum_{i=1}^n (N_i + W - Q + 3_n^e - 3_n^c)}{\sum_{i=1}^n (N_i + W - Q + 3_n^e - 3_n^c)} \right) \Rightarrow \text{при } C < \Pi, \quad (2)$$

Функція визначена в інтервалі $[-1; 0]$.

де C – попит; Π – пропозиція; $\Pi_{\text{кн}}$ – потреба в асинхронних двигунах на комплектацію продукції машинобудування, шт.; $\Pi_{\text{кб}}$ – потреба в двигунах на потреби капітального будівництва, шт.; $\Pi_{\text{рен}}$ – потреба в двигунах на ремонт і експлуатацію діючого парку цього обладнання; 3_n^e , 3_n^c – залишки електродвигунів на складах, відповідно, виробників та споживачів на початок року; 3_n^e , 3_n^c – залишки електродвигунів на складах, відповідно, виробників та споживачів на кінець року; $\sum_{i=1}^{i=n} N_i$ –

обсяги українського виробництва двигунів на n підприємствах; W – імпорт; Q – експорт.

Певним обмеженням цієї функції є те, що за обома варіантами слід дотримуватися умови $(\Pi + C) > 0$. Це означає, що функція Φ_1 і в варіанті "А", і в варіанті "Б" передбачає аналіз лише активної стадії ринку, тобто такого його стану, коли хоча б деяке значення попиту і (або) пропозиції продукції, кон'юнктура ринку якої досліджується, існує. Якщо ж на ринку, що досліджується, немає ані попиту, ані пропозиції певного товару, то в цьому випадку оцінювання кон'юнктурних співвідношень немає сенсу.

Обґрунтування функціонального виду моделі Φ_1 зводиться до таких положень. Тангенціальний характер функції Φ_1 , як уявляється, найбільшою мірою надає можливість обмежити (пронормувати) поле її значень в інтервалі $[-1; +1]$ і через нелінійність функції Φ_1 з'являється можливість відстежити градієнт зміни попиту і пропозиції асинхронних двигунів (виробництва певного підприємства) на ринку електротехнічної продукції загалом і на ринку певного підприємства зокрема.

Вибір функції арктангенса, на наш погляд, також зумовлений точнішим і об'єктивнішим аналізом ситуації, коли індекс цін прагне до значення індексу якості, а загалом функція Φ_2 прагне до нуля. Також вибору запропонованого вигляду аналітичної функції арктангенса сприяє і той факт, що вона більшою мірою піддається нормуванню в інтервалі значень $[-1; +1]$. Проведений нами аналіз області значень функції Φ_2 дає змогу виділити і обґрунтувати характерні ситуації у ринковій діяльності підприємства, які значною мірою впливають на процеси формування та оцінювання ринкової кон'юнктури.

Практика формування і оцінювання ринкової кон'юнктури показує, що використання в цілях моніторингу кон'юнктурних тенденцій моніторингових функцій Φ_1 і Φ_2 дає свої позитивні результати.

Висновки

1. Дослідження та удосконалення понятійного апарату ринкової кон'юнктури електротехнічних підприємств дало авторам змогу розглядати термін “кон'юнктура” з комплексних позицій як інтегральний показник, за яким можна динамічно оцінювати стан економічної ситуації на певному ринку.

2. Розширено ознаки класифікації показників товарної кон'юнктури електротехнічного підприємства введенням ознаки “характер динаміки показника”, що дає змогу оцінювати ступінь зміни кон'юнктуротвірних показників протягом певного періоду.

3. За блочно-експертним підходом обґрунтовано найважливіші показники ринкової кон'юнктури, якими автор вважає попит, пропозицію, ціну та якість продукції, ринок якої досліджується.

4. Запропоновано методичний підхід до моніторингу стану ринкової кон'юнктури на основі використання тригонометричних функцій, який дає змогу аналізувати й оцінювати ринкові, виробничі і фінансові показники роботи електротехнічного підприємства, здійснювати постійний ринково-комерційний моніторинг своєї діяльності, своєчасно попереджати небажані тенденції як на самому підприємстві, так і на ринку його продукції.

Перспективи подальших досліджень

Висновки та рекомендації, надані в статті, можуть знайти свій подальший розвиток під час розроблення та практичного використання різних заходів, пов'язаних з практичним дослідженням поточного та перспективного стану ринкових характеристик промислової продукції. Подальші дослідження автори також пов'язують із суттєвим розширенням методичних рекомендацій щодо проведення моніторингу ринкової кон'юнктури з використанням тригонометричних функцій і на іншу сфери виробничо-економічної діяльності промислових підприємств [20]. Зокрема, на наш погляд, розроблений підхід може успішно бути використаний під час проведення:

Ø антикризового моніторингу, з використанням узагальнюючих показників обсягів виробництва та збуту промислової продукції, дебіторської та кредиторської заборгованості;

Ø технологічного аудиту, формуючи положення моніторингу комерційного успіху на технологічному ринку об'єктів інтелектуальної власності;

Ø моніторингу інноваційного потенціалу промислових підприємств, зокрема підприємств машинобудівного комплексу.

1. *Маркетинг: підручник* / А. О. Старостіна, Н. П. Гончарова, П. Г. Перерва та і.; за ред. А. О. Старостіної. – К.: Знання, 2009. – 1070 с. 2. *Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения* / Н. Д. Кондратьев. – М.: Экономика, 2002. – С. 282–283, 320–321. 3. *Перерва П. Г. Науково-інноваційний потенціал України та сучасні проблеми його використання* / П. Г. Перерва,

О. В. Жегус. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Natural/vcpi/TPtEV/2011_26/statiya/Pererva.pdf

4. Грабченко А. И. Основы маркетинга высоких технологий : [учебное пособие] / Грабченко А. И., Перерва П. Г., Смоловик Р. Ф. – Х. : ХГПУ, 1999. – 242 с.

5. Іванченко І. С. Короткострокові кон'юнктурні коливання і динаміка промислового виробництва / І. С. Іванченко // Юридичний вісник РДЕУ. – Ростов-на-Дону, 2004. – № 1. – С. 53–54.

6. Перерва П. Г. Антикризисні інструменти сталого розвитку підприємства: інноваційна, інвестиційна та маркетингова політика [Електронний ресурс] / П. Г. Перерва, А. В. Косенко, О. П. Косенко. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2012_25/statti/16Pererv.pdf.

6. Прохницька Г. Л. Методика прогнозування кон'юнктури автомобільного ринку / Г. Л. Прохницька // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 3. – С. 19–27.

7. Перерва П. Г. Трансфер технологій : монографія / [П. Г. Перерва, Д. Коциски, Д. Сакай, М. Верешне Шомоши]. – Х. : Віровець А. П. “Апостроф”, 2012. – 668 с.

8. Кучеренко В. Р. Основы економічної кон'юнктури / В. Р. Кучеренко, В. А. Карпов : Монографія. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.

9. Перерва П. Г. Моніторинг інноваційної діяльності: інтерпретація результатів / П. Г. Перерва, І. В. Гладенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Суми, 2010. – № 2. – С. 108–116.

10. Перерва П. Г. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / П. Г. Перерва, В. Л. ТОВАЖНЯНСКИЙ, Т. А. Кобелева, И. В. Гладенко // Вісник Національного технічного університету “Харківський політехнічний інститут” “Технічний прогрес і ефективність виробництва”. – 2009. – № 36–1. – С. 12–22.

11. Пильник Н. Б. Прогнозирование рыночной конъюнктуры в системе малого предпринимательства [Текст] : автор. дис. ... канд. экон. наук :08.00.05 / Н. Б. Пильник. – Омск, 2009. – 20 с.

12. ТОВАЖНЯНСКИЙ В. Л. Антикризисний механізм сталого розвитку підприємства / В. Л. ТОВАЖНЯНСКИЙ, П. Г. Перерва, Л. Л. ТОВАЖНЯНСКИЙ, І. В. Гладенко / За ред. проф. П. Г. Перерви та проф. Л. Л. ТОВАЖНЯНСЬКОГО [Монографія]. – Харків : Віровець А. П. “Апостроф”, 2012. – 705 с.

13. ТОВАЖНЯНСКИЙ В. Л. Антикризисный мониторинг производственно-коммерческой деятельности предприятий машиностроения / В. Л. ТОВАЖНЯНСКИЙ, П. Г. Перерва, Т. А. Кобелева // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: колл. монография. – СПб.: Астерион, 2010. – Т.2. – п. 6.2. – С. 254–264.

14. ТОВАЖНЯНСКИЙ В. Л. Антикризисный мониторинг производственно-коммерческой деятельности предприятий машиностроения / Т. А. Кобелева, П. Г. Перерва, В. Л. ТОВАЖНЯНСКИЙ // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: колл. монография. – СПб.: Астерион, 2010. – Т. 2. – п.6.2. – С. 254–264.

15. Ліпич Л. Г. Система показників оцінки кон'юнктури ринку / Л. Г. Ліпич, О. В. Коцій. –Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvvpni/ekonomika/2007_12/R1/1.pdf.

16. Перерва П. Г. Экономика и управление инновационной деятельностью / П. Г. Перерва, М. И. Погорелов, С. А. Мехович. – Учебник з грифом МОН України // За ред. П. Г. Перерви. – Х.: НТУ “ХПИ”, 2009. – 1203 с.

17. Перерва П. Г. Організація і управління інноваційною діяльністю / П. Г. Перерва, М. І. Погорелов, С. А. Мехович: Підручник з грифом МОН України / За ред. П. Г. Перерви. – Харків : НТУ “ХПИ”, 2008. – 1057 с.

18. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: монографія / Л. В. Оболенцева. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 249 с.

19. Перерва П. Г. Антикризисный мониторинг финансово-экономических показателей работы машиностроительного предприятия / П. Г. Перерва, В. Л. ТОВАЖНЯНСКИЙ // Економіка розвитку. – Х.: ХНЕУ. – 2010. – № 2 [54]. – С.46–50.

ДЖЕРЕЛА НАДХОДЖЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ ВАЛЮТИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВАЛЮТНО-КУРСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

ã Ткач С. В., 2015

Досліджено основні джерела надходження іноземної валюти в Україну. Проаналізовано переваги та недоліки кожного джерела для вітчизняної економіки. З'ясовано вплив валютних надходжень на стан платіжного балансу країни та динаміку валютного курсу національної грошової одиниці. Визначено, що в умовах складної політичної ситуації, яка склалася в Україні, проблема залучення іноземного капіталу надзвичайно загострилася. Обґрунтовано доцільність ефективнішого використання наявних джерел фінансового забезпечення валютно-курсової стабільності в Україні.

Ключові слова: валютні надходження, валютний курс, експорт, іноземні інвестиції, зовнішній борг, поточні трансферти, факторні доходи.

S. Tkach

Yuri Fedkovich Chernivtsi National University

THE SOURCES OF FOREIGN CURRENCY INFLOWS IN THE CONTEXT OF PROVIDING THE EXCHANGE RATE STABILITY IN UKRAINE

ã Tkach S., 2015

In terms of the balance of payments deficit and a deep devaluation of the hryvnia, the problem of expansion the existing sources of foreign currency inflows in Ukraine's economy has become relevant. Permanent excess of demand over supply of foreign currency in the domestic currency market in recent years has necessitated additional financial resources from abroad. In addition, revenues and effective use of foreign currency is not only essential for stabilizing the financial sector in the state, but is also a catalyst of market transformations in society, a prerequisite for innovation and development of socio-economic sphere in general.

The purpose of this paper is to analyze the main sources of foreign currency inflows in the context of exchange rate stability in Ukraine. The study determined that the largest sources of foreign currency inflows in Ukraine are earnings from exports of goods and services, external loans, foreign investment, factor income from abroad and currency transfers. The analysis showed that over the past ten years the volume of receipts from the mentioned sources tended to increase. The exception is the crisis years, when, on the contrary, there was reduction in the flow of financial resources from abroad.

The paper presents comparative analysis of selected indicators characterizing the extent of foreign currency inflows in Ukraine and other countries. It was determined that Ukraine, according to these indicators per capita, is significantly behind not only of developed markets, but also of the countries with transition economies. The problem is exacerbated by the fact that in a complicated political situation in Ukraine, attracting foreign capital from abroad is becoming significantly more difficult.

The author demonstrated the impact of foreign currency earnings for the country's balance of payments and exchange rate dynamics of the national currency. During the research of the main sources of foreign currency inflows, the dynamics of the gross external debt of Ukraine has been also analyzed. It was determined that its growth is due to the

unbalanced state budget, the deficit of the trade balance and imbalance of the domestic currency market. In addition, the devaluation of the hryvnia has led to a rapid increase in gross external debt to GDP ratio and, consequently, exceeding a safe threshold.

In a sharp reduction in foreign investment inflows, factor income and current transfers automatically transformed into one of the largest sources of foreign currency earnings to the country. Research has shown that Ukraine receives about 80 % of revenues in these channels from immigrants as payment for their work. Unlike investment resources, remittances are least dependent on critical processes and have a clear counter-cyclical nature of formation and functioning.

Key words: foreign currency inflows, exchange rate, exports, foreign investments, external debt, current transfers, factor income.

Постановка проблеми

В умовах дефіцитності платіжного балансу та глибокої девальвації гривні проблема пошуку нових та розширення наявних джерел валютних надходжень в економіку України особливо актуалізувалася. Перевищення попиту над пропозицією на вітчизняному валютному ринку, спричинене, насамперед, платіжними дисбалансами, а також зростанням панічних настроїв серед економічних суб'єктів, зумовила необхідність залучення додаткових фінансових ресурсів з-за кордону. Крім того, надходження та ефективне використання іноземної валюти є не тільки важливою умовою стабілізації фінансового сектору держави, а й своєрідним каталізатором ринкових трансформацій у суспільстві, передумовою впровадження інновацій та розвитку соціально-економічної сфери загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідження структурних чинників, що визначають стан платіжного балансу країни, а відтак валютно-курсову динаміку, покладено в основу праць таких зарубіжних вчених, як А. Аслунд, М. Бахмані-Оскоуї, П. Кругман [1], К. Кулкарні [2], А. Лернер, С. Магі, Р. Манделл, П. Мессон, М. Обстфельд [3], А. Ратхи, Е. Роуз [4] та ін. Серед праць вітчизняних вчених, які здійснювали дослідження в цьому напрямку, варто згадати роботи В. Андрійчука, О. Анісімової, О. Береславської [5], О. Дзюблюка, Ф. Журавки, В. Литвицького [6], С. Ніколайчука [7], М. Пацери, В. Сіденка [8], В. Шевчука [9], О. Черняка та ін. Зокрема, ними здійснено аналітичну оцінку впливу дефіциту платіжного балансу на рівновагу національного валютного ринку, а також наведено механізм оптимізації платіжного балансу в умовах диспропорційності розвитку зовнішньоекономічної діяльності країни. Крім того, окремі аспекти залучення іноземного капіталу в економіку України висвітлено в працях І. Крупки [10], З. Луцишин [11], В. Осокіної [12], В. Сільченка [13] та ін. Проте, незважаючи на вагомий внесок як зарубіжних, так і вітчизняних вчених у розробленість цієї тематики, недостатньо систематизованими залишаються джерела валютних надходжень у процесі формування бездефіцитного платіжного балансу та стабілізації валютного курсу національної грошової одиниці.

Постановка цілей

Метою статті є аналіз основних джерел надходження іноземної валюти в контексті забезпечення валютно-урсової стабільності в Україні. Визначена мета зумовлює постановку таких цілей:

- систематизація найбільших за обсягами джерел надходження іноземної валюти;
- визначення основних переваг та недоліків залучення іноземного капіталу для вітчизняної економіки;
- обґрунтування впливу динаміки валютних надходжень на стан платіжного балансу країни та стабільність національної валюти в різні часові періоди.

Виклад основного матеріалу

На сучасному етапі розвитку світової економічної системи постійно розширюється інструментарій та збільшується кількість джерел залучення фінансового капіталу в економіку

країни-реципієнта. Надшвидкими темпами зростає рівень монетизації світової економіки, що вказує на наявність потужного ресурсного потенціалу у світі, збільшується кількість міжнародних фінансово-кредитних організацій, що готові надавати тимчасово вільні кошти на розвиток національних економік, врешті-решт, посилюється співпраця між країнами в рамках міжнародного поділу праці. В цьому аспекті країнам важливо створити в себе належні інституційні передумови для швидкого залучення необхідних ресурсів без зайвих фінансових втрат.

В силу обставин, інституційне середовище в Україні наразі не сприяє інтенсифікації співпраці з іноземними інвесторами, кредиторами, торговельними партнерами. Подвійна економічна криза, яка спостерігалася в Україні впродовж останніх десяти років, суттєво ослабила як національну економіку, так і її грошову одиницю. Тому ефективне використання наявних та пошук нових джерел фінансового забезпечення валютно-курсової стабільності є вкрай важливою проблемою, яку негайно потрібно вирішувати.

Сьогодні основними джерелами валютних надходжень в Україну, що формують пропозицію іноземної валюти на вітчизняному валютному ринку, є:

- валютна виручка від експорту товарів та послуг;
- зовнішні запозичення;
- іноземні інвестиції;
- факторні доходи з-за кордону (оплата праці резидентам за межами країни та доходи від закордонних інвестицій);
- поточні трансферти.

Аналізуючи вищезазначені джерела отримання іноземної валюти, можна констатувати, що найбільші за обсягами грошові надходження з-за кордону Україна отримує від експортної діяльності. Маючи доволі потужний експортний потенціал та реалізуючи свою продукцію за кордоном, Україна постійно намагається проникати на нові ринки збуту. Загалом експорт товарів та послуг з нашої країни здійснюється до понад 130 країн [14]. На кінець 2013 р. частка України у структурі світового експорту становила 0,38 %. За цим показником вона зайняла 48 місце серед 223 країн світу [15].

У цьому сенсі доцільно зазначити, що експортна виручка важлива для приймаючої країни не тільки через те, що вона забезпечує країну великим обсягом іноземної валюти, а й через те, що експорт по суті “формує” її ВВП через компоненту чистого експорту. Крім того, виручка від експортної діяльності переважно спрямовується в подальшу виробничу діяльність експортоорієнтованих підприємств, що створює передумови до врівноваження платіжного балансу в майбутньому.

Підтвердженням вищесказаного є те, що впродовж 2005–2014 рр. Україна експортувала товарів та послуг на загальну суму 700,4 млрд. дол. США. Враховуючи тісний кореляційний взаємозв'язок між динамікою експортних операцій та сальдо платіжного балансу в Україні, саме конкурентоспроможність вітчизняних товарів та послуг за кордоном переважно визначала динаміку валютного курсу гривні протягом минулих років (рис. 1).

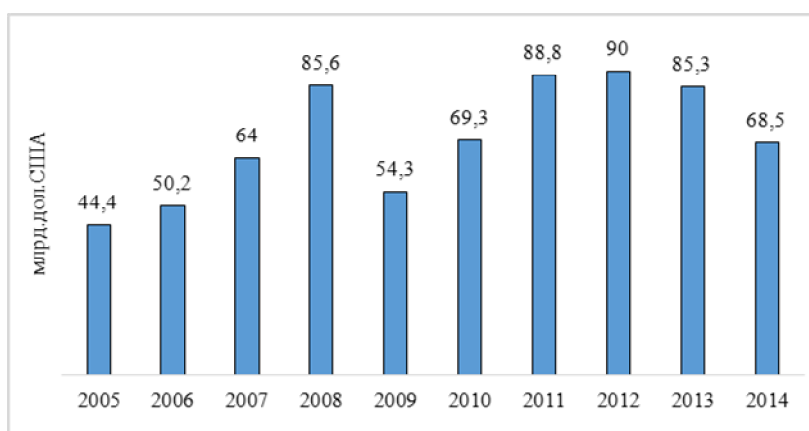


Рис. 1. Динаміка експорту товарів і послуг України впродовж 2005–2014 рр.
Джерело: складено автором за даними [16; 17]

На рис. 1 продемонстровано динаміку експорту товарів та послуг України, яка мала в основному висхідний характер. Проте в 2009 р., в період розгортання світової фінансово-економічної кризи, коли спостерігалось різке скорочення попиту на світових товарних ринках, зокрема на вітчизняну продукцію, обсяги експорту товарів та послуг України впродовж року знизилися на понад 36,5 % [17]. Аналогічна ситуація спостерігалась і в 2014 р., коли призупинення діяльності численної кількості експортоорієнтованих підприємств на сході країни, а також погіршення ділових зв'язків з Російською Федерацією призвели до стрімкого падіння обсягів експорту України. Як наслідок, обмінний курс національної валюти в ці періоди також мав тенденцію до зниження.

Аналізуючи динаміку експортних операцій України, особливу увагу варто зосередити на високому рівні експортної квоти вітчизняної економіки, що визначається як відношення експорту товарів та послуг до ВВП країни. В цьому аспекті доречно зазначити, що економісти Європейського Союзу обґрунтували критерій експортної квоти, за якого країна не зазнає підвищення ризику впливу глобальних коливань світових ринків, на рівні 25–30 % [18, с. 21]. Експортна квота України у 2005–2013 рр. коливалася в межах 44–55 %, а в 2014 р. взагалі сягнула позначки 69,0 %, що свідчить про зростання залежності вітчизняного експорту, а відтак і темпів економічного зростання та динаміки валютного курсу гривні, від тенденцій розвитку світового господарства та зовнішньополітичної кон'юнктури (рис. 2).

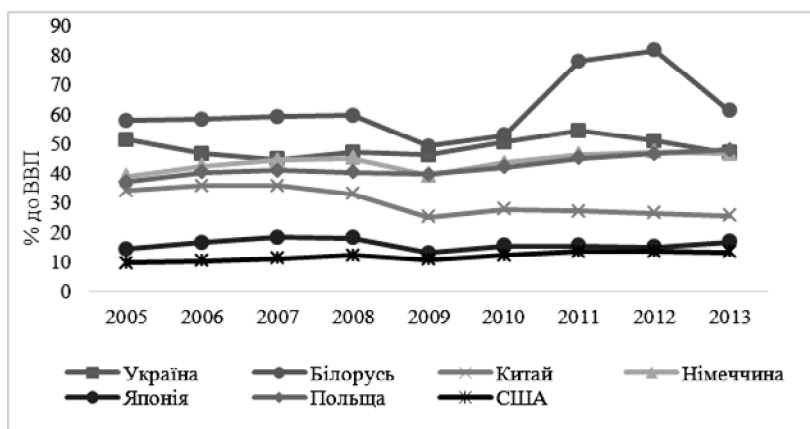


Рис. 2. Відношення експорту товарів та послуг до ВВП в Україні та інших країнах світу впродовж 2005–2014 рр., %

Джерело: складено автором за даними [17; 19]

Як видно на рис. 2, у 2005–2013 рр. експортна квота України була набагато більшою, ніж у країнах з розвинутою економікою. З-поміж аналізованих країн тільки у Білорусі відношення експорту до ВВП було вищим. Така залежність національної економіки від динаміки експортних операцій хоча й сигналізує про високий ступінь інтегрованості у світове господарство, проте одночасно робить її надзвичайно вразливою до зовнішніх шоків.

Незважаючи на те, що в Україні рівень експортної квоти доволі високий, обсяг валютної виручки від експорту товарів та послуг на душу населення є в рази меншим, ніж в розвинених країнах та країнах, що розвиваються. Якщо в Україні на кінець 2013 р. цей показник становив 1,8 тис. дол. США, то зокрема в Білорусі він знаходився на рівні 4,7 тис. дол. США, Польщі – 6,3 тис. дол. США, Японії – 6,5 тис. дол. США, Німеччині – 21,0 тис. дол. США [19]. Тому в контексті аналізу рівня фінансового забезпечення валютно-курсової стабільності в Україні, можна стверджувати, що експортний потенціал нашої держави використовується не повною мірою. Володіючи потужною сировинною базою, Україна водночас входить до групи аутсайдерів на світовому товарному ринку з виробництва та реалізації високотехнологічної продукції.

Наступним джерелом фінансових вливань в економіку України є зовнішні запозичення, які покликані не тільки стимулювати економічне зростання, а й забезпечувати стабільність фінансової системи країни. Саме незбалансованістю державного бюджету, дефіцитністю торговельного балансу, неврівноваженістю вітчизняного валютного ринку пояснюється формування валового зовнішнього боргу України у великих обсягах.

Особливістю зовнішніх запозичень є те, що переваги від їхнього здійснення помітні лише за умови ефективного використання отриманих ресурсів. Водночас надмірне залучення зовнішніх позик може породжувати загрози для макроекономічної стабільності всередині країни, передусім, внаслідок підвищення чутливості національної фінансової системи до зовнішніх стресів. Пояснити це можна тим, що нарощування зовнішньої заборгованості супроводжується підвищенням рівня валютних ризиків і ризиків рефінансування боргу. Своєю чергою, обсяги короткострокового боргу і боргу в іноземній валюті вважають основними індикаторами вразливості фінансової системи країни до дії зовнішніх чинників. Недавні та сучасна фінансові кризи і випадки їхнього поширення на інші країни у світовому масштабі тісно були пов'язані саме з розміром зовнішнього національного боргу і проблемами забезпечення його стабільного обслуговування [10, с. 293].

Аналізуючи динаміку валового зовнішнього боргу України, насамперед, доречно зазначити, що за даними на кінець 2014 р. його обсяг становив 126,3 млрд. дол. США, скоротившись з початку року на 15,8 млрд. дол. США. Відносно ВВП, обсяг боргу, навпаки, зріс за рік з 78,3 % до 127,1 % (рис. 3).

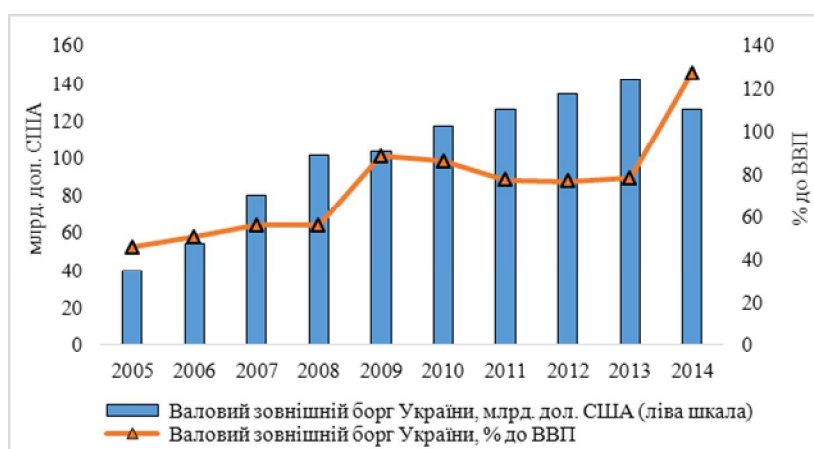


Рис. 3. Динаміка валового зовнішнього боргу України у 2005–2014 рр.

Джерело: складено автором за даними [16; 17]

На рис. 3 показано висхідну динаміку обсягу зовнішніх запозичень України та одночасне зростання валового зовнішнього боргу країни відносно ВВП впродовж останнього десятиліття. За аналізований період обсяг зовнішньої заборгованості України зріс на 86,7 млрд. дол. США, або в 3,2 разу. Крім того, з рис. 3 видно, що в 2009 р. та 2014 р. валовий зовнішній борг відносно ВВП мав тенденцію до різкого зростання. Схожі боргові шоки викликані насамперед девальваційними процесами, що спостерігалися в Україні саме в цей період, оскільки зовнішня заборгованість номінована в іноземній валюті, тоді як розрахунок номінального ВВП проводився в національній грошовій одиниці. Отже, починаючи з 2009 р., відношення зовнішнього боргу України до ВВП суттєво перевищує безпечний пороговий рівень, що встановлений міжнародним співтовариством на рівні 60 %.

У структурі валового зовнішнього боргу України обсяги запозичень корпоративного сектору істотно переважають обсяги запозичень органів державного управління (рис. 4).

На рис. 4 чітко видно, що до 2008 р. включно частка зовнішніх запозичень вітчизняного банківського сектору у загальній структурі сукупного зовнішнього боргу України перманентно зростала. Ліквідність міжнародних фінансових ринків та дешеві кредитні ресурси за кордоном стимулювали банківські установи здійснювати позики за межами країни. Проте, одночасно з посиленням фінансово-економічної кризи в Україні зразка 2008–2009 рр., яка безпосередньо торкнулася і вітчизняної банківської системи, кредитна експансія з боку банківських установ призупинилася, а з нею і зовнішні запозичення.

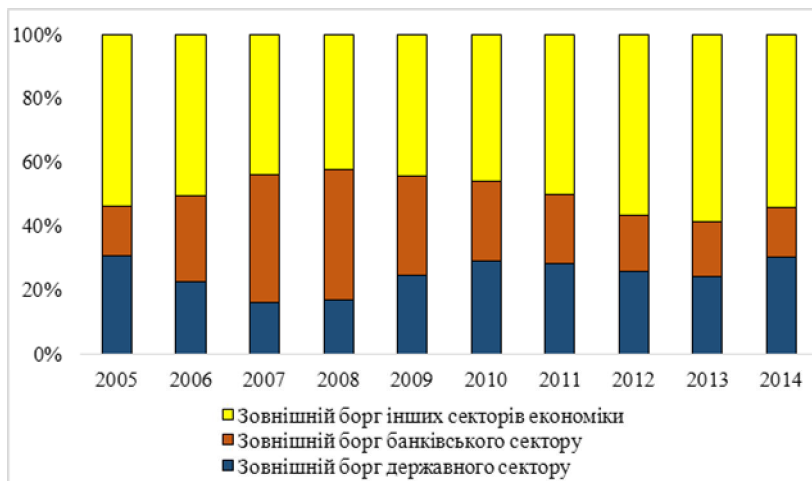


Рис. 4. Структура валового зовнішнього боргу України

Джерело: складено автором за даними [17]

Порівнюючи структуру валового зовнішнього боргу України в 2014 р. та 2005 р., варто зазначити, що вона практично не змінилася. Частка зовнішніх запозичень державного сектору становила 30,0 %, банківського – 16,0 %, інших секторів економіки – 54,0 %.

Незважаючи на це, вплив зростання зовнішньої заборгованості на економіку України доволі неоднозначний. З одного боку, зовнішні запозичення стимулювали вітчизняні банківські установи до проведення політики кредитної експансії в передкризовий період та водночас сприяли зростанню ділової активності, забезпечували надходження іноземної валюти в країну, вирівнюючи тим самим платіжний баланс. З іншого боку, зовнішні позики як державного, так і приватного сектору спрямовувалися переважно на споживчі цілі. Враховуючи той факт, що Україні притаманна схильність до споживання імпортних товарів, це, по-перше, зумовило нераціональне використання кредитних ресурсів, а по-друге, посилило борговий тягар.

Ще одним важливим джерелом валютних надходжень в Україну є прямі та портфельні іноземні інвестиції. На відміну від зовнішніх запозичень, інвестиційний капітал, особливо у формі прямих інвестицій, характеризується, як правило, довшим терміном використання та спрямованістю безпосередньо у виробничу сферу. Одночасно іноземні інвестиції є одним із основних способів отримання світового організаційного досвіду та управлінської практики для країни-реципієнта. Вони також сприяють розвитку фінансового ринку країни, зокрема через розширення спектру фінансових операцій, інтенсифікують ринкові перетворення в суспільстві тощо. Крім того, завдяки іноземним інвестиціям відбувається освоєння нових технологій виробництва, інноваційних методів, заміна застарілого чи створення нового устаткування [20, с. 30].

Проте особливістю іноземного інвестування є те, що його здійснення можливе лише за умов досягнення повної макроекономічної та макрофінансової стабільності в приймаючій країні. Тому основні міжнародні потоки капіталу, як і раніше, циркулюють між розвиненими країнами. Обсяг припливу прямих та портфельних іноземних інвестицій на ринки країн, що розвиваються, залишається доволі невеликим. Частка іноземних інвестицій, що припадає на цю групу країн, у світовому масштабі не перевищує 20–30 % [11].

В Україні ж, незважаючи на позитивну динаміку як прямих, так і портфельних інвестицій гостра потреба в залученні додаткового інвестиційного капіталу для завершення структурної перебудови економіки та підтримки валютного курсу гривні нікуди не зникла (рис. 5).

Як показано на рис. 5, за підсумками 2014 р. загальний обсяг акумульованих прямих іноземних інвестицій у вітчизняну економіку становив 64,3 млрд. дол. США, тоді як портфельних – 33,0 млрд. дол. США. За аналізований період обсяг прямих іноземних інвестицій зріс у 3,74 разу, а портфельних – у 3,67 разу. Варто зазначити, що впродовж 2005–2013 рр. зберігалася позитивна динаміка із залучення іноземного інвестиційного капіталу. Проте в 2014 р. у зв'язку зі складною політичною ситуацією в країні та погіршенням макроекономічних передумов обсяг прямих та портфельних іноземних інвестицій в економіку України різко скоротився – на 12,4 млрд. дол. США та 3,3 млрд. дол. США відповідно.



Рис. 5. Динаміка прямих та портфельних іноземних інвестицій в економіку України впродовж 2005–2014 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором за даними [17]

Незважаючи на погіршення динаміки надходжень прямих іноземних інвестицій у 2014 р., їхній обсяг відносно ВВП внаслідок девальвації гривні та ще сильнішого скорочення номінального ВВП, навпаки, зріс з 42,1 % роком раніше до 64,8 % [17]. Водночас обсяг прямих іноземних інвестицій на душу населення в Україні залишається на порядок нижчим, ніж у розвинених країнах. Якщо в Україні за підсумками 2013 р. цей показник становив 1704 дол. США, то зокрема в Литві – 5435 дол. США, Польщі – 6523 дол. США, Чехії – 13699 дол. США, Німеччині – 16461 дол. США, Швеції – 53247 дол. США, Бельгії – 103017 дол. США [15; 19].

Своєю чергою, аналіз структури прямих іноземних інвестицій за видами економічної діяльності показав, що на кінець 2013 р. найбільше інвестиційних ресурсів надійшло в такі сфери вітчизняного господарства: фінансова та страхова діяльність – 25,7 % від загального обсягу, металургія та виробництво готових металевих виробів – 16,4 %, оптова та роздрібна торгівля – 11,1 %, операції з нерухомим майном – 6,4 %, професійна, наукова та технічна діяльність – 5,1 % [14].

Основними країнами-інвесторами, що здійснювали капіталовкладення в українську економіку, є Кіпр – 29,9 % від загального обсягу акумульованих прямих іноземних інвестицій, Німеччина – 12,5 %, Нідерланди – 11,1 %, Російська Федерація – 5,9 %, Австрія – 5,5 %. Частка інших, окремо взятих, країн у загальній структурі не перевищує 5,0 %. Цікаво, що близько 60,0 % прямих іноземних інвестицій від загального обсягу надійшли з країн, що тією чи іншою мірою належать до так званих офшорних зон. Це свідчить про те, що доволі значна частка капіталовкладень у вітчизняну економіку, за своєю суттю, є репатрійованим прибутком, не оподаткованим в Україні.

Крім зазначених вище джерел фінансового забезпечення валютно-курсової стабільності в Україні, вагому роль також відіграють надходження грошових коштів з-за кордону за такими каналами, як факторні доходи та поточні трансферти. Структурний аналіз показав, що близько 80 % надходжень за цими каналами Україна отримує від емігрантів як оплату їхньої праці. До прикладу, якщо доходи від інвестицій в 2013 р. становили 1,0 млрд. дол. США, то доходи від оплати праці – 6,8 млрд. дол. США. В структурі надходжень за поточними трансфертами грошові перекази працюючих за кордоном також превалюють над іншими джерелами [17].

На відміну від інвестиційних ресурсів, грошові перекази мігрантів найменшою мірою залежать від кризових процесів і мають чітко виражену антициклічну природу формування і функціонування [12, с. 70]. Більше того, в період загострення кризових явищ всередині країни, навпаки, дедалі більше громадян виїжджає за її межі, результатом чого є зростання обсягу факторних доходів та поточних трансфертів з-за кордону. Ще однією суттєвою перевагою цих джерел грошових надходжень є те, що отримані фінансові ресурси не потрібно з часом повертати назад, як у випадку із зовнішніми запозиченнями чи репатріацією іноземних інвестицій.

Зростаюча роль приватних переказів з-за кордону на сучасному етапі розвитку національної економіки пояснюється також тим, що в умовах різкого скорочення іноземних інвестицій в 2014 рр. факторні доходи та поточні трансферти автоматично трансформувалися в одне з наймасштабніших джерел валютних надходжень до країни (рис. 6).

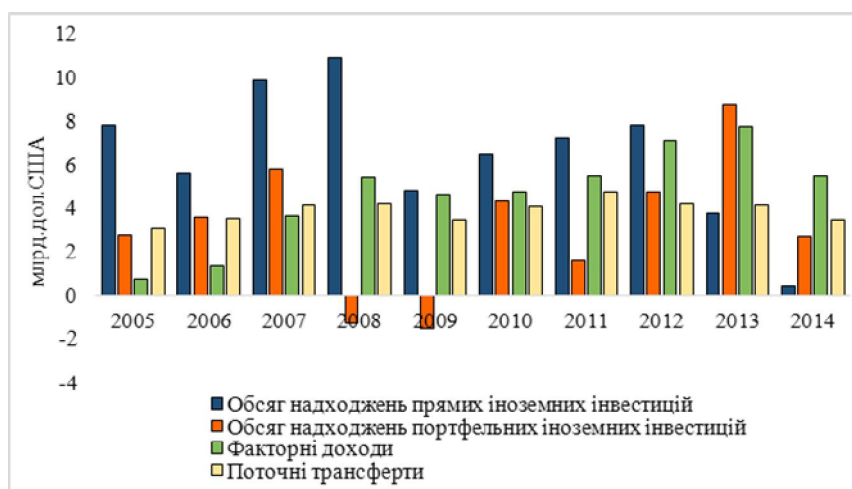


Рис. 6. Порівняльна динаміка надходжень іноземних інвестицій, факторних доходів та поточних трансфертів в Україну у 2005–2014 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором за даними [17]

На рис. 6 видно, що якщо іноземні інвестиції в період розгортання фінансово-економічної кризи зразка 2008–2009 рр. та кризи, що розпочалася в 2014 р., мали тенденцію до різкого скорочення, то факторні доходи, а також поточні трансферти в Україну залишалися практично незмінними. За підсумками 2014 р. обсяг надходжень за цими двома каналами становив 8,92 млрд. дол.США, або 9,0 % до ВВП. Доходів від факторів виробництва Україна отримала у розмірі 5,50 млрд. дол. США, поточних трансфертів – 3,42 млрд. дол. США.

Загалом позитивний вплив грошових переказів на розвиток вітчизняної економіки може проявлятися і в багатьох інших аспектах. По-перше, частина отриманих фінансових ресурсів трансформується в інвестиції. За даними різних опитувань, в Україні близько 7–8 % отриманих з-за кордону коштів у формі трансфертів спрямовувалися на відкриття чи розширення бізнесу. Крім того, результати дослідження показали, що серед осіб з міграційним досвідом частка самозайнятих була в 1,5 разу більшою, а частка роботодавців на третину більшою, ніж серед зайнятого населення загалом [21]. По-друге, грошові перекази зменшують ризики дестабілізації вітчизняної економіки, а відтак можуть підвищувати атрактивність залучення інвестицій в країну. По-третє, перетворюючись на заощадження у фінансових установах, перекази сприяють здешевленню кредитів і, як наслідок, зростанню ділової активності.

Доцільно також зазначити, що грошові перекази з-за кордону не тільки формують фінансову базу для стійкого економічного зростання, а ще й виконують соціальну функцію, оскільки сприяють підвищенню рівня життя населення та відповідно зниженню рівня бідності. Аналіз, проведений Міжнародним валютним фондом по 101 країні світу, довів, що десятивідсоткове збільшення переказів у розрахунку на душу населення зменшує бідність на 3,5 % [22].

Висновки

Отже, валютні надходження з-за кордону загалом сприяють вирівнюванню платіжного балансу та врівноваженню валютного ринку країни, а також за умов їхнього ефективного використання можуть виконувати роль каталізатора ринкових перетворень. Серед найбільших за обсягами джерел надходження іноземної валюти варто виокремити: валютну виручку від експорту товарів та послуг, зовнішні запозичення, іноземні інвестиції, факторні доходи з-за кордону, а також

поточні трансферти. Результати дослідження показали, що впродовж 2005–2014 рр. динаміка валютних надходжень в економіку України, за винятком кризових років, загалом була позитивною. Водночас надходження іноземних інвестицій та експортної виручки в розрахунку на душу населення в Україні залишаються в рази меншими, ніж в країнах, що розвиваються, не кажучи вже про країни з розвинутою економікою. З огляду на це розширення наявних джерел надходження іноземної валюти має стати одним із пріоритетних завдань органів державної влади в найближчій перспективі як в контексті забезпечення стабільності валютного курсу української гривні, так і з позиції збалансованого розвитку національної економіки.

Перспективи подальших досліджень

Результати проведеного дослідження можна використати надалі для оцінювання стану платіжного балансу країни, обґрунтування рекомендацій щодо його оптимізації, а також визначення взаємозв'язку динаміки валютних надходжень та валютного курсу національної грошової одиниці. Крім того, систематизація джерел валютних надходжень сприятиме розширенню науково-теоретичної бази у сфері формування пропозиції іноземної валюти на вітчизняному валютному ринку.

1. Krugman, P. A model of balance-of-payments crises // *Journal of Money, Credit and Banking*. – 1979. – Vol. 11. – pp. 311–325.
2. Kulkarni K. Testing the J□Curve Hypothesis Case Studies from Around the World / K. Kulkarni. – Denver, CO. – 2009. – pp. 2–29.
3. Obstfeld, M. Rational and self-fulfilling balance-of-payments crises // *American Economic Review*. – 1986. – Vol. 76(1). – pp. 72–81.
4. Rose A. K. The role of exchange rates in a popular model of international trade: Does the 'Marshall–Lerner' condition hold? // *Journal of International Economics*. – Vol. 30. – 1991. – pp. 301–316.
5. Береславська О. Дисбаланси валютного ринку України / О. Береславська // *Вісник Національного банку України*. – 2013. – № 3. – С. 3–9.
6. Литвицький В. Дисбаланс, або платіжний дефіцит / В. Литвицький // *Вісник НБУ*. – 2009. – № 7. – С. 9–13.
7. Ніколайчук С. Вплив глобальної фінансово-економічної кризи на платіжний баланс України та динаміку його основних показників / С. Ніколайчук, І. Каушан // *Вісник Національного банку України*. – 2009. – №11. – С. 32–40.
8. Сіденко В. Р. Регулювання платіжного балансу країни в умовах глобальної нестабільності / В. Р. Сіденко // *Економіка і прогнозування*. – 2014. – № 3. – С. 7–19.
9. Шевчук В. О. Платіжний баланс, економічне зростання і стабілізаційна політика: монографія / В. Шевчук. – Львів: Кальварія, 2008. – 734 с.
10. Крупка І. М. Міжнародний рух капіталу і проблеми розвитку економіки України / І. М. Крупка // *Вісник Львів. ун-ту. Серія: Економіка* – 2008. – Вип. 40. – С.287–295.
11. Луцишин З. Асиметрія фінансової глобалізації / З. Луцишин // *Економічний Часопис-XXI*. – 2006. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.soskin.info/ea.php?pokazold=20060712&n=7-&y=2006>.
12. Осокіна В. Грошові трансферти трудових мігрантів в контексті інвестицій в економіку / В. Осокіна, Н. Руденко // *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка*. – 2013. – № 151. – С. 67–72.
13. Сільченко В. В. Особливості використання і наслідки впровадження іноземного капіталу / В. В. Сільченко // *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Економіка*. – 2009. – №3. – С. 52–58.
14. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua – Назва з екрана.
15. Офіційний сайт Центрального розвідувального управління США [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.cia.gov – Назва з екрана.
16. Бюлетень Національного банку України // *Національний банк України*. – 2015. – №1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=13617293>.
17. Платіжний баланс і зовнішній борг України // *Національний банк України*. – 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=7471977>.
18. Груциньська Н. М. Розвиток експортного потенціалу України в сучасних світогосподарських процесах / Н. М. Груциньська, М. П. Музиченко // *Актуальні проблеми економіки*. – 2010. – №7 (109). – С. 19-26.
19. Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.imf.org – Назва з екрана.
20. Крупка І. М.

Особливості та перспективи іноземного інвестування в економіку України / І. М. Крупка // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка – 2009. – № 111. – С. 30–33. 21. Перекази мігрантів з-за кордону та можливі заходи щодо їх заохочення та ефективного використання Аналітична записка // Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua>. 22. Ratha D. Leveraging remittances for development / Migration Policy Institute. – Policy brief. – June. – 2007. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.migrationpolicy.org/pubs/MigDevPB_062507.pdf.

УДК 331.1:336.42

М. М. Ткачов

Національний технічний університет “Харківський політехнічний інститут”

МОДЕЛЮВАННЯ РИНКУ АВТОМОБІЛЬНИХ ЗАПАСНИХ ЧАСТИН З УРАХУВАННЯМ КОНТРАФАКТУ

Ї Ткачов М. М., 2015

Розглянуто загальний стан та основні тенденції зміни світового ринку контрафактних товарів. Досліджено один з його важливих сегментів – ринок контрафактних автомобільних запасних частин. Обґрунтовано основні джерела появи на ринку незаконної продукції. Розроблено графічну модель ринку автозапчастин з урахуванням контрафактної продукції. Визначено основні сценарії її можливої зміни: зміна положення кривої ринкового попиту, зміна положення кривої пропозиції оригінальних запчастин, зміна положення кривої загальної пропозиції з урахуванням контрафакту.

Ключові слова: контрафакт, правовласники, автомобільні запчастини, оригінальні вироби, модель ринку, попит, пропозиція

М. Tkachev

National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”

MODELING AUTO SPARE PARTS MARKET WITH THE ACCOUNT OF COUNTERFEIT

Ї Tkachev M. M., 2015

The general situation and major trends in the global market of counterfeit goods are considered. A study of one of its important segments - automotive market of counterfeit spare parts is performed. The basic sources of illegal products on the market are analyzed. This is part of the original products produced by official manufacturers that the offenders receive for implementing shadow schemes; part of the original production, which is transferred to manufacturers place on the market or to a particular market segment without their permission; auto parts and accessories made by unofficial producers in violation of the holders' exclusive rights (fake brands, manufacturing products under a different name); parallel imports of auto parts and accessories, which represent the original products imported to the national market of Ukraine without permission to use logos; direct copying some independent automotive products of official car manufacturers that they sell with their own name.

A graphical model of auto spare parts market with the account of counterfeit goods is presented. It includes three main functions: the function of the demand curve for spare parts;

the function of the total supply of spare parts on the market (including counterfeit products; supply of components). The interaction of these functions allows the author to find the value of the maximum potential economic loss for the original producers (earnings of the sellers of counterfeit products). The main scenarios of possible changes are: change in the demand curve position; change of the original parts supply curve position; change of the total supply curve with the account of counterfeit.

The proposed scientific and methodical approach to modeling the auto parts market with the account of counterfeit allows determining potential losses suffered by legal owners due to exclusive rights violations.

Basic methodological approaches, the implementation of which leads to a decrease in counterfeit goods on the domestic auto parts market are analyzed. First, the prices on the original auto parts may in some way affect the target market. This effect may be defined as a change of the supply curve (it will shift down). Second, it is the legislative strengthening of violators' punishment (criminal, financial, moral etc.). As a result, this will reduce illegal products supply in the auto parts market. Third, it is strengthening of the socio-psychological component of the marketing program of the original products producers and the state. Consumers of counterfeit parts must be aware of possible negative consequences of their use, and it is necessary to convince them of the need to give priority to better, more reliable and safer products.

Key words: counterfeit, holders, car parts, original products, market model, demand, supply.

Постановка проблеми

Відтворення результатів інтелектуальної діяльності з порушенням виключних прав та їх продаж ("контрафакт") завдають величезної шкоди правовласникам, цілим галузям, споживачам і державі, сприяють нарощуванню кризових явищ в економіці країни та її окремих галузей [1]. Причинами розповсюдження контрафактної продукції у світовому масштабі є значний і постійно зростаючий обсяг ринків цієї власності і висока рентабельність її нелегального виробництва. За оцінками Всесвітньої митної організація (WCO) і Міжнародної Торгової Палати (МТП), світовий обсяг реалізованих товарів на 10 % складається з контрафактної, піратської і продукції "сірого" ринку, а щорічний економічний і соціальний збиток світової економіки становить до \$ 775 млрд. Згідно з прогнозами, до кінця 2015 року ця цифра сягне \$ 1,7 трлн. За розрахунками цих організацій, підробки щорічно виймають близько 600 млрд. євро зі світової економіки, що еквівалентно втраті оригінальними товарами по всьому світу приблизно 5–7 % ринку [2]. Крім того, статистика стверджує, що в результаті виробництва підробленої продукції на території країн "Великої двадцятки" в результаті поширення підробленої продукції втрачено близько 2,5 млн. робочих місць. Контрафакція не тільки завдає шкоди економіці, вона спричиняє фінансові негаразди в діяльності підприємницьких структур, зменшення легального товарообігу, крадіжку ноу-хау, безробіття, судові розгляди, викликані продажем контрафактної продукції і підвищення цін через збільшення охоронних систем, використовуваних для боротьби з організованою кримінальною діяльністю, та інвестиціями в науково-дослідні та проектно-конструкторські роботи [3]. МТП оцінює розмір втрат, недоотриманих податків і витрат на додаткові заходи на запобігання контрафакту в 125 мільярдів доларів США тільки в розвинених країнах. За матеріалами Форуму "Антиконтрафакт-2012", щорічні збитки становлять: в Російській Федерації – близько 3 млрд. доларів США, Україні – 1,5 млрд. доларів США, Республіці Білорусь, Республіці Казахстан, Киргизькій Республіці та Республіці Молдова – від 0,5 до 1,4 млрд. доларів США [4]. Такий стан справ на галузевому ринку автозапчастин приводить до нагальної необхідності проведення наукових досліджень існуючої проблеми.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Дослідження та аналіз проблеми порушень виключних прав знаходиться в центрі уваги багатьох дослідників. Насамперед серед них слід згадати наукові праці В. В. Волгіна [5], С. А. Середи [6, 7], П. Г. Перерви [8, 9], А. В. Костіна [10], А. М. Козирєва [11], А. І. Грабченко

[12], О. Кононенко [13], Ю. В. Чалої [14] та ін., в яких детально розглядаються проблеми формування та розвитку ринку контрафактної продукції. Разом з тим, на наш погляд, низка важливих питань з цієї проблематики ще залишаються поза увагою дослідників. Теорія і практика економічних проблем контрафакту може бути досить ефективно впроваджена і в інші сфери ринкової діяльності промислових підприємств, зокрема для відстежування процесів формування, економічного оцінювання, зміни та управління інтелектуальною діяльністю (об'єктами інтелектуальної власності) інноваційно орієнтованих промислових підприємств, що передбачає розроблення ефективного механізму управління ринковими процесами в сфері продукції, яка є найвразливішою для порушників виключних прав.

Слід також відзначити недостатнє розроблення комплексу задач, пов'язаних з моніторинговим обстеженням рівня економічних збитків, які несуть правовласники від незаконних дій деяких виробників контрафактних виробів. Практично відсутні наукові рекомендації з обґрунтування економічних методів боротьби з контрафактною продукцією, наявні дослідження містять переважно тільки законодавчі ініціативи, які в умовах розвиненого ринку не є достатньо ефективними. На необхідність теоретичного осмислення та практичного втілення цих задач вказано в фундаментальних роботах з інноваційного менеджменту П. Г. Перерви [15, 16].

Теоретична важливість зазначених задач, їх практична значущість для ефективної діяльності підприємств передбачають розвиток та вдосконалення положень дослідження ринкових характеристик контрафактної продукції, наукового обґрунтування рівня збитків правовласників від порушення їх виключних прав.

Постановка цілей

Метою статті є розроблення та наукове обґрунтування методичних рекомендацій з моделювання ринку автомобільних запасних частин з урахуванням контрафактної продукції та розроблення методичних рекомендацій з формування сценаріїв зменшення величини загальних доходів виробників оригінальних автозапчастин від нелегальної пропозиції.

Досягти мети можна вирішенням таких завдань:

- дослідити галузеву структуру контрафакту в світі і в нашій країні, яка має важливе значення для визначення напрямків боротьби з порушниками виключних прав та концентрації зусиль на ключових напрямках;
- провести моделювання ринку найвразливіших для контрафакту видів продукції, дослідження його структурних стадій та найважливіших характеристик (попиту, пропозиції, ціни, потреб, споживацьких уподобань та купівельних спроможностей тощо);
- визначити головні джерела формування пропозиції контрафактних виробів на цільовому (світовому, регіональному, національному, галузевому) ринку;
- розробити дієві заходи протидії порушникам виключних прав, здійснити їх економічне обґрунтування та сформулювати методичні рекомендації з використання.

Виклад основного матеріалу

Проведені нами дослідження свідчать про те, що макроекономічні моделі ринку певних видів продукції як в нашій країні, так і за її межами містять певну частину контрафактної продукції. Починаючи з підробок програмного забезпечення та лікарських препаратів і закінчуючи підробками складових повітряних лайнерів та продукції оборонного значення, кількість контрафактних товарів швидко збільшується і перетворюється на процвітаючий нелегальний сектор економіки. Крім того, що виробники контрафактних товарів отримують значні доходи, мільйони споживачів піддаються ризику, використовуючи небезпечні і неякісні вироби. На думку деяких дослідників, контрафактна частина ринку може бути значною. Наприклад, за оцінкою Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), до 10 % медичних препаратів, що продаються в світі, є підробленими, і в результаті їх розповсюдження фармацевтична промисловість втрачає близько 46 млрд. дол. на рік. Світовий ринок контрафактних запасних автомобільних частин становить близько 12 млрд. дол. на рік. Найбільшими виробниками контрафакту є Китай, Філіппіни, В'єтнам, Росія, Україна, Бразилія, Пакистан і Парагвай [17].

Від виробництва та торгівлі контрафактною продукцією ряд організацій та ринкових інституцій отримують матеріальні збитки та шкоду (соціально-економічні наслідки порушення виключних прав), до яких, на наш погляд, насамперед належать:

- а) підприємства-виробники оригінальної продукції, оскільки вони втрачають додатковий дохід;
- б) правовласники об'єктів інтелектуальної власності – внаслідок зменшення відрахувань (роялті) виробників оригінальної продукції за використання ліцензії;
- в) наноситься збиток іміджу товарного знаку, що проявляється падінням довіри споживачів до товарів (послуг), вироблених з використанням товарного знаку, виключні права на який порушено;
- г) знижується рівень конкуренції внаслідок збільшення ринкової пропозиції нелегальної продукції (яка зазвичай значно дешевша, ніж оригінальна продукція);
- д) внаслідок розроблення схожої на оригінальну технологію виробництва контрафактно гальмується розвиток технічного прогресу і поява доскональніших інтелектуально-інноваційних технологій;
- е) національний бюджет недоотримує надходження через несплату податків та акцизів (державний збиток), оскільки виробники контрафакту переважно працюють нелегально;
- ж) зменшується частка ринку правовласника (ліцензіата, розробника) товарного знаку або іншого об'єкта інтелектуальної власності;
- з) зростає частка умовно-постійних витрат на рекламу продукції або послуг, що реалізуються з використанням виключних прав, які були порушені;
- і) з'являється загроза завдання шкоди здоров'ю споживача через те, що контрафактна продукція зазвичай має невисоку якість та понижену надійність споживання.

В останні 15–20 років автомобільні запасні частини та аксесуари стали також об'єктом контрафакції в багатьох країнах, зокрема і в Україні. При цьому автомобільні компанії лише недавно почали обговорювати проблеми зростання кількості підробок у зв'язку з виробництвом «знеособлених» запасних частин. Підробляють гальмівні колодки, підвіски, елементи рульового управління, повітряні подушки безпеки, автомобільні фарби, ковпаки на диски коліс, лампочки, захист гуми коліс, електрообладнання та ін. Доволі часто метою підробки є запчастини з коротким терміном служби, стандартні, недорогі, придатні для різних моделей автомобілів, які продаються в роздрібній мережі [18]. Проведені дослідження свідчать про те, що найчастіше джерелами появи на ринку незаконної продукції автопідприємств є:

- ✓ позаоблікова частина оригінальної продукції, вироблена на базових та дочірніх підприємствах офіційних виробників, яку отримують для реалізації правопорушники з використанням тінювих схем (з прямими крадіжками продукції) – національний “чорний” ринок;
- ✓ частина оригінальної продукції, яку передали виробники для реалізації на ринку або певному його сегменті без дозволу правовласника;
- ✓ автозапчастини та аксесуари, які виробили неофіційні виробники з порушенням виключних прав правовласників (підробка торгівельної марки, виготовлення продукції під чужим іменем);
- ✓ паралельний імпорт автозапчастин та аксесуарів, які копіюють оригінальні вироби, що імпортуються на національний ринок України без дозволу правовласника фірмового знака;
- ✓ пряме копіювання незалежними автовиробниками деяких видів продукції офіційних автовиробників, які вони реалізують на ринку від свого імені. В деяких країнах, зокрема і в Україні, така ринкова практика підтримується за умови відповідних показників якості, відсутності прямого порушення авторських прав на товарний знак та завчасне повідомлення споживача про неоригінальне походження цієї автозапчастини чи аксесуару.

За оцінками експертів автомобільної промисловості, галузь втрачає 12 млрд. дол. через продажі нефірмових запчастин, зокрема підробок, і втрати автомобільної промисловості США – 3 млрд. дол., Європи – 9 млрд. дол. (вже майже 20 років ці цифри практично не змінюються). За оцінками компанії “Дженерал Моторс”, обсяг її збитків з цієї причини становить 1,2 млрд. дол. на рік. У Франції втрати компанії “Пежо” оцінюють у 400 млн. франків, компанії “Рено” – у 600–900 млн. франків. Основними виробниками підробленої продукції визнано Італію, Іспанію, Португалію, а також Туреччину, Тайвань, Сінгапур та Іран [18, с.16]. Автомобільна промисловість не має спеціальних структур, покликаних боротися з підробками продукції. Однак найбільші компанії, такі як “Форд” у Німеччині і Великобританії, “Дженерал Моторс” у США, “Пежо” і “Рено” у Франції приймають власні програми боротьби.

Для пояснення сутності моделей ринку з оригінальною та контрафактною (піратською) складовими, на наш погляд, слід звернутися до інструментів моделювання ринкових ситуацій. Такі ринки в економічній літературі досліджено, але їх кількість та сфера охопту ще доволі незначна. Наприклад, економічним моделюванням “програмного піратства” займається Національний університет Сінгапура (в рамках дослідження “Економіка піратства та його глобальний вплив”) [19], цій же темі були присвячені і низка наукових праць С. А. Середи [6, 7]. Моделі Національного університету Сінгапура ґрунтуються на роботі Оза Шая і Жака-Франсуа Тісі “Стратегічний підхід до програмного забезпечення для захисту” [19]. Їх модель ґрунтується на поділі всіх потенційних користувачів програмних продуктів на три категорії: тих, кому байдуже: користуватися “піратськими” програмами або не користуватися програмами взагалі; тих, кому байдуже: користуватися “піратськими” або легальними програмами; і тих, хто користується тільки легальними програмами. Потім, упорядкувавши користувачів згідно з одержуваною ними від програм корисністю і прирівнявши корисності користувачів “на стику” виділених груп, отримують систему розв’язання, яка дає змогу отримати ключові параметри ринку програмного забезпечення, зокрема його тіньову складову. Однак, спроба підставити до цієї моделі реальні дані не дала правдоподібних результатів. Крім того, ця модель взагалі не враховує наявності системи правової охорони інтелектуальної власності [7]. Дослідження С. А. Середи присвячено програмному забезпеченню і не повною мірою підходять до ринку автомобільних запчастин, оскільки мають свою специфіку, рівень якої доволі значний. Разом з тим, модель ринку програмного забезпечення з урахуванням піратської складової, на наш погляд, є цікавою. З певними застереженнями її можна адаптувати і до ринку автомобільних запчастин.

Отже, слід детальніше розглянути макроекономічний рівень проблеми контрафактного ринку і перейти до систематизації і моделюванню ринкових характеристик попиту і пропозиції на ринку автозапчастин. За таким підходом можна сформувані адекватні сьгоднішнім реаліям моделі і об’єктивніше оцінити ті чи інші заходи, які використовуються чи плануються до використання з метою скорочення контрафактного виробництва автозапчастин на українському ринку, а також визначити їх переваги та недоліки стосовно впливу на ринок контрафактних товарів. При цьому найскладніше, на нашу думку, отримати ретроспективні та поточні статистичні дані про виробництво та пропозицію контрафактних автозапчастин на цільовому ринку. Практично повністю відсутні офіційні дані про динаміку цін на найбільш масові види автозапчастин та обсяги їх продажів за окремими категоріям або найменуваннями. Така ситуація призводить до необхідності використовувати опосередковані та неперевірені джерела інформації, які не завжди є офіційними. Також є недоступною інформація про матеріальні збитки конкретних виробників оригінальних запчастин від наявності на ринку контрафактної продукції. Певна частина цієї інформації використовується тільки в службовій діяльності і не підлягає публічному використанню (обсяги збитків втрат підприємств від контрафакту, ціни на низку виробів, засоби боротьби проти порушення виключних прав та витрати на їх впровадження тощо). Іншої частини інформації просто немає в природі, оскільки таку інформацію не збирають та не аналізують (статистика правопорушень, динаміка розкриття злочинів, суми відшкодованих збитків і т.п.). Для вирішення поставлених завдань, на наш погляд, найбільш точною і адекватною інформацією є власні дослідження автора, проведені на підприємствах з виробництва автозапчастин та на підприємствах ринкової інфраструктури, які їх продають.

Складнощі виникають і під час моделювання попиту на автозапчастини. Якщо в стандартних задачах прогнозування ринкової рівноваги ставиться задача визначити обсяги певного продукту, який хоче і може придбати споживач, то в умовах продажу продуктів, створених на основі об’єктів інтелектуальної власності, така кількість відома завчасно і визначається умовами ліцензій та парком автомобілів. Разом з тим, є можливість сформулювати основні властивості функцій попиту та пропозиції на оригінальні та контрафактні екземпляри автозапчастин. Зокрема, зі збільшенням доходу споживацький попит на оригінальні автозапчастини збільшується. Такі самі тенденції спостерігаються і з посиленням законодавчого пресингу на виробників контрафактної продукції. Разом з тим, при підвищенні ціни на оригінальні запчастини попит на них зменшується, така сама ситуація характерна і для випадків, коли ціна на контрафактні запчастини зменшується. Отже, основними аргументами функції попиту на оригінальні і контрафактні автозапчастини є:

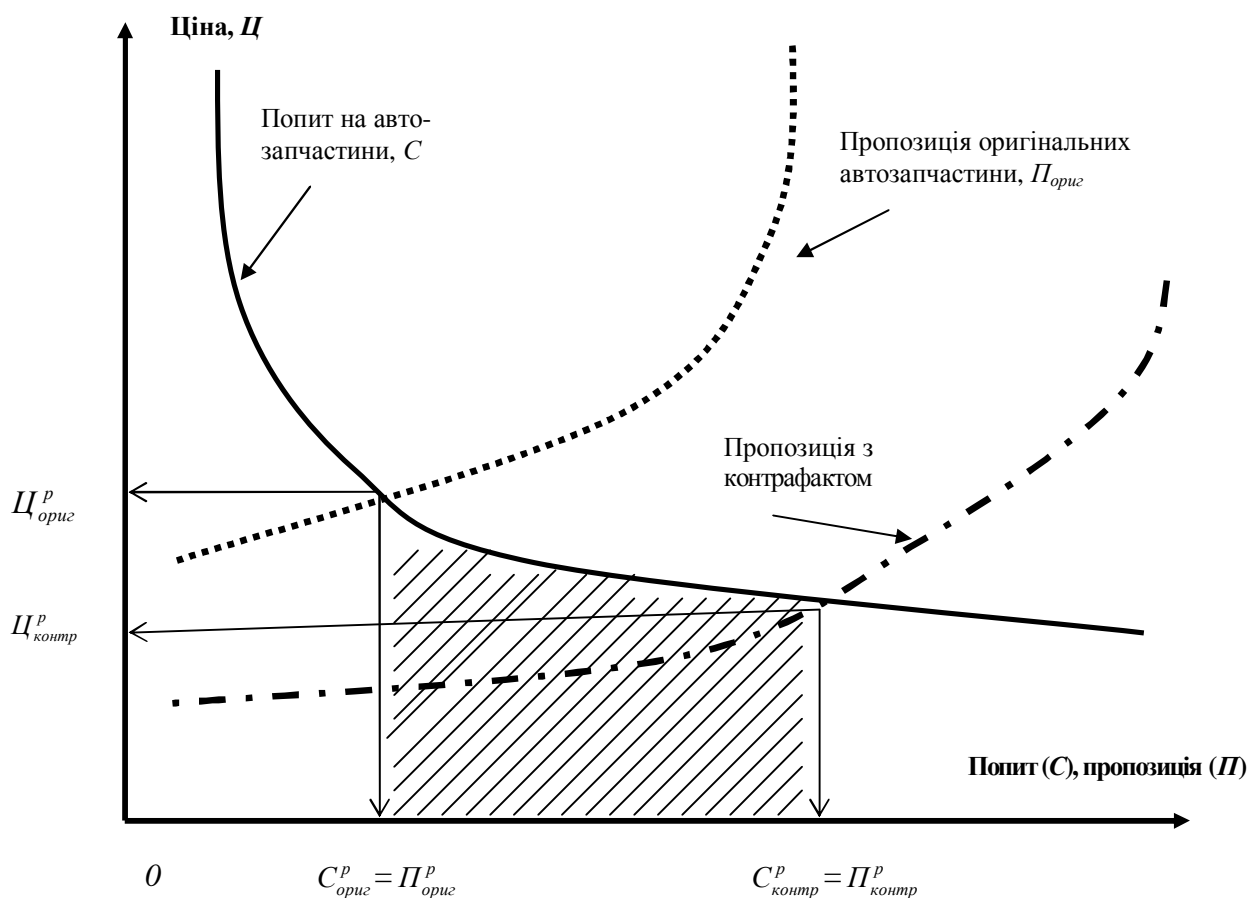
- ціна оригінальної запчастини;
- ціна контрафактної запчастини;
- рівень доходу цільових споживачів (життєвий рівень, рівень споживацької спроможності);
- рівень правового (законодавчого) захисту виключних прав в країні.

Наявність певних складнощів і проблем в сфері ринку автозапчастин створюють певні труднощі для побудови відповідних економіко-математичних моделей, які адекватно відтворюють ринкові процеси, але вони не створюють перешкод для якісного економічного аналізу сфери виробництва, реалізації та споживання автозапчастин в нашій країні. Такий аналіз, на наш погляд, є важливим інструментом вивчення проблеми порушень виключних прав у сфері виробництва та продажу автозапчастин з метою розроблення ефективних засобів щодо їх зменшення.

Крім того, з використанням результатів якісного економічного аналізу сфери виробництва, реалізації та споживання автозапчастин та іншої продукції, яка є привабливою для порушників виключних прав, виникає можливість оцінити ефективність дії низки важелів державного регулювання ринку, зокрема таких:

- податкова політика;
- введення квот на продаж товарів;
- встановлення цінових порогів (як верхнього, так і нижнього);
- датування певних продуктів або сфер діяльності.

Узагальнення дій різних урядових і неурядових організацій з дослідження, аналізу та протидії контрафактній продукції, а також розробок С. А. Середи з моделювання ринку програмного забезпечення [6, 7] дає можливість навести результати впливу протидії контрафактній продукції на ринок автозапчастин та його регулювання з використанням графічної моделі ринкової рівноваги, сутність якої наведено на рисунку. Такої моделі можна надалі описати відповідними рівняннями (їх формалізовано), які дають змогу відтворювати характер функцій попиту, пропозиції, ціни та ін. як в минулому, так і в майбутньому.



Модель ринку автозапчастин з урахуванням контрафактної продукції

Особливістю ринку автозапчастин є те, що на ньому загальний попит C задовольняється як оригінальними виробами (поставки продукції правовласниками або їх офіційними представниками), так і контрафактними (поставка продукції порушниками виключних прав). Цю ситуацію зображено на рисунку двома кривими пропозиції. Графік пропозиції оригінальних автозапчастин $P_{ориг}^p = f(P)$ відтворює вищі ціни на оригінальні запчастини, графік цієї функції розташований над аналогічним графіком, який враховує і пропозиції контрафактної продукції. Функція загальної пропозиції запчастин з урахуванням контрафактного виробництва має більш пологий характер, ціна рівноваги $P_{контр}^p$ для цієї кривої є значно меншою за ціну рівноваги $P_{ориг}^p$ для оригінальних запасних частин: $P_{контр}^p < P_{ориг}^p$. Це пояснюється тим, що ціна контрафактних виробів значно нижча за ціну оригінальних запчастин, а також більшим рівнем еластичності попиту на продукцію порушників виключних прав.

Суто пропозицію контрафактної продукції на сумісному графіку (рисунок) представити складно, тому зауважимо, що значення її функції можна визначити як функцію різниці між загальною пропозицією запчастин $P_{заг}$ та складовою оригінальної продукції:

$$P_{контр} = f(P_{заг} - P_{ориг}).$$

На рисунку разом з двома кривими пропозиції автозапчастин виділено і дві точки ринкової рівноваги, які відтворюють момент перетину кривої попиту кривими пропозиції, що відповідають ринку оригінальних автомобільних запчастин, а інша – сумісному ринку оригінальних та контрафактних виробів. За логікою побудови функцій попиту та пропозиції, на рисунку слід виділити три характерні області.

1. Область **A**, яка обмежена: а) кривою попиту; б) лінією, що відповідає точці рівноваги $P_{ориг}^p$; в) лінією, що відповідає точці рівноваги $C_{контр}^p$; г) віссю ординат; д) віссю абсцис. Площа цієї області відтворює загальні витрати споживачів на придбання автозапчастин $D_{\Sigma}^{A3Ч}$, тобто це загальний дохід виробників оригінальних та контрафактних запчастин. Аналітично величину доходу $D_{\Sigma}^{A3Ч}$ можна визначити за формулою (1):

$$D_{\Sigma}^{A3Ч} = (C_{контр}^p \cdot P_{контр}^p) + C_{ориг}^p (P_{ориг}^p - P_{контр}^p) + \int_{P_{контр}^p}^{P_{ориг}^p} C(P) \cdot P \cdot dP. \quad (1)$$

2. Область **B**, яка на рисисунку обмежена прямокутником зі сторонами $P_{ориг}^p$ та рівноваговим попитом і пропозицією на оригінальні запасні частини $C_{ориг}^p = P_{ориг}^p$. Площа цієї області визначає дохід виробників оригінальних автозапчастин $D_{ориг}^{A3Ч}$, який вони отримали від продажу своєї продукції на певному ринку. Розрахунки проводяться за залежністю (2):

$$D_{ориг}^{A3Ч} = C_{ориг}^p \cdot P_{ориг}^p. \quad (2)$$

3. Область **B**, яка обмежена: а) кривою попиту; б) лінією, що відповідає точці рівноваги $C_{ориг}^p$; в) лінією, що відповідає точці рівноваги $C_{контр}^p$; г) віссю абсцис. Площа цієї області (на рисунку цю площу позначено штриховкою) визначає загальний дохід виробників контрафактних автозапчастин $D_{контр}^{A3Ч}$, який вони отримали від продажу своєї продукції на цьому ринку. Аналітичне значення $D_{контр}^{A3Ч}$ визначають так:

$$D_{контр}^{A3Ч} = (C_{контр}^p - C_{ориг}^p) \cdot P_{контр}^p + \int_{P_{контр}^p}^{P_{ориг}^p} C(P) \cdot P \cdot dP \quad (3)$$

або

$$D_{\text{контр}}^{A3Ч} = D_{\Sigma}^{A3Ч} - D_{\text{ориг}}^{A3Ч} = \left[(C_{\text{контр}}^p \cdot C_{\text{контр}}^p) + C_{\text{ориг}}^p (C_{\text{ориг}}^p - C_{\text{контр}}^p) + \int_{C_{\text{контр}}^p}^{C_{\text{ориг}}^p} C(C) \right] - [C_{\text{ориг}}^p C_{\text{ориг}}^p]. \quad (4)$$

Площа цієї області (область **B**), відтворюючи доходи порушників виключних прав на ринку автозапчастин $D_{\text{контр}}^{A3Ч}$, свідчить ще і про максимально можливі загальні втрати доходів виробників оригінальних автозапчастин $B_{\text{ориг}}^{A3Ч}$. Це твердження обґрунтовується тим, що за відповідної цінової політики виробників оригінальної продукції споживачі автозапчастин швидше вибрали оригінальну продукцію, ніж контрафактну. Це суттєво б збільшило доходи правовласників, але практична реалізація такої ситуації можлива лише за умов певних обмежень:

- а) собівартість оригінальної продукції не перевищує значення $C_{\text{контр}}^p$, інакше частина продукції може бути реалізована зі збитками;
- б) виробничі потужності виробника оригінальної продукції дають змогу збільшити обсяги свого виробництва без збільшення умовно-постійних витрат;
- в) маркетингова програма виробників повинна передбачати наявність цінової стратегії зонального або етапного продажу продукції (на кшталт стратегії “зняття вершків з ринку”);
- г) споживачі області **A** не змінять своїх уподобань, маючи інформацію про потенціальну можливість придбати ці самі вироби в майбутньому дешевше в області цін **B**;
- д) споживачі області **B** змінять свої уподобання на користь оригінальної продукції, маючи інформацію про потенціальну можливість придбати оригінальні вироби в майбутньому в області цін **B**, тобто за тією самою ціною, що і контрафактні вироби.

Економічний зміст наведених обмежень свідчить про значну складність їх практичного виконання. Тобто прямий економічний вплив виробників оригінальних запчастин на повне усунення з ринку виробників контрафактних виробів обмежений. Разом з тим цінова політика виробників оригінальних запчастин може певним чином вплинути на стан цільового ринку. Цей вплив може позначатися зміною положення кривої пропозиції оригінальних запчастин, яка порівняно з початковим положенням внаслідок збільшення обсягів виробництва легальних продуцентів зміститься донизу, ближче до осі абсцис. Така ситуація вплине на переміщення точки ринкової рівноваги ($C_{\text{ориг}}^p = \Pi_{\text{ориг}}^p$) праворуч, що в результаті спричинить зменшення загальних втрат доходів виробників оригінальних автозапчастин $B_{\text{ориг}}^{A3Ч}$.

Крім товарно-цінового впливу на розмір потенційних втрат виробників оригінальних запчастин автозапчастин $B_{\text{ориг}}^{A3Ч}$, є ще декілька можливостей досягнення поставленої мети. Доволі дієвим інструментом, на наш погляд, може бути законодавче посилення відповідальності порушників виключних прав (кримінальної, матеріальної, моральної тощо). Це призведе до певного зменшення обсягів пропозиції нелегальної продукції на ринку автозапчастин, що на графічній моделі ринку (рисунок) позначиться переміщенням кривої загальної пропозиції товарів з урахуванням контрафакту догори. Зміна стану кривої загальної пропозиції визначить нове місце точки ринкової рівноваги ($C_{\text{контр}}^p = \Pi_{\text{контр}}^p$), яка переміститься праворуч і так визначить певне зменшення величини загальних втрат доходів виробників оригінальних автозапчастин $B_{\text{ориг}}^{A3Ч}$.

Важливим фактором зменшення економічних збитків правовласників, на нашу думку, є також посилення соціально-психологічної складової маркетингової програми виробників оригінальних виробів та держави. Споживачі контрафактних запчастин повинні чітко уявляти можливі негативні

наслідки їх використання. А допомогти їм в цьому, переконати в необхідності віддавати перевагу якіснішій, надійнішій та безпечнішій в споживанні продукції якраз і має соціально-психологічна складова маркетингової програми, основні положення якої наведено в книзі П. Г. Перерви “Самомаркетинг менеджера и бизнесмена” [20]. Ефективність цієї роботи проявляється в зниженні сумарного попиту на автозапчастини, тобто призведе до зміщення кривої попиту на рисунку нижче її попереднього стану і, відповідно, зміщення точки ринкової рівноваги ($C_{ориг}^P = P_{ориг}^P$) ліворуч, що за інших однакових умов визначить певне зменшення величини загальних втрат доходів виробників оригінальних автозапчастин $B_{ориг}^{АЗЧ}$.

Висновки

1. Дослідження літературних джерел та практики виробничо-підприємницької діяльності в світі дало змогу виявити та проаналізувати обсяги економічних втрат світової та національних економік від виробництва та продажу контрафактної продукції в різних сферах господарської діяльності.
2. Виявлено та обґрунтовано основні джерела появи на національному ринку України продукції, виготовленої з порушенням виключних прав правовласників.
3. Запропоновано науково-методичний підхід до моделювання ринку автозапчастин з урахуванням контрафакту, що дає змогу на макrorівні визначати потенціальні втрати правовласників від порушення виключних прав.
4. Розроблено основні методичні підходи, за якими можна практично зменшити обсяги контрафактної продукції на національному ринку автозапчастин.

Перспективи подальших досліджень

Висновки та рекомендації, надані в статті, можуть знайти свій подальший розвиток під час розроблення та практичного використання різних заходів із запобігання появі на галузевому ринку продукції, виробленої з порушенням виключних прав. Подальші дослідження автор пов’язує з розроблення методичних підходів до визначення розміру економічних (матеріальних та моральних) збитків правовласників від контрафакції. Розробивши такі методичні підходи, можна, по-перше, точніше визначати економічні втрати легальних виробників оригінальних виробів; по-друге, більш обґрунтовано формувати судові вимоги до осіб, яких буде визнано винними в порушенні виключних прав; по-третє, це стимулюватиме правовласників та відповідні органи до посилення протидії контрафактній продукції.

1. Перерва П. Г. Антикризисні інструменти сталого розвитку підприємства: інноваційна, інвестиційна та маркетингова політика [Електронний ресурс] / П. Г. Перерва, А. В. Косенко, О. П. Косенко. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2012_25/statti/16Pererv.pdf. 2. Наступление на контрафакт. [Электронный ресурс]. – Elizabeth Gasirowski Denis от 8 января 2014. – Режим доступа: <http://www.iso.org/iso/ru/news.htm?refid=Ref1809>. 3. Перерва П. Г. Науково-інноваційний потенціал України та сучасні проблеми його використання / П. Г. Перерва, О. В. Жегус. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Natural/vcpi/TPtEV/2011_26/statiya/Pererva.pdf. 4. О состоянии дел в сфере борьбы с контрафактной продукцией в государствах-участниках СНГ (аналитический обзор). – М.: Департамент экономического сотрудничества, 2013. – 36 с. 5. Волгин В. В. Запасные части: торговая политика, конкуренция, контрафакт / В. В. Волгин // Автоопыт. – № 10(84). – 2007. – С. 34–41. 6. Серета С. А. Анализ рисков и минимизация потерь от нелегального распространения программных продуктов [Текст] : дис.... канд. экон. наук. – М., 2005. – 210 с. 7. Серета С. А. Измерение объемов “компьютерного пиратства”: проблемы и методы [Электронный ресурс] / С. А. Серета // Международная конференция “Право и Интернет”. – Режим доступа: <http://www.ifar.ru/pi/07/>. 8. Перерва П. Г. Економіка контрафакту: визначення збитків та

обґрунтування шляхів попередження / М. М. Ткачов, П. Г. Перерва // *Інновації у маркетингу та менеджменту: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка.* – Суми: ТОВ “Друкарський дім «Папірус»”, 2013. – С. 244–255.

9. Перерва П. Г. *Трансфер технологій : монографія / П. Г. Перерва, Д. Коциски, Д. Сакай, М. Верешине Шомоши.* – Х. : Віровець А. П. “Апостроф”, 2012. – 668 с.

10. Костин А. В. *Оценка убытков правообладателей товарных знаков от контрафакции : автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А. В. Костин.* – М.: Российский государственный институт интеллектуальной собственности, 2009. – 26 с.

11. Козырев А. Н. *Контрафакт и трансформации экономики современного авторского права / А. Н. Козырев // Интеллектуальная собственность. Контрафакт. Актуальные проблемы теории и практики: сб. научн. трудов. под ред. д-ра юрид. наук В. Н. Лопатина.* – Т. 2. – М.: Издательство Юрайт, 2009. – С. 235–248.

12. Грабченко А. И. *Основы маркетинга высоких технологий : [учебное пособие] / А. И. Грабченко, П. Г. Перерва, Р. Ф. Смоловик.* – Х. : ХГПУ, 1999. – 242 с.

13. Кононенко О. *Проблеми контрафактної продукції України. Український центр проблем стандартизації, сертифікації та якості. [Електронний ресурс] – Режим доступу: // www.ukrndnc.org.ua/index.php?Itemid=42&id=18&option=com_content§ionid=5&task=category*

14. Чала Ю. В. *Проблеми та механізми боротьби з підробками товарної продукції в міжнародному маркетингу [Текст] / Ю. В. Чала, О. В. Кокотіна, В. С. Матвійчук // Економіка. Управління. Інновації : електрон. наук. фах. вид. – 2013. – №1(9). – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_1_68.pdf.*

15. Перерва П. Г. *Організація та управління інноваційною діяльністю: підруч. / П. Г. Перерва, С. А. Мехович, М. І. Погорєлов.* – Харків: НТУ “ХПІ”, 2008. – 1025 с.

16. Перерва П. Г. *Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / П. Г. Перерва; за ред. П. Г. Перерви, С. А. Меховича, М. І. Погорєлова.* – Харків : НТУ “ХПІ”, 2008. – 1080 с.

17. Избаш О. О. *Международные аспекты борьбы с нарушителями интеллектуальных прав / О. О. Избаш // Научный вестник гуманитарного университета. Сер. Юриспруденция.* – 2014. – №9–2. – Том 1. – С. 163–166.

18. *The Economic Impact of Counterfeiting: report.* – Paris : Organisation for Economic Co-operation and Development, 1998. – 48 p.

19. Shy, O. *A strategic approach to software protection [Text] / Oz Shy, Jaques Thisse // Journal of Economics & Management Strategy.* – 1999. – Nr.8. – p. 163–190.

20. Перерва П. Г. *Самомаркетинг менеджера и бизнесмена / П. Г. Перерва.* – Ростов н / Д: Феникс, 2003. – 592 с. (Серия “Психология бизнеса”).

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГІРНИЧОРУДНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ РЕСУРСНОЇ КОНЦЕПЦІЇ

© Темченко О. А., Петрук М. В., 2015

Досліджено застосування ресурсної концепції як засобу забезпечення інноваційного розвитку гірничорудних підприємств. Особливу увагу зосереджено на специфічних проблемах у діяльності вітчизняних гірничорудних підприємств, обґрунтуванні необхідності реалізації стратегії екологічно збалансованого природокористування, а також формуванні системи пріоритетних факторів забезпечення інноваційного розвитку в складних умовах господарювання.

Ключові слова: сталий розвиток, ресурсна концепція, мінерально-сировинні ресурси, інноваційний розвиток.

A. A. Temchenko, M. V. Petruk
SIHE “Kryvyi Rih National University”

PROVIDING INNOVATE DEVELOPMENT OF MINING ENTERPRISES ON THE BASIS OF RESOURCE CONCEPT

© Temchenko A. A., Petruk M. V., 2015

The article studies the issue of introducing strategic management taking into account the need to ensure innovative development of domestic mining enterprises.

In conditions of difficult economic and financial environment, globalization of economic activity and tough international competition further innovative development has special significance to ensure long-term competitive advantages. Studying this issue the attention is focused on identifying specific problems in the activities of domestic mining enterprises and forming the system of the most important factors for their innovative development.

The object of the research is the mining companies that have unique features of the activities, involving the use of various types of resources, and in the first place, natural resources. Considering specifics of such enterprises, the primary objectives are to assess the efficiency of using mineral resources, with implementation of the strategy of ecological and sustainable natural resources management.

Scientific novelty consists in forming the system of indicators in three priority components (economy, ecology and social environment), the definition of which will give a full assessment of opportunities to improve the efficiency of mining and prospects of sustainable innovative development of the mining enterprises taking into account the key factors of its components.

A significant achievement is the development and justification of scientific and methodological approaches to the formation of organizational and economic bases of increase of efficiency of production economic activity and sustainable and innovative development of the mining enterprises on the basis of the resource concept.

Scientific results should be used at the enterprises of mining and metallurgical complex of Ukraine in the context of improving the efficiency of their production and economic activity and sustainable and innovative development with the development of an appropriate

mechanism and sustainable strengthening their competitive position on the modern market of iron ore materials.

Key words: sustainable development, resource concept, mineral resources, innovative development.

Постановка проблеми

Відповідно до сучасних ринкових умов існує об'єктивна необхідність у розробленні інноваційних заходів щодо організації виробничо-господарської діяльності гірничорудних підприємств на основі ресурсної концепції. Зважаючи на специфіку діяльності таких підприємств, особливу увагу необхідно звертати на оцінювання ефективності використання мінерально-сировинних ресурсів з урахуванням використання стратегії еколого-збалансованого природокористування. За стратегією сталого розвитку важливо сформуванню показників, які найповніше відображатимуть динаміку інноваційного розвитку вітчизняних гірничорудних підприємств з урахуванням їх обмежених фінансових можливостей у найближчій перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженням окремих аспектів проблеми впровадження ресурсної концепції займалися багато вчених, наукові праці яких стали класикою ресурсної концепції стратегічного управління. Водночас сучасні науковці постійно доповнюють раніше отримані напрацювання, тому слід виділити суттєві здобутки за останні десятиліття таких авторів, як Д. Дж. Тіс, Д. Колліс, А. М. Предсін, Б. Вернерфельт, Р. М. Грант, В. С. Каткало [1–6]. Однак сьогодні існує нагальна потреба в уточненні основних проблем, що виникають під час формування системи інноваційного розвитку гірничорудного підприємства в складних умовах господарювання. Сучасні ринкові умови господарювання вимагають від гірничорудних підприємств розроблення та реалізації якісно нового підходу до організації виробничо-господарської діяльності на основі ресурсної концепції, а також формування системи пріоритетних факторів, які забезпечують стійкий інноваційний розвиток.

Постановка цілей

Дослідження основних проблем при формуванні системи інноваційного розвитку гірничорудних підприємств передбачає:

- визначення специфічних проблем у діяльності вітчизняних гірничорудних підприємств;
- обґрунтування необхідності реалізації стратегії еколого-збалансованого природокористування;
- формування системи ключових факторів забезпечення інноваційного розвитку гірничорудних підприємств.

Виклад основного матеріалу

Принципи сталого розвитку сучасного гірничорудного підприємства реалізують насамперед удосконаленням моделі його операційної діяльності. У гірничорудних підприємствах виробнича (операційна) діяльність є визначальною, в межах якої споживаються природні та інші види ресурсів, здійснюються виробничі (технологічні) процеси, що негативно впливають на природне середовище, задіяний певний виробничо-промисловий персонал, створюється додана вартість і формуються основні грошові потоки.

Відповідно до ринкових вимог сьогодення існує об'єктивна необхідність у створенні нових моделей господарювання гірничорудних підприємств, насамперед на основі модернізації базових технологічних процесів видобутку і переробки мінеральної сировини з метою забезпечення ефективної економічної діяльності підприємства за одночасного зниження негативного впливу на довкілля. У контексті суттєвого впливу операційної діяльності на сталий розвиток гірничорудних підприємств доцільно розробити і запровадити новий підхід до їх виробничо-господарської діяльності в контексті застосування ресурсної концепції. За цим підходом необхідно оцінювати рівень інноваційного розвитку гірничорудного підприємства для вчасного виявлення слабких місць, а також визначення впливу операційної діяльності на фінансово-економічні результати, що

зумовлює необхідність оцінювання її ефективності. Внаслідок специфіки діяльності гірничорудного підприємства особливу увагу необхідно звертати на оцінювання ефективності використання мінерально-сировинних ресурсів, які характеризуються специфічними особливостями, зокрема унікальністю, обмеженістю і неможливістю вільного доступу, відсутністю самостійної цінності і невідчужуваністю від підприємства, певною невизначеністю кількісно-якісних характеристик корисних копалин на дату оцінювання, значними термінами реалізації проектів розроблення родовищ з високими ризиками.

Під час оцінювання мінерально-сировинних ресурсів першочерговими завданнями є:

1. Проведення ретроспективного аналізу змін у номенклатурі корисних копалин, що розвідувалися та розроблялися на території регіону, а також динаміки зміни їх запасів.
2. Підготовка вихідної інформації з оцінюваних родовищ корисних копалин.
3. Підготовка інформації з галузевих, міжгалузевих та комплексних територіальних систем, у межах яких знаходяться родовища, що аналізуються.
4. Проведення аналізу екологічного стану навколишнього середовища та прогноз змін його стану під час видобування корисних копалин.
5. Економіко-екологічний аналіз варіантів подальшого освоєння родовищ.
6. Визначення оптимального обсягу приросту запасів мінеральної сировини.
7. З'ясування черговості освоєння родовищ, задач та послідовності геологорозвідувальних робіт.
8. Розроблення рекомендацій з комплексного вивчення і освоєння мінеральних ресурсів, охорони надр та навколишнього середовища.

Для ефективного та довготривалого використання мінерально-сировинних ресурсів надзвичайно важливою є реалізація обґрунтованої стратегії екологізбалансованого природокоористування. Слід враховувати, що на різних територіальних рівнях ця стратегія має свої особливості. Так, на локальному рівні, тобто на рівні гірничорудного підприємства, вона передбачає підвищення ефективності виробництва, зміни в технологічних процесах, а також впровадження природоохоронних заходів. На регіональному рівні необхідно забезпечити трудову зайнятість населення та розробити систему регіонального моніторингу довкілля. І, нарешті, на державному (національному) рівні стратегія еколого-збалансованого природокоористування вимагає розроблення відповідного законодавчого базису природокоористування, декларування і проведення ефективної природоохоронної політики.

Отже, основною метою реалізації стратегії сталого інноваційного розвитку, зокрема екологізбалансованого природокоористування, є створення оптимальної структури використання природних ресурсів, за якої потреби суспільства задовольняються повністю та без вичерпання природних ресурсів і руйнування природного середовища (рис. 1).



Рис. 1. Загальна схема забезпечення сталого інноваційного розвитку гірничорудних підприємств [7, с. 278]

Сьогодні визнано та обґрунтовано у наукових працях вчених різних країн необхідність розроблення і реалізації нових корпоративних стратегій у складних економічних умовах господарювання, а також доведено важливість забезпечення інноваційного розвитку сучасних промислових підприємств з метою поліпшення їх довгострокових результатів. Однак, впроваджуючи політику інноваційного розвитку, менеджмент гірничорудних підприємств, враховуючи специфіку їх діяльності, стикається з необхідністю вирішення важливих проблем на основі використання власних ресурсних можливостей (рис. 2).

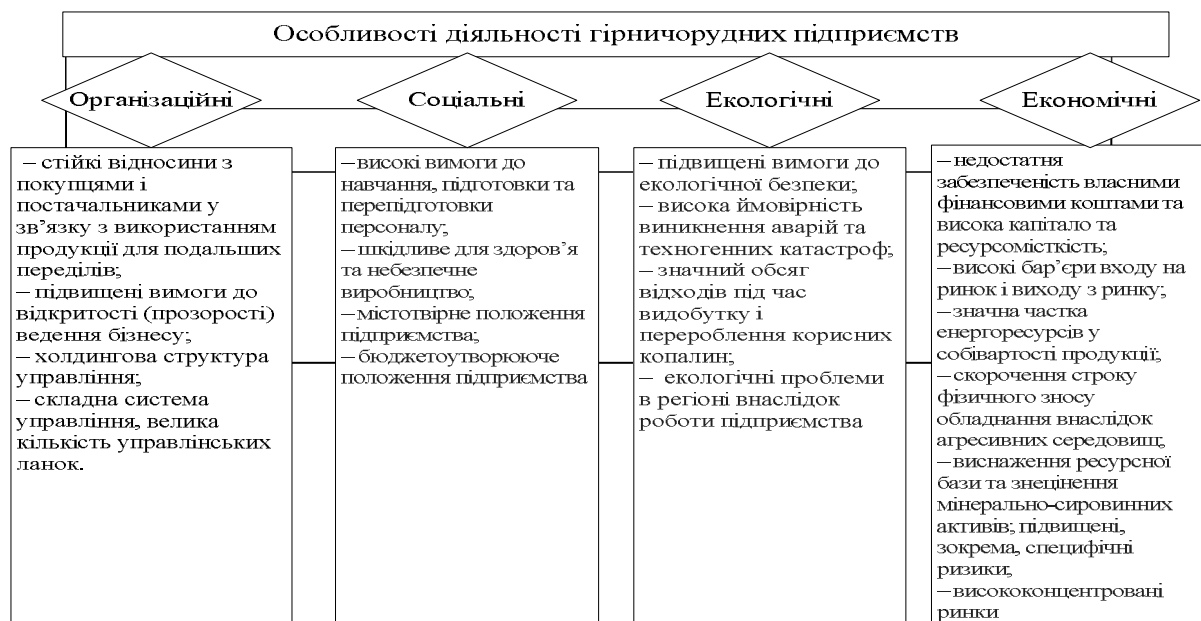


Рис. 2. Специфічні проблеми у діяльності вітчизняних гірничорудних підприємств (авторська розробка)

Першою проблемою при формуванні системи інноваційного розвитку гірничорудного підприємства є постановка чітких і вимірних цілей відразу в трьох аспектах: економіка, екологія, соціальне середовище. Стратегія в області інноваційного розвитку має специфічні особливості і певні складнощі постановки. Якщо результатом реалізації виробничих цілей є підвищення вартості активів і отримання прибутку підприємства, то для стратегічної програми інноваційного розвитку першочергове завдання – досягнення цілей за трьома пріоритетними напрямками: соціальним, екологічним і економічним. При цьому результат від соціальних і екологічних напрямків діяльності зазвичай характеризується відкладеним у часі ефектом і складністю оцінювання.

Друга проблема, з якою в умовах реального виробництва стикаються підприємства, впроваджуючи принципи інноваційного розвитку, є орієнтація менеджменту на короткострокові фінансові результати. За таких умов реалізація політики інноваційного розвитку залежить від наявних джерел фінансування. Зокрема у випадку, коли в результаті реалізації проекту поліпшуються показники тільки в області екології або соціального середовища, імовірність реалізації проекту нижча, ніж у випадку, коли поліпшення за одним з напрямків пов'язане з поліпшенням економічного аспекту діяльності (наприклад, зниження енерговитратних показників гірничого виробництва).

Загальновідомо, що ресурсна концепція є одним із найрозвиненіших інструментів стратегічного управління сучасним промисловим підприємством. Ресурсний підхід формує методичні основи для якісного аналізу сильних і слабких сторін гірничорудного підприємства, даючи змогу виділити стратегічні ресурси, які мають ключове значення для успішної діяльності [5]. Це зумовлює доцільність застосування саме ресурсного підходу до оцінювання ефективності

діяльності сучасного гірничорудного підприємства. За ресурсним підходом під терміном “ресурси організації” розуміють максимально широке застосування, враховуючи всі доступні організації ресурси, інформацію, знання тощо, які підлягають контролю та дозволяють розробляти і реалізовувати стратегії, що підвищують ефективність [6]. Недоліком ресурсного підходу є слабе врахування і аналіз факторів зовнішнього середовища, що впливають на функціонування підприємства [8]. Отже, саме за допомогою стратегічних ресурсів та унікальних компетенцій можна замішувати природні та вичерпні ресурси інтелектуальними, що будуть матеріалізовані внаслідок досконаліших та ефективних процесів гірничого виробництва.

Незалежно від виду діяльності підприємства можна назвати такі різновиди стратегічних ресурсів [9, с. 211–217; 10, с. 333–351]: енергетичні ресурси (вартість споживання, джерела та забезпеченість енергетикою); матеріально-сировинні (вартість споживання, джерела та забезпеченість матеріалами та сировиною діяльності підприємства); комерційні (кількість та якість ділових зв'язків, зокрема постачальників і партнерів, шляхи додаткового залучення інших видів ресурсів, рівень виконання контрактів тощо); маркетингові (мережі збуту, торговельні марки, рекламні технології, зв'язки з покупцями, бренд тощо); технічні (виробничі потужності та особливості їх освоєння, устаткування, матеріали тощо); технологічні (технології та їх трансфер, наявність конкурентоспроможних ідей, наукові розробки тощо); інформаційні (кількість й якість інформації про внутрішнє й зовнішнє середовище, каналів її розширення, можливості розширення й підвищення вірогідності інформаційної бази тощо); трудові (кваліфікаційний, демографічний склад працівників, їх прагнення до знань та удосконалення, інтелектуальний капітал); організаційні (характер і гнучкість керуючої системи, швидкість проходження керуючих впливів, документообіг, організаційна культура тощо); фінансові (наявність і достатність власного й позикового капіталу, ліквідність, наявність кредитних ліній тощо); просторові (характер торговельних приміщень і території підприємства, розміщення об'єктів нерухомості, комунікацій, можливість розширення тощо); інноваційні (патенти, ноу-хау, співробітництво зі складовими інноваційної інфраструктури тощо); товарні (можливі об'єми та умови придбання товарів, ширина та глибина асортименту товарів, оновлення, якість, відповідність попиту тощо); ринкові (кількість споживачів та рівень задоволення їх потреб тощо); часові (часові горизонти, швидкість генерування та прийняття рішень, швидкість реагування на внутрішні та зовнішні фактори тощо).

Для сталого інноваційного розвитку підприємства особливу увагу треба звертати на формування та ефективне використання інтелектуальних ресурсів. Уся сукупність накопичених знань, ідей та компетенцій, якими володіє персонал підприємства, повинна у повному обсязі використовуватися для створення та виробництва високоякісної товарної продукції, зокрема інноваційної. Структуру інтелектуальних ресурсів та її вплив на розвиток гірничорудного підприємства наведено на рис. 3.

Стратегічні ресурси доцільно також класифікувати за можливостями впливу гірничорудного підприємства на стан тих чи інших ресурсів. Так, за імовірним рівнем впливу підприємства логічно поділяти ресурси на контрольовані (технічні, матеріально-сировинні, технологічні, маркетингові, трудові, організаційні та фінансові), що цілком залежать від можливостей та стратегії розвитку гірничорудного підприємства; частково контрольовані (енергетичні, інформаційні, комерційні) та неконтрольовані, або ринкові (просторові, товарні, часові), що цілком залежать від ринкової кон'юнктури та економічних циклів. З урахуванням вищезазначеного, ознаками якісної політики в області забезпечення інноваційного розвитку сучасного гірничорудного підприємства, враховуючи їх специфіку, є політика ефективних стратегічних заходів, яку розроблена по трьом пріоритетним компонентам (економіка, екологія та соціальна середовище); всебічне врахування унікальних особливостей діяльності підприємства; наявність у розпорядженні підприємства необхідних стратегічних ресурсів для реалізації раніше розробленої політики; розгляд всіх суттєвих аспектів діяльності підприємства.



Рис. 3. Структура інтелектуальних ресурсів гірничорудного підприємства (авторська розробка на основі [11])

Відповідно до стандарту організації “Глобальна ініціатива зі звітності” (GRI G4, травень 2013 року) щодо звітності в області сталого розвитку суттєві аспекти визначають як аспекти, що відображають істотний економічний, екологічний та соціальний вплив організації або надають істотний вплив на оцінки і рішення зацікавлених сторін [12]. Щоби визначити, чи є аспект істотним, необхідно провести якісний аналіз, кількісне оцінювання та всебічне обговорення на підприємстві. Як відомо, звіт зі сталого розвитку – це звіт, що розкриває інформацію про діяльність організації в економічній, екологічній і соціальній області, а також у галузі управління. Переважна більшість сучасних компаній і підприємств прагнуть створити стійку організаційну діяльність, налагодити процес ведення звіту, поставити цілі у галузі сталого розвитку і позитивно впливати на зміни у виробництві. Звіт зі сталого розвитку є основною платформою для відображення позитивних і негативних сторін організаційної діяльності, а також для збирання інформації, яка може впливати на політику компанії, стратегію та операції на постійній основі. Отже, показники оцінювання інноваційного розвитку гірничорудного підприємства повинні бути пов’язані з наявною стратегією та його основними технологічними операціями. Саме тому бажано вибирати такі показники, на які керівництво підприємства може впливати відповідними управлінськими рішеннями, а їх характеристики за кожним напрямом повинні охоплювати всі істотні аспекти виробничо-господарської діяльності. При цьому аналіз системи показників інноваційних процесів дає змогу вирішити окремі завдання, а саме: вимірювання різних аспектів економічної, екологічної та соціальної діяльності; діагностики проблем інноваційного розвитку підприємства; кількісного оцінювання та спрощення процедур аналізу стану підприємства; аналізу динаміки процесів, що

відбуваються на підприємстві щодо підвищення або зниження рівня інноваційного розвитку; аналіз пріоритетних напрямів вирішення проблем інноваційного розвитку; обґрунтування стратегічних управлінських рішень в області інноваційного розвитку на основі врахування впливу ключових факторів виробничо-господарської діяльності гірничорудного підприємства (рис. 4).



Рис. 4. Фактори забезпечення інноваційного розвитку гірничорудного підприємства з видобутку залізної руди (авторська розробка)

Необхідність забезпечення інноваційного розвитку підприємства на довгостроковий період вказує на доцільність визначення ступеня досягнення цілей гірничорудного підприємства та оцінювання його результативності при комплексному врахуванні вищенаведених факторів гірничого виробництва.

Отже, вимір і оцінювання досягнутого та перспективного (бажаного) рівня інноваційного розвитку гірничорудних підприємств необхідно проводити на основі аналізу трьох взаємопов'язаних складових – “ефективності”, “результативності” та “стійкості” за трьома найважливішими аспектами діяльності: економіка, екологія та соціальне середовище.

Висновки

1. Для дослідження основних проблем при формуванні системи інноваційного розвитку гірничорудного підприємства висвітлено специфічні проблеми, що виникають в процесі виробничо-господарської діяльності вітчизняних підприємств, а також обґрунтовано необхідність розроблення та реалізації стратегії еколого-збалансованого природокористування за умов загострення кризових явищ в економіці України.

2. В процесі дослідження сформовано систему показників у контексті трьох пріоритетних компонентів (економіка, екологія та соціальне середовище), визначення яких надасть найповнішу оцінку можливості підвищення ефективності діяльності та перспектив сталого розвитку гірничорудних підприємств з урахуванням ключових факторів його забезпечення.

Перспективи подальших досліджень

У подальших наукових дослідженнях з приводу застосування ресурсних концепцій при організації гірничого виробництва пропонується використовувати розглянуті методичні підходи у контексті вирішення загальнонаукових завдань щодо забезпечення інноваційного розвитку вітчизняних підприємств з розробленням відповідного механізму та одночасним стійким посиленням їх конкурентних позицій на сучасному ринку залізорудної сировини.

1. Тис Д. Дж. Динамические способности фирмы и стратегическое управление / Д. Дж. Тис, Г. Пизано, Э. Шуен // *Вестн. С.-Петербур. ун-та. Сер. Менеджмент.* – 2003. – Вып. 4. – С. 133 – 185.
2. Коллис Д. Корпоративная стратегия. Ресурсный подход / Д. Коллис, С. Монтгомери; пер. с англ. – М.: ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2007. – 400 с.
3. Предеїн А. М. Роль ресурсів у стратегічному управлінні підприємствами // *Бізнес-інформ.* – 2012. – №9. – С. 318–325.
4. Вернерфельт, Б. Ресурсная трактовка фирмы / Б. Вернерфельт // *Вест. СПбГУ. Сер. 8.* – 2006. – Вып. 1. – С. 103–118.
5. Грант Р. М. Ресурсная концепция конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии / Р. М. Грант // *Вест. СПбГУ. Серия 8. Менеджмент.* – 2003. – Вып. 3. – С. 47–75.
6. Катькало В. С. Ресурсная концепция стратегического управления: генезис основных идей и понятий / В. С. Катькало // *Вест. СПбГУ. Серия 8. Менеджмент.* – 2002. – Вып. 3. – С. 3–26.
7. Стратегія і тактика сталого розвитку: За ред. чл.-кор. НАН України А. Г. Шапара / А. Г. Шапар, М. А. Ємець, П. І. Копач, О. К. Тяпкін, В. Б. Хазан. – Дніпропетровськ: Моноліт. – 2004. – 320 с.
8. Пономаренко Т. В. Стратегическое управление горными компаниями на основе ресурсной концепции / Т. В. Пономаренко // *Инновации в управлении: проблемы теории и практики // Сборник трудов научно-практической конференции факультета менеджмента 22–23 марта 2011 г.* – СПб., ГУ-ВШЭ, 2011. – С. 112–114.
9. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф.; пер. с англ. И. Ансофф при содействии Э. Дж. Макдонелла. – СПб.: Питер, 1999. – 414 с.
10. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: [учебник для вузов] / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд.; пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева и М. И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
11. Федулова І. В. Формування інтелектуального капіталу як невід’ємної частини інноваційного менеджменту / І. В. Федулова // *Сучасні проблеми інноваційного розвитку держави : матеріали III Міжн. наук.-практ. конф.* – Д.: ПДАБА, 2008. – Т. 5. – С. 50–53.
12. Развитие интегрированной системы учета и отчетности: методология и практика: монография / под ред. Н. А. Каморджановой. – М.: Проспект, 2015. – 172 с.

РОЛЬ ПАРТНЕРСТВА В УМОВАХ ГУМАНІТАРНОЇ КРИЗИ

© Фігун Н. В., Білошевська О. Б., 2015

Досліджено роль партнерських відносин у гуманітарному ланцюзі постачання, проаналізовано модель співпраці учасників гуманітарного ланцюга. Розглянуто основні проблеми, які спричиняють неефективну координацію учасників ланцюга гуманітарної допомоги. Наведено основні принципи успіху державно-приватного партнерства, які підвищують ефективність співпраці.

Ключові слова: гуманітарна логістика, гуманітарний ланцюг постачання, координація учасників ланцюга гуманітарної допомоги, державно-приватне партнерство.

N. Fihun, O. Biloshevska
Lviv Polytechnic National University
Department of Marketing and Logistics

THE ROLE OF PARTNERSHIPS DURING HUMANITARIAN CRISIS

© Fihun N., Biloshevska O., 2015

The role of partnerships in humanitarian supply chain is researched; the model of cooperation between participants in humanitarian supply chain is analysed. The main problems that cause inefficient coordination of participants in humanitarian supply chain are considered. The basic principles of successful public-private partnerships that enhance the effectiveness of cooperation are presented.

There are proposed methods that help to organize quickly the delivery chain of humanitarian aid that involves strategies for effective coordination of its members. The main objectives of humanitarian logistics which includes the purchase and delivery of necessary materials and provision of necessary services in place and at time when they are needed are formed. Therefore, in this article the main purpose, essence, prospects, funding sources, especially reverse logistics and life cycle of humanitarian supplies of traditional and humanitarian logistics are defined and the main differences between traditional and humanitarian logistics are reviewed. The main humanitarian supply chains members are listed. The nature and importance for society of coordination and cooperation between all participants across humanitarian supply chain are considered. The model of cooperation between the members of humanitarian supply chain is presented; examples of such cooperation during the natural disasters are provided (the terrorist attacks on September 11 and hurricane Katrina). Based on these examples the main reasons of ineffective engagement of participants during emergencies are discovered. The location of logistics centers, hubs, airports, ports, and routes for assisting victims of the hurricane in Philadelphia (2013) is presented. It has been proven that effective partnerships can improve coordination within the chain, maximizing the process of providing necessary resources and leading to integrated communication. The notion of partnership between the private sector and local authorities is expanded; strategic, operational and tactical effects of this partnership are considered. The idea that the partnership between the state and private sector institutions can change the strategic direction of combating the disaster is demonstrated. The basic principles of success that will allow to build effective public-private partnerships including accessibility, planning,

resources availability, interests, stability are analyzed. Useful hints on increasing the efficiency and effectiveness of such cooperation are developed.

Key words: humanitarian logistics, humanitarian supply chain members, coordinate humanitarian aid chain, public-private partnership.

Постановка проблеми

Ефективне управління під час ліквідації наслідків стихійного лиха є запорукою зменшення негативних наслідків катастрофи. Дії, пов'язані з реагуванням та наданням допомоги після стихійного лиха, а також їх організація є важливим етапом ліквідації наслідків катастрофи. В цей період логістика є дуже важливим елементом – так званим “фундаментом”, на якому будується весь процес надання допомоги постраждалим.

Як би швидко не був організований ланцюг постачання гуманітарної допомоги, він не буде ідеальним та ефективним без координації його учасників. Значна кількість організацій, які беруть участь у допомозі, повинні обмінюватися інформацією між собою у певних часових обмеженнях і незапланованих ситуаціях.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Вагомий внесок у поняття гуманітарної логістики та питань співпраці та координації її учасників вніс професор Гавайського університету Рос Прізіа. Питання готовності до партнерства під час надання допомоги постраждалим від стихійного лиха розглянули Роландо Томасіні та Люк Ван Вассенхов [6]. Роль саме державно-приватного сектору розкрив доктор наук, професор Натхан Бусх.

Постановка цілей

Метою цієї роботи є дослідження особливостей співпраці учасників гуманітарного ланцюга постачання, аналіз причин невдалого партнерства та розгляд можливих пропозицій щодо вдосконалення такої координації.

Виклад основного матеріалу

Основне завдання гуманітарної логістики передбачає придбання і доставку потрібних матеріалів та надання необхідних послуг, на місцях та в той період, коли вони необхідні. При цьому все це відбувається з найменшими витратами. Відразу після будь-якої катастрофи поставки, здійснені через гуманітарний ланцюг постачання, містять елементи, які є життєво необхідними для виживання: їжу, воду, медикаменти.

Співпраця різних суб'єктів, які б працювали разом над об'єктами та процесами обміну інформацією, вимагає бачення, що виходить за межі логістики (звичного для нас переміщення товарів з точки А в точку Б). Таке бачення вимагає специфічного підходу до управління ланцюгами поставок, яке дасть змогу ефективно координувати роботу всіх учасників ланцюга та призведе до максимальної ефективності з погляду найменших витрат та найбільшої швидкості. Це також дасть змогу створити так зване “сховище даних для аналізу та навчання”, яке можна буде використати після усунення наслідків катастрофи [6]. Такий підхід безпосередньо і відрізняє гуманітарну логістику від звичайного бізнесу. У таблиці наведено основні критерії, за якими логістику традиційного характеру можна відрізнити від гуманітарної логістики.

Відмінність традиційної та гуманітарної логістики

Критерій	Логістичний аспект	
	Традиційна логістика	Гуманітарна логістика
Мета	Забезпечення економічної вигоди	Безкорисливе надання допомоги
Суть	Безпереймний характер поставок	Можливі перешкоди у процесі здійснення поставок

Критерій	Логістичний аспект	
	Традиційна логістика	Гуманітарна логістика
Перспектива	Час = гроші	Час = життя
Джерело фінансування	Кошти платоспроможних клієнтів	Донори
Особливості зворотної логістики	Повернення тари	Інформація про необхідні товари та медикаменти
Життєвий цикл поставок	Залежить від життєвого циклу виробленого товару	Залежить від стадії ліквідації наслідків стихійного лиха

Джерело: [3]

Отже, бізнес та гуманітарна логістика мають різні цілі та мету свого існування, а співпраця у середині кожного з таких ланцюгів постачання так само є різною. Проте не можна відкидати той факт, що саме співпраця між бізнесом та гуманітарною логістикою є важливим елементом ефективності надання послуг тим, хто постраждав від стихійного лиха.

У чому ж все таки сутність та значення для суспільства так званої координації та співпраці між усіма учасниками гуманітарного ланцюга постачання?

Діяльність гуманітарного ланцюга постачання передбачає участь багатьох “гравців”, які можуть мати високий рівень неоднорідності щодо культури, цілей, інтересів, повноважень та потенціалу. До них належать уряд, донори, недержавні та благодійні організації, армія, логістичні оператори тощо [2].

Враховуючи всіх гравців та відносини між ними, можна визначити модель співпраці та партнерських відносин.

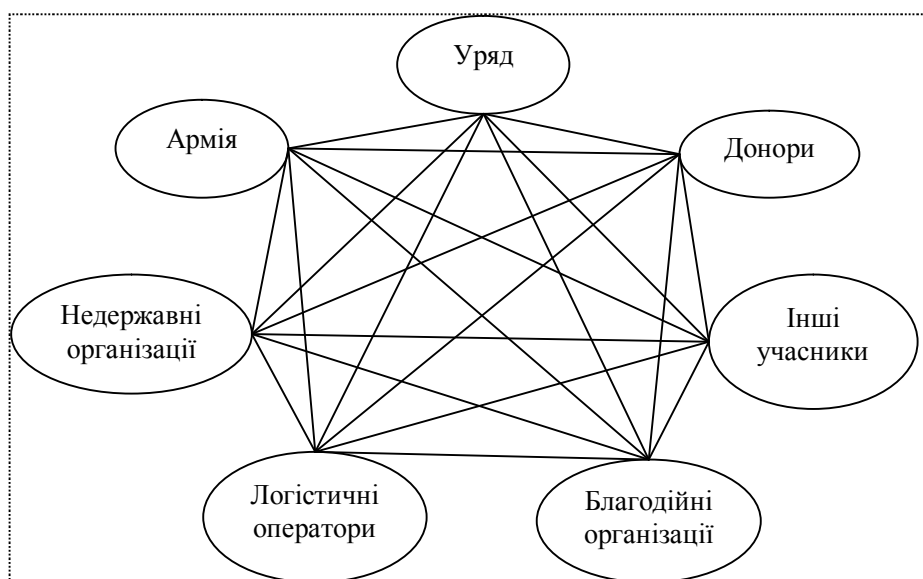


Рис.1. Модель співпраці учасників гуманітарного ланцюга постачання

Джерело: [2]

У 2001 році така координація стала критично важливою під час атаки на Всесвітній торговий центр 11 вересня. Загальне число жертв цієї терористичної атаки наблизилося до 3000 осіб. Слід визнати, що координація важлива не тільки для виявлення терористичних атак і запобігання їм, але й також для забезпечення ефективного місцевого реагування на терористичні події. Коли відбуваються події, пов'язані з тероризмом, координація між працівниками поліції, пожежниками, аварійними та медичними організаціями, а також працівниками сфери охорони здоров'я та іншим аварійним персоналом є невід'ємним елементом гуманітарного ланцюга. Персонал аварійної

служби не мав достовірної інформації про те, що відбувається у вежах, над ними та поза ними. Телевізійні новини по всій країні давали повнішу та точнішу інформацію про поширення пожежі, ніж керівники аварійних служб. Не було також співпраці безпосередньо в службі поліції, яка мала займатись розвідкою та інтерпретацією суперечливих на той момент дій та слів терористів. Атаки терористів 11 вересня показали, що навіть добре навчені і оснащені учасники ланцюга допомоги можуть бути перевантажені у критичній ситуації [5].

Іншим прикладом співпраці під час стихійного лиха є дії під час урагану Катріна у 2005 році. У тій ситуації з'явилися проблеми координації у сферах зв'язку, безпеки, евакуації і системи постачання, що призвело до обвалу такої системи, хаосу та загибелі людей. Офіційне число загиблих на південному сході США у результаті тропічного урагану Катріна 1160 осіб. Загальний обсяг страхових виплат оцінено більш ніж в 60 млрд. доларів, а загальний збиток від урагану – 125 млрд. доларів. Найважливіше значення для ефективної відповіді на стихійне лихо була координація федеральних та інших груп реагування. Багато учасників гуманітарної команди зустрічалися вперше і ніколи не тренувалися разом до катастрофи. Крім того, багато керівників з верхньої та середньої ланки аварійного управління залишалися на своїх місцях в офісах у Вашингтоні (округ Колумбія) та в інших місцях, віддалених від місця стихійного лиха. Це призвело до того, що сформована група учасників гуманітарної логістики функціонувала більше як вільно організована група, а не як добре навчені професіонали швидкого реагування [5]. Ті дії, які згодом було визнано ефективними, були організовані учасниками лише завдяки висновкам, які на той момент можна було зробити з минулих катастроф, але така готовність була недостатньою для вирішення фундаментальних проблем та нових викликів від урагану Катріна.

Отже, можна виділити основні проблеми, які спричиняють неефективну координацію учасників ланцюга гуманітарної допомоги.

Як видно з рис. 2, погано організована система управління призводить до недостатньо сильних зв'язків з донорами, які надають фінансову допомогу під час ліквідації наслідків стихійного лиха. Це, своєю чергою, призводить до обмеженості ресурсів. Така ситуація не може вплинути на основних учасників ланцюга постачання, оскільки через відсутність коштів та ресурсів допомоги не можна побудувати ефективний гуманітарний ланцюг та організувати співпрацю та координацію між усіма його учасниками.

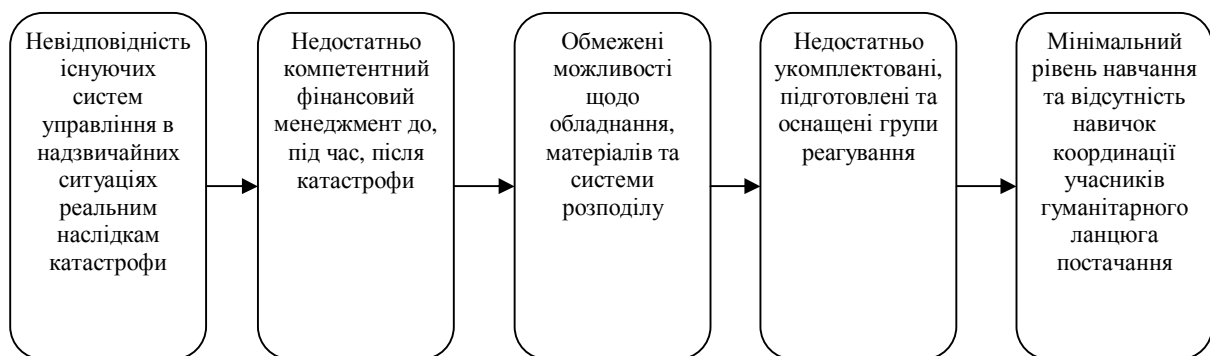


Рис. 2. Ланцюг причин неефективної співпраці учасників ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій
Джерело: розроблено на основі [5]

Одним з наочних прикладів співпраці може бути координація учасників гуманітарного ланцюга постачання під час урагану на Філіппінах, який стався у жовтні 2013 року. На рис.3 достатньо точно зображено розташування логістичних центрів, хабів, аеропортів, портів та маршрутів для надання допомоги постраждалим від урагану.

Все частіше логістичні компанії воліють розробляти свої соціальні гуманітарні плани на основі довгострокових програм та партнерських відносин. Логістичні оператори, співпрацюючи з благодійними та гуманітарними організаціями, наближаються до навчання і розвитку. Такі логістичні оператори, як DHL, TNT, WFP, FedEx створили довгострокові партнерські відносини, напрямлені на перспективу.

У партнерстві є можливість вчитись. Правильно створені, організовані та такі, що характеризуються ініціативою від усіх учасників партнерські відносини можуть стати основою для створення так званої навчальної лабораторії.

У гуманітарній логістиці співпраця існує не тільки безпосередньо між приватним сектором та гуманітарними організаціями, але й між приватним сектором та місцевими органами влади. У світовій практиці партнерство має назву публічне-приватне партнерство (Public-Private Partnerships (P3s)) [6].

Міжнародна асоціація з надзвичайних ситуацій визнає, що як державні, так і приватні сектори можуть отримати вигоду від об'єднання своїх фінансових ресурсів та досвіду з метою поліпшення доставки необхідних товарів та послуг всім громадянам, які опинились в ситуації стихійного лиха.

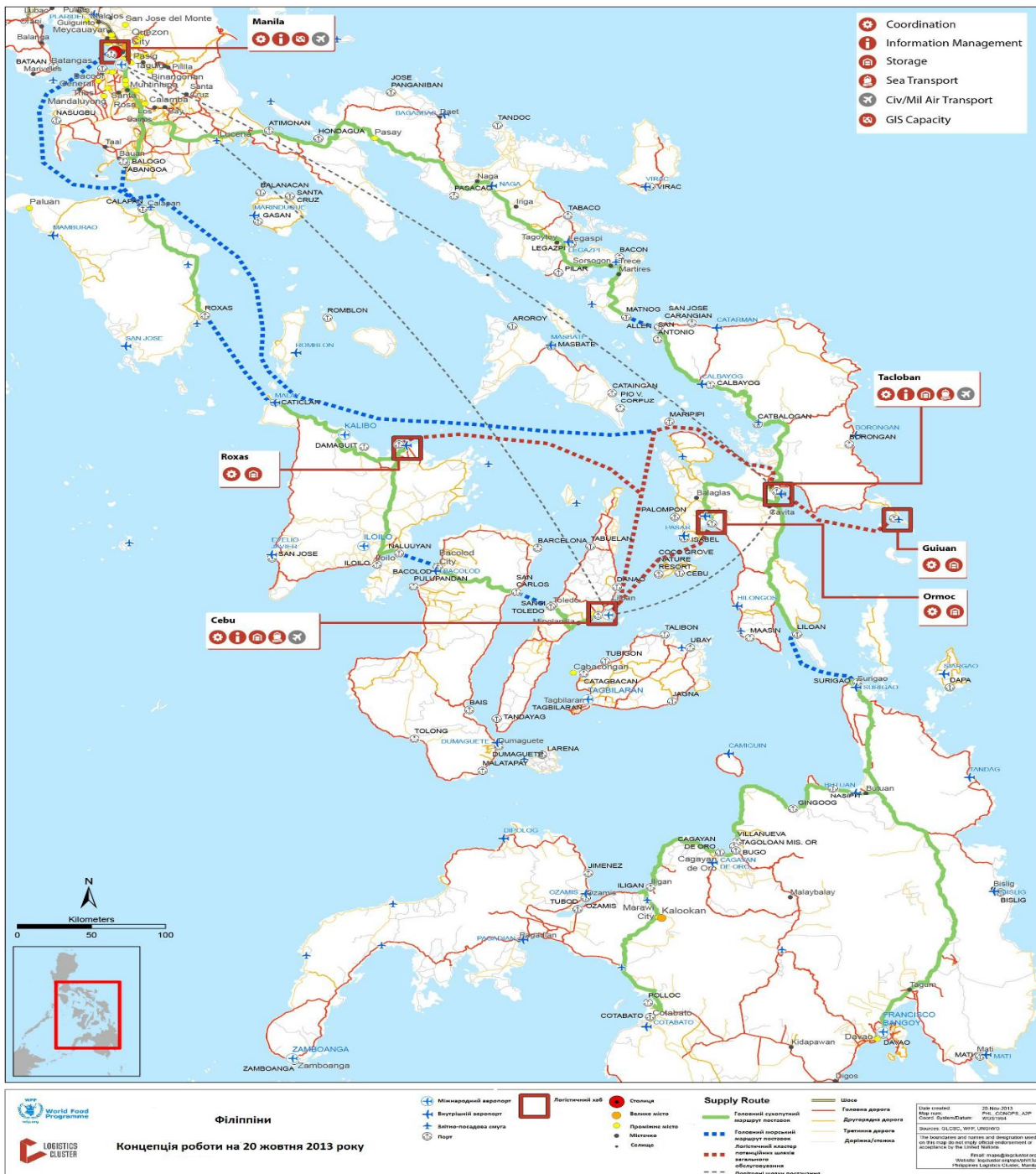


Рис. 3. Локалізація основних об'єктів, які надавали допомогу під час урагану на Філіппінах 2013 року
Джерело: [4]

Обмеженість ресурсів державного сектору сприяє участі приватного сектору як одного з найголовніших учасників гуманітарного ланцюга постачання. Ефективне партнерство може поліпшити координацію всередині ланцюга, забезпечити максимізацію необхідних ресурсів, а також призвести до інтегрованої комунікації між учасниками [7]. Ефекти від такого партнерства зображено на рис. 4.

Партнерство між державою і приватним сектором змінює стратегічну спрямованість установ з боротьби з лихом. Державні діячі можуть менше турбуватись про деякі функції, оскільки приватний сектор може впоратись з будь-яким завданням, пов'язаним з управлінням з надзвичайних ситуацій (попередження, евакуація, організація громадського харчування). Своєю чергою, логістичні оператори можуть бути впевнені у фінансовій віддачі від реалізації товарів та послуг під час та після катастрофи – уряд буде клієнтом приватного сектору [1]. Оперативний ефект від співпраці полягає в тому, що державна установа може швидше реагувати на ситуацію. Приватний сектор, своєю чергою, забезпечує активну масштабну роботу і має змогу перекидати своїх спеціалістів з місця на місце залежно від розташування епіцентру стихійного лиха, оскільки кількість його працівників є значно більшою і вони є гнучкішими та мобільнішими. Суть тактичного ефекту – це підтримання швидкості та ефективності діяльності усіх учасників, які надають постраждалим від стихійного лиха допомогу на місцях.



Рис. 4. Стратегічні, оперативні та тактичні ефекти від партнерства
Джерело: розроблено на основі [1]

Для того, аби побудувати ефективні державно-партнерські стосунки, необхідно дотримуватись основних принципів успіху (рис. 5).

Дотримання висвітлених принципів є незаперечною причиною успіху партнерства. Також, щоб підвищити ефективність та результативність такої співпраці, необхідно взяти до уваги наступне:

1) уряд та приватний сектор повинні чітко визначити, що саме вони хочуть отримати від державно-приватного партнерства. Їм слід чітко уявляти, чого кожен з них очікує один від одного у такій співпраці;

2) уряд та підприємці повинні і далі розвивати відносини, які були створені в умовах кризи та катастрофи. Отриманий під час кризи досвід може допомогти обом секторам співпрацювати краще у майбутньому;

3) уряд та підприємці повинні безпосередньо вирішувати проблеми з приводу відповідальності. Необхідно постійно підтримувати відносини і здійснювати двосторонній контроль;

4) договори повинні містити чіткі умови і результати. Укладені контракти між державним і приватним сектором повинні містити конкретні очікування, і ці очікування повинні бути відкриті для громадськості.

Уряд має розглядати бізнес як свого партнера та одного з учасників побудови гуманітарної політики. Приватний сектор може внести безліч нових ідей та допомогти усвідомити існуючі прогалини та проблеми, до яких раніше його не допускали.



Рис. 5. Основні принципи успіху державно-приватного партнерства
Джерело: розроблено на основі [7]

Висновки

Готовність до стихійних лих і управління під час надання допомоги постраждалим вимагають координування та співпраці усіх учасників гуманітарного ланцюга постачання, а також обов'язково державних і приватних установ і організацій на місцевому, державному, національному і навіть міжнародному рівні. Величезний потенціал і фактичні втрати життя і майна у результаті стихійних і техногенних катастроф змусили переосмислити важливість партнерства під час надання гуманітарної допомоги.

Співпраця приватних компаній та уряду може абсолютно змінити стратегічну траєкторію катастрофи та управління загалом. Обидва сектори також своїми діями впливають і на тактичні рішення під час боротьби зі стихійними лихами. Приватні підприємства можуть прискорити і поліпшити реакцію та відновлення після стихійного лиха.

Крім того, у роботі було висвітлено основні недоліки системи реагування на надзвичайні ситуації в результаті стихійних лих, таких як атаки терористів на Всесвітній торговий центр 11 вересня і ураган Катріна, та наведено можливі принципи успіху приватно-державного партнерства. Під час співпраці учасники повинні використовувати власний досвід та досвід своїх колег, постійно обмінюватись інформацією, залучати якомога більші обсяги фінансових та людських ресурсів, обов'язково координувати з урядом постраждалих від стихійного лиха країн.

Перспективи подальших досліджень

Подальшим напрямком дослідження може бути роль інформації під час організації партнерських відносин між учасниками ланцюга гуманітарної допомоги, використання новітніх інформаційних засобів для передавання даних про необхідні матеріали, медикаменти та товари від одного учасника ланцюга до іншого, розроблення нових моделей співпраці та координації учасників ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій.

1. Busch, Nathan E. and Givens, Austen D.. *Achieving Resilience in Disaster Management: The Role of Public-Private Partnerships*. – *Journal of Strategic Security* 6, no. 2 (2013): 1-19. 2. *Humanitarian Logistics and Supply Chain Management [Electronic resource]* – Access mode: [https://ay1415.moodle.wisc.edu/prod/pluginfile.php/93241/mod_resource/content/0/Cozzolino %20chapter %202 %20on %20human %20logis %20and %20supply %20chain %20managament.pdf](https://ay1415.moodle.wisc.edu/prod/pluginfile.php/93241/mod_resource/content/0/Cozzolino%20chapter%202%20on%20human%20logis%20and%20supply%20chain%20managament.pdf). 3. Larson, Paul D. (2012), *Strategic Partners and Strange Bedfellows: Relationship Building in the Relief Supply Chain*, - Chapter 1 in *Relief Supply Chain Management for Disasters: Humanitarian Aid and Emergency Logistics*, Gyöngyi Kovács & Karen Spens, Eds., IGI Global, Hershey, PA, 1-15. 4. *Philippines. Concept of operations as for 20 November 2013 [Electronic resource]* – Access mode : http://epmaps.wfp.org/maps/06069_20131121_PHL_A2_LogisticsClusterPhilippines_Philippines,_Logistics_Cluster_Concept_of_Operations,_as_of_20_November_2013.jpg. 5. Pinkowski J. *Disaster Management Handbook January - 22, 2008* by CRC Press. 6. Tomasini, R. M. and L. N. Van Wassenhove. *From preparedness to partnerships: case study research on humanitarian logistics*. - *International Transactions in Operational Research*, 16(5): 549-559. 7. Weeks, V.L. *Public-Private Partnerships in Emergency Management [Electronic resource]* – Access mode: [http://eplannews. utdallas.edu/UGC/ 2012PublicPrivate PartnershipsInEM.pdf](http://eplannews.utdallas.edu/UGC/2012PublicPrivatePartnershipsInEM.pdf).

ІНСТИТУЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ПОГЛИБЛЕННЯ ТЕХНОГЛОБАЛІЗМУ

© Чернявська О. І., 2015

Досліджено економічні та інституційні механізми, які сприяють розвитку сфери науки, техніки та інновацій. Також визначено роль міжнародних інституцій ООН у сучасних процесах техноглобалізму та головну увагу зосереджено на необхідності перегляду деяких інституційних та регуляторних функцій ООН. Автором виявлено суперечливий характер наслідків техноглобалізму на сучасному етапі розвитку світового господарства.

Ключові слова: інноваційний розвиток, економічні механізми та інструменти, інституційне середовище, техноглобалізм, глобальні проблеми людства, Організація Об'єднаних Націй, науково-технічний прогрес.

О. І. Chernyavska

SHEE "Vadym Hetman Kyiv National Economic University"

INSTITUTIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF PROVIDING THE INNOVATION DEVELOPMENT OF SOCIETY UNDER THE PROCESS OF FORMATION OF TECHNOGLOBALISM

© Chernyavska O. I., 2015

The article is devoted to the research of economic and institutional mechanisms that stimulate science, technologies and innovations. On the basis of the analysis of main features of global technological development at the present stage, the author researched the activity of international institutions like the UNO which could be effective in solving global problems of technological development and also discovered the institutional providing of innovation activity under extending technoglobalism and as the main condition of sustainable economic development.

The author has revealed a contradictory character of consequences of technoglobalism and also analyzed its several basic forms in which this process developed in the end of XX and at the beginning of XXI centuries. Thus, development of technoglobalism is of use for most countries, as revolutionary technologies cause less harm to the environment than the technologies which were resource-intensive and contaminated the environment. At the same time a lot of countries, especially developing, are often deceived and place production facilities dangerous for the environment on their territories. As we know, technoglobalism changed not only scales and pattern of production in the developed industrial countries but also had noticeable global influence on quality of life, mutual relations of people and their attitude towards environment. At the same time, powerful potential of new scientific and technical achievements is not always used for the benefit of mankind. However, in spite of that today the mankind doesn't have other alternative except subsequent intensification of process of global

technological development because of the gradual exhaustion of present natural resources, growth of planet population and ecological problems.

One of modern features of formation of technoglobalism is deepening the global problems of technological development, i.e. contradiction between society and nature represented by the contradiction of scientific and technological progress, which is the source of such problems. That is why in the end of the XXth century sharp necessity to minimize the technogenic impact of human civilization on environment appeared, above all, applying resource saving, ecologically clean and waste-free technologies in industry; introduction of new types of alternative energy; use of hybrid transport and technologies of clean car etc.

So, the newest achievements and results of modern scientific and technological progress became key to economic development and contributed to the deepening of globalization processes, especially in a scientific and technological sphere. Change to the new technological method of production, to high, science-intensive technologies, rapid and wide distribution of information communication technologies, which will eliminate barriers on the way to movement of commodities, services, capitals are basic motive forces, which stipulate the process of globalization, both economic and technological in particular. From the initial stage of origin of technoglobalism powerful technical and technological changes took place in different industries of national economy, its structure and principles of placing productive forces of society (the rates of their development were considerably accelerated) changed and resulted in a considerable economic revival in the developed industrial countries. In world economic development a transition took place gradually from the capitalism of «free competition» to the monopolistic one. The process of concentration of capital in sectors of heavy industry resulted in creation of large industrial objects. This period was characterized by formation of world currency and credit markets, the international division of labor increased, the importance and intensity of the international trade grew sharply, especially in technology-intensive industries. Thus, revolutionary transformations in the sphere of science and technology gradually gained global character. More and more often the key role of technological factor is noticed in the process of the economy growth of most countries in the world.

Key words: innovative development, economic and institutional mechanisms, global problems, technoglobalism, scientific and technological progress, United Nation Organisation, institutional environment.

Постановка проблеми

Нарощення надзвичайно потужного потенціалу науково-технологічних революцій другої половини ХХ століття й подальша інтенсифікація інноваційного процесу вимагає вирішення проблем щодо забезпечення сталого економічного розвитку людства, що, своєю чергою, передбачає економічне зростання при збалансованому природокористуванні на шляху до якісного соціального розвитку, яке зазвичай полягає в підвищенні суспільного добробуту, поліпшенні якості життя людей при наданні необхідних ресурсів для підтримки екологічного балансу на планеті. При цьому, враховуючи виклики та суперечності, пов'язані із поглибленням техноглобалізму, великого значення набуває дослідження інституційно-економічних механізмів забезпечення технологічного та інноваційного розвитку, яке б посприяло встановленню відносної рівноваги між економічними, екологічними та соціальними інтересами суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Глобалізація й інтернаціоналізація сфер науки, технологій та інновацій, а разом з тим і становлення у світі техноглобалізму є визначальними рисами сучасного світогосподарського розвитку і одним із найбільш актуальних предметів міждисциплінарних досліджень. Варто нагадати, що “техноглобалізм” багато вчених розглядається складовою процесу глобалізації економіки, також інноваційно-дослідною, а в деяких випадках й інформаційною глобалізацією

(О. Білорус, Л. Роціос, В. Сикора [1], А. Тонельсон, А. Філіпенко [2] та ін.); як процес розповсюдження інноваційних технологій та наукових знань транснаціональними корпораціями (Р. Нельсон, О. Носова, С. Острі та ін. [3]); як процес глобалізації чи інтернаціоналізації технологій (Р. Мешелькар, А. Нівс Пена, Хуан Арояб, Г. Ластрес та ін.). На наше переконання, техноглобалізм являє собою загальнопланетарний процес зрощення національних технологічних систем у глобальну систему генерації наукових знань та ідей, виробництва та комерціалізації інноваційних продуктів, основними носіями якого є транснаціональні корпорації, що провадять активну діяльність у міжнародному інформаційно-інноваційному просторі. На зламі ХХ та ХХІ століть однією з основних його форм прояву є створення сучасної глобальної інноваційної інфраструктури (технопарки, технополіси, бізнес-інкубатори, інноваційно-технологічні центри та мережі, наукові міста та готелі, інноваційні банки тощо).

Теоретичне осмислення закономірностей та основних економічних факторів розвитку глобальної технологічної цивілізації присвячено науковій праці багатьох зарубіжних вчених-економістів, зокрема Дж. Арчібугі, Д. Белла, К. Боулдінга, Дж. Гелбрейта, С. Глазьева, М. Еллюля, П. Ерліха, Е. Каппа, М. Кондратьєва, Д. Львова, Е. Майшена, К. Маркса, В. Маєвського, Дж. Медоуза, Л. Мемфорда, Дж. Мічі, А. Мола, Р. Нельсона, С. Острі, Л. Роціоса, В. Сикора, А. Тонельсона, Г. Фетисова, М. Хайдеггера, Й. Шумпетера, Ю. Яковця та інших. Сучасні особливості інтернаціоналізації науки і техніки, вплив техноглобалізму на соціально-економічний розвиток національних економік відображені в дослідженнях таких провідних вітчизняних науковців, як Л. Антонюк, Ю. Бажал, О. Білорус, А. Гальчинський, Т. Кальченко, Ю. Козак, Д. Лук'яненко, Ю. Макогон, О. Михайловська, В. Новицький, Ю. Пахомов, А. Поручник, А. Румянцев, С. Сіденко, М. Туган-Барановський, А. Філіпенко, В. Чужиков, І. Школа та багато інших.

Водночас питанням формування ефективного механізму розв'язання техноглобальних суперечностей, забезпечення інституційного середовища функціонування інноваційної сфери в контексті сталого економічного розвитку людства науковці приділяють недостатньо уваги, що в період становлення й розвитку у світі техноглобалізму є надзвичайно актуальним.

Постановка цілей

Дослідження інституційно-економічного механізму забезпечення інноваційного розвитку суспільства в умовах поглиблення техноглобалізму зумовлює постановку таких цілей:

- дослідити роль інновацій та НТП у вирішенні глобальних проблем технологічного розвитку;
- обґрунтувати інституційні й економічні чинники забезпечення розвитку науково-технологічної й інноваційної сфер;
- проаналізувати діяльність та визначити основні функції глобальних інститутів, які сприяють інноваціям і водночас забезпечують сталий розвиток суспільства;
- окреслити можливість створення нового інституту регулювання інноваційної сфери в контексті загострення суперечностей техноглобалізму.

Виклад основного матеріалу

Зростання масштабів та ефективності виробництва, впровадження новітніх технологій, поширення мережі Інтернет, інтенсифікація міжнародної науково-технологічної співпраці, з одного боку, та дегуманізація й маргіналізація суспільства, зростання рівня безробіття, техногенне навантаження на природу, з іншого, призвело до створення серйозних викликів на шляху подальшого розвитку людської цивілізації, при цьому не менш важливими залишаються нерозв'язані проблеми зниження якості навколишнього середовища, виснаження природних ресурсів, етичні проблеми в генетиці, шахрайство в Інтернеті та кібертероризм, недостатні цифрові можливості в країнах, що розвиваються, поглиблення розриву між бідними та багатими націями тощо.

Деякі науковці прогнозують, що за збереження наявних тенденцій науково-технічного прогресу і глобального економічного розвитку протягом першої половини XXI століття очікується глобальна катастрофа. Саме тому для подолання цих проблем на глобальному рівні основні суб'єкти міжнародних економічних відносин вирішили спрямовувати більше інвестицій у інновації, тобто фінансувати наукові дослідження та розробки, розвивати ключові сфери науки і технологій, активно впроваджувати інноваційні продукти у життєдіяльність суспільства та в економіку.

Так, суспільство повинне взяти під свій контроль всі глобальні процеси в природі, оскільки постійно зростаючі темпи технологічного розвитку людської цивілізації значно випереджають темпи відтворення та самоконтролю навколишнього середовища. Однак, лише впровадження інновацій та нових технологій сьогодні спроможне врегулювати більшість глобальних проблем сучасності (рисунок).

Оцінюючи ступінь впливу соціуму та економіки на природу в майбутньому та сьогодні, можна стверджувати, що для ефективного управління природними системами та механізмами необхідно застосувати комплексний науковий підхід, що передбачає правило використання “трьох І”: насамперед, це, звичайно, інновації, далі йдуть інвестиції та інституції. Категорія “інвестицій” передбачає механізми фінансування науково-дослідної діяльності, приватні та державні джерела витрат на проведення НДДКР. “Інновації” означають комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, впровадження революційних технологій, нових проектів щодо вирішення глобальних проблем. Категорія “інституції” передбачає організаційне забезпечення технологічної та інноваційної діяльності, поряд із успішним функціонуванням основних складових інноваційної інфраструктури, а також сприяння сталому глобальному економічному розвитку. Взаємодія зазначених елементів призведе до досягнення рівноваги між соціально-економічним розвитком та рівнем стійкості навколишніх природних систем.

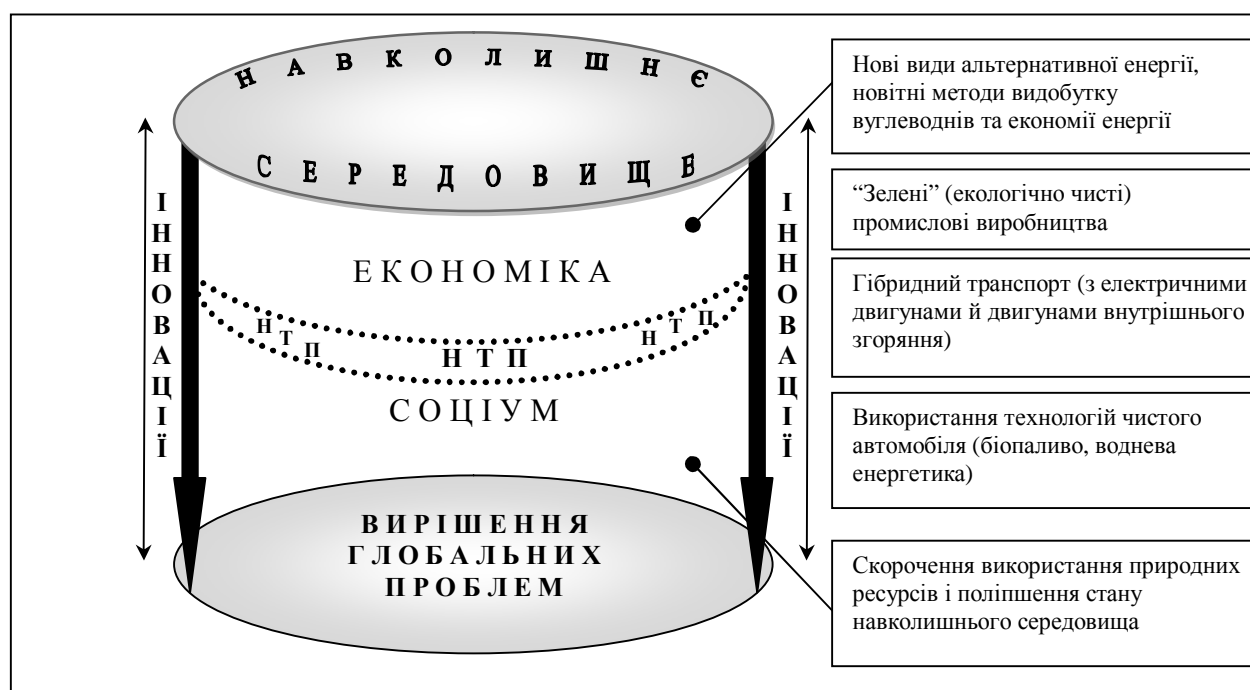


Рис. 1. Роль інновацій та НТП у вирішенні глобальних проблем

Джерело: [складено автором]

Сьогодні уряди розвинених країн продовжують покращувати інноваційне середовище, пропонуючи економічні стимули, заохочуючи приватний сектор інвестувати в НДДКР та брати участь у міжнародній науково-технологічній співпраці, тим самим створюючи механізми вирішення зазначених вище проблем технологічного розвитку. Для прискореного впровадження інноваційних технологій багато країн використовують спеціальні програми популяризації інновацій, створюють науково-дослідні установи або центри, надають послуги з розповсюдження

революційних технологій, їх трансферу та комерціалізації, створюють інтегровані механізми використання інноваційних технологій завдяки об'єднанню промислових, урядових, академічних та дослідницьких співтовариств, а також переносять результати наукових досліджень на промисловість. Багато країн також прагнуть збільшити обсяги фінансування НДДКР.

Зазначимо, що економічні механізми забезпечення інноваційної діяльності являють собою певний набір інструментів і важелів, які регулюють та стимулюють розвиток науки, технологій та інновацій в економіці. Загалом світова практика передбачає широкий спектр таких механізмів, за допомогою яких забезпечується інноваційний процес як на національному, так і на міжнародному рівнях. Проте, в контексті загострення глобальних технологічних проблем і підтримання сталого розвитку вони є специфічними механізмами техноглобального характеру, які, безумовно, передбачають деякі загальноекономічні методи сприяння інноваційному розвитку: фінансово-кредитні, регулятивні (прогнозування екологічних ризиків та катастроф, розроблення системи будівельних норм та правил (енергоємності, екологічності, якості), енергостандарти щодо побутових електротоварів та ін. ІКТ, забезпечення стимулів для бізнесу (державні нагороди за екологічно відповідальну поведінку), проведення еко-аудиту та еко-моніторингу, прийняття природно-ресурсних законів), інвестиційні (інвестиції в еко- та енерго-НДДКР, в освіту та сталі навчання), торговельні (торгівля промисловими газоподібними викидами, сертифікатами альтернативної енергії, торговельні дозволи, преференційний доступ до ринку еко-товарів та енерготехнологій), комунікативні (персональна екологічна відповідальність, добровільні інформаційні заходи (маркування товарів з екологічним змістом)) та кіотські механізми (торгівля квотами на “світовому ринку забруднень”, проекти спільного впровадження, механізм чистого розвитку). На наш погляд, найважливішою групою є фінансово-кредитні інструменти, що мають як фіскальний, так і стимулювальний характер та передбачають субсидії (енергетичні й “зелені” субсидії (на зменшення рівня забрудненості атмосфери), гранти під проекти дослідження техноглобальних проблем, преференційна політика закупівель товарів з найменшим екологічним ризиком та енерговитратністю), податки, штрафи й кредити (податок за використання природних ресурсів, податок на транспорт та автопальне, санкції за викиди CO₂, податкові пільги та знижки; надання кредитів та гарантій за ними на розроблення й впровадження нових і вдосконалених еко- та енерготехнологій тощо).

У сучасних нестабільних умовах розвитку людства інституційне забезпечення науково-технологічної сфери також повинно охоплювати питання щодо регулювання соціо-еколого-економічних відносин між господарюючими суб'єктами та подолання протиріч між ними методами тотальної трансформації всіх сфер життєдіяльності суспільства, який би гарантував реальну екологічну та економічну стійкість всієї світогосподарської системи. Найбільшої уваги серед глобальних інститутів сталого розвитку заслуговує діяльність міжнародних організацій, їхніх підструктурних комітетів, розроблення та прийняття статутних та інших регуляторних документів, що стосуються загальнопланетарних проблем людства. Надзвичайно багато уваги приділяє проблемам техноглобального розвитку Організація Об'єднаних Націй, яка, безперечно, є найвпливовішою організацією-лідером у світовому масштабі завдяки універсальному членському складу та широкому діапазону своєї діяльності у кожному аспекті суспільного життя. Під егідою ООН функціонує велика кількість спеціалізованих комісій та органів в сфері стійкого розвитку, зокрема щодо проблем зміни клімату та енергозабезпеченості на планеті, соціальної нерівності та стабільного економічного розвитку. Серед них такі найважливіші інституції: Комісія зі стійкого розвитку, Комісія з науки й техніки з метою розвитку, ГЕФ, ПРООН, ЮНІДО, ЮНЕП, МГЕЗК, МАГАТЕ та інші, основні функції яких наведено в таблиці.

Хоча ООН і є унікальною організацією, проте вже давно дискредитувала себе неефективною діяльністю та скандалами (як політичними, так і фінансовими). Ця інституція показала, що вона не завжди здатна вчасно реагувати на швидкозмінні світові реалії. На підтвердження цього колишній генеральний секретар ООН К. Аннан неодноразово зазначав, що “...у нас немає тих організацій, які нам потрібні, щоб давати відповідь на глобальні виклики нинішнього століття” [6]. Саме тому він поклав початок реформуванню даної організації і на 60-й сесії Генеральної Асамблеї ООН, окрім обговорення виконання завдань, поставлених в “Декларації тисячоліття”, яку світові лідери прийняли у 2000 році, було порушено й питання адміністративної реформи ООН. Також на

зазначеному засіданні надзвичайно багато уваги було приділено проблемам роззброєння й нерозповсюдження новітньої зброї масового знищення, тероризму, створення комісії зі зміцнення миру, а саме проблемам із забезпечення міжнародного миру та безпеки. А проблемам підтримання сталого соціального, екологічного та економічного розвитку в умовах нової науково-технологічної (інформаційної) революції було надано другорядного значення.

Найважливіші міжнародні інституції в рамках ООН, які сприяють вирішенню глобальних проблем технологічного розвитку людства

Назва інституції	Дата створення	Основні функції по забезпеченню глобального стійкого розвитку
1	2	3
Комісія з науки й техніки з метою розвитку	1992 р.	Заохочує й активізує міжнародне співробітництво в галузі науки й техніки з метою стійкого розвитку, особливо в країнах, що розвиваються, і тим самим сприяє вирішенню глобальних проблем науково-технологічного розвитку.
Міжнародне агентство з атомної енергії	1957 р.	Агентство прагне підвищити роль ядерної науки й технології в наданні підтримки стійкому розвитку людства. Є провідним світовим міжнародним урядовим форумом науково-технічного співробітництва в області мирного використання ядерної технології. Багато програм МАГАТЕ прямо або побічно роблять свій внесок у досягнення цілей стійкого розвитку й охорони навколишнього середовища.
Комісія зі стійкого розвитку	1993 р.	Стежить за прогресом у здійсненні Порядку денного на XXI століття й діяльністю, пов'язаною з обліком цілей охорони навколишнього середовища й розвитку в рамках всієї системи ООН, на основі аналізу й оцінки доповідей всіх відповідних органів, організацій, програм і установ системи Організації Об'єднаних Націй, що займаються різними питаннями навколишнього середовища й розвитку, у тому числі фінансовими.
ООН із промислового розвитку	1985 р.	ЮНІДО має на меті сприяння такому технологічному розвитку, який би призвів до поширення більш "дружньої" до навколишнього середовища системи виробництва, екологічно прийнятної моделі відтворення. Займаються проблемами стійкої енергетики й зміни клімату, раціонального природокористування
Група Світового Банку	1944 р.	Фінансові інституції мобілізують додаткові інноваційні фінанси для здійснення екопроектів, сприяють міжнародному співробітництву в грошово-кредитній сфері, підтримують прискорений розвиток та розповсюдження новітніх технологій, зокрема, й екологічно чистих та енергоефективних технологій. Є найважливішими джерелами фінансової й технічної допомоги, яка надається країнам, що розвиваються. Ці установи сприяють розумінню та управляють макроекономічними, фінансовими та фінансовими викликами стосовно проблем зміни клімату. Радять країнам-членам, де екологічні проблеми можуть мати значний вплив на економічну та фінансову стабільність, а також як з ними боротися.
Міжнародний валютний фонд	1944 р.	

Джерело: [узагальнено й складено автором на основі інформації з офіційного сайту ООН <http://www.un.org/russian/climatechange/index.shtml>]

Сьогодні міжнародні установи й окремі держави під егідою ООН не спроможні вирішувати проблеми сталого розвитку послідовним, комплексним шляхом та враховувати наслідки сучасного НТП, а замість цього продовжують розглядати проблеми економічної безпеки, соціальну й екологічну деградацію як окремі загрози. Незважаючи на оптимістичні сподівання щодо підвищення ролі та впливу цієї організації після проведення реформ, багато вчених і сьогодні продовжують критикувати її діяльність. Так, заслужений діяч науки і техніки України О. Г. Білорус, вивчаючи проблеми глобалізації та безпеки розвитку, зазначає, що ООН зіштовхнулася з багатьма

проблема, які навряд чи будуть вирішені за короткий час: по-перше, це нестача коштів та значна заборгованість держав-членів по внескам до бюджету ООН; по-друге, неефективна діяльність численного бюрократичного апарату організації та по-третє, це невідповідність організаційної структури та функціональних завдань новим глобальним викликам сучасності [5, с. 113]. Тому цій організації необхідно продовжувати обраний шлях реформування та збільшення оперативності реагування на нові міжнародні загрози.

Саме тому доцільно було б ініціювати створення нового інституту на засадах комплексного управління процесом сталого глобального розвитку в умовах поглиблення техноглобалізму. Це могла б бути принципово інша незалежна організація міжнародного рівня або новий інституційний механізм забезпечення сталого розвитку у структурі ООН, підпорядкований Економічній та Соціальній Раді ООН з чітко визначеним технологічним та інноваційним вектором діяльності. Розвиваючи цю думку, потрібно констатувати, що хоча й часто критикують дієздатність ООН, значною перевагою створення нового інституту щодо усунення економічних і соціальних загроз саме в рамках ООН є те, що вона має беззаперечну інтегруючу здатність, що дозволяє її членам напрацювати загальні цілі в сфері сталого розвитку й об'єднати в єдине ціле міжнародне співтовариство на основі консенсусу стосовно шляхів досягнення цих цілей. Так, на основі таких підрозділів, як Комісія зі стійкого розвитку, Комісія соціального розвитку та Комісія з науки, техніки з метою розвитку можна було б створити Техноглобальний Центр сталого розвитку (ТЦСР) з новими соціо-еколого-економічними завданнями та акцентом на інноваційних методах вирішення проблем. Основними керівними принципами ТЦСР має бути реалізація господарської діяльності з урахуванням жорстких екологічних обмежень і створення справедливого суспільства шляхом забезпечення стабільного розвитку економіки, ефективного управління й відповідального ставлення до наслідків поглиблення техноглобалізму. При цьому об'єднувати він повинен не тільки нації, але й представників громадянського суспільства (неурядові й міжурядові організації, асоціації міст, регіональні й бізнес-структури).

Техноглобальним Центром сталого розвитку повинні бути визначені першочергові виклики, що пов'язані з негативними наслідками нарощення технологічної могутності людства та загрозою їх виживанню, безпеці, соціального добробуту на глобальному чи регіональному рівнях; розроблені надійні схеми і пропозиції щодо того, як і що повинно бути зробленим для уникнення, зменшення або, якщо можливо, адаптації до таких викликів; забезпечені додаткові авторитетні поради та підтримка урядам і міждержавним організаціям для реалізації програм та політики національного протистояння таким глобальним викликам. У науково-технологічній та інноваційній сферах повинні бути насамперед поставлені такі стратегічні завдання, як визначення необхідної кількості прогресивних технологій, які допоможуть людству досягти стабільності; створення нової техноглобальної системи науки й техніки, підвищення життєздатності науково-дослідних установ і активності науково-технологічних працівників; підвищення рівня важливості науки й техніки в соціально-економічному розвитку суспільства, особливо виявити її провідну роль в забезпеченні економічних вигод у промисловості, в області розробок нових технологій та їх застосування, а також у реконструкції й підвищенні рівня модернізації традиційних галузей економіки; розширення та поглиблення НДДКР діяльності для досягнення сталого розвитку; зміцнення інноваційного й технологічного співробітництва між Техноглобальним Центром сталого розвитку й іншими органами системи ООН та її спеціалізованими установами, бреттонвудськими інститутами з урахуванням їх повноважень тощо. Отже, на сучасному етапі загострення протиріч поглиблення техноглобалізму створення вищезгаданого Центру в структурі ООН є достатньо актуальним й необхідним, оскільки лише завдяки комплексному підходу до боротьби з глобальними загрозами можливо досягти поставлених цілей.

Зазначимо, що процеси, які відбуваються сьогодні в глобалізованій економіці, були б неможливі без зростаючої важливості ІКТ та миттєвої кооперації завдяки поширенню мережі Інтернет між неурядовими організаціями. Близько 100000 таких організацій працюють над проблемами екологічної безпеки та стабільного розвитку економіки, а також деякі з них стали вже транснаціональними, фокусуючись переважно на глобальних змінах у суспільстві. Безперечно, діяльність урядів була і залишається надзвичайно важливою для досягнення сталого розвитку,

проте не завадило б включити керівництво держав та інших представників влади до глобальних мереж такої співпраці, яка сформована міжнародними неурядовими організаціями. Адже на початку XXI століття вони являють собою вагомий ланку у сучасній інституційній системі сталого глобального економічного розвитку.

Висновки

1. Сучасні науково-технологічні знання поряд із прискореним розвитком людської цивілізації пропонують багато можливостей для того, щоб змінити попередню нестабільну й здебільшого загрозливу для планети практику господарської діяльності та швидко просуватися вперед у напрямку більш досконалих новітніх технологій й пов'язаних з ними інститутів і мереж глобального розвитку. Виникнення з другої половини XX століття у світі техноглобалізму ми нерозривно пов'язуємо з інтенсивним впровадженням інновацій, появою нових форм організації і методів промислового виробництва, їх широкомасштабним застосуванням у всіх сферах діяльності людини в глобальному економічному середовищі, з одного боку, та появою серйозних викликів для людства, причиною яких є неспроможність суб'єктів МЕН оцінити та заздалегідь спрогнозувати можливі загрози використання нових досягнень і результатів НТР, з іншого.

2. У контексті світових тенденцій та суперечностей становлення техноглобалізму автор визначив роль НТП та інновацій у досягненні соціо-економічної рівноваги та проаналізовано специфічні механізми інноваційного розвитку суспільства. Так, основні економічні механізми розглядалися за таким групами, як фінансово-кредитні, регулятивні, інвестиційні, торговельні, комунікативні та кіотські механізми, серед яких найважливішими є фінансово-кредитні інструменти, що мають як фіскальний, так і стимулювальний характер.

3. Проаналізовано діяльність та основні функції глобальних інститутів (Комісії зі стійкого розвитку та з питань науки й техніки з метою розвитку, ЮНЕП, ЮНІДО та ін.), які забезпечують сталий розвиток суспільства. А також зазначається, що, на жаль, згадані організації в межах ООН не спроможні вчасно реагувати на виклики техноглобалізму й комплексно впроваджувати інновації та нові технології у всі сфери життєдіяльності людства.

4. У процесі дослідження було запропоновано ідею створення нового інституту – Техноглобального Центру сталого розвитку з чітко визначеним технологічним та інноваційним вектором діяльності й з домінуючою функцією комплексного управління процесом сталого глобального розвитку, а також визначено основні принципи його діяльності та завдання в науково-технологічній сфері.

Перспективи подальших досліджень

Обґрунтовані теоретичні аспекти щодо забезпечення інституційно-економічного середовища функціонування інноваційної сфери в контексті сталого економічного розвитку людства будуть використані у подальших дослідженнях щодо розроблення відповідних теоретичних основ становлення й поглиблення у світі техноглобалізму, сучасних форм його прояву та рушійних сил, які спричинили його зародження та подальший розвиток в умовах розгортання нового етапу науково-технологічної революції. Практичне значення сформульованих автором статті висновків і рекомендацій полягає у тому, що вони можуть слугувати методологічною основою для розроблення національної концепції сталого розвитку, а також механізмів регулювання соціо-еколого-економічних проблем на загальнодержавному та регіональному рівнях.

1. Роціос Л., Сикора В. Д. *Глобализация технологии и национальные системы инноваций*. – К., 1995, с. 52. 2. Філіпенко А. С., Рогач О. І., Шнирков О. І. та ін. *Світова економіка: Підручник – 2-ге вид., стереотип.* – К.: Либідь, 2001. – С. 582 3. Ostry S., Nelson R. *Techno-Nationalism and Techno-Globalism: Conflict and Cooperation* (Washington, DC: Brookings Institution, 1995). – p. 132. 4. Archibugi D. and Michie J. // *The globalisation of technology: a new taxonomy* // *Cambridge Journal of Economics*, 1995, Vol. 19 (1). – P. 121–140. 5. Білорус О. Г. *Глобалізація і безпека розвитку: монографія* / О. Г. Білорус, Д. Г. Лук'яненко та ін. – К.: КНЕУ, 2001. – с. 733 6. *Реформа ООН: Момент истины для ООН / Кофи Аннан.* – 2006. – 14 черв. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vedomosti.ru/newspaper/article.shtml?2006/06/14/107956>.

О. Є. Шандрівська, В. В. Кузяк, В. А. Шандрівський
Національний університет “Львівська політехніка”,
кафедра маркетингу і логістики

ДОСЛІДЖЕННЯ СЕГМЕНТУ ЕКСПРЕС-ДОСТАВКИ ВАНТАЖІВ В УКРАЇНІ З ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДІВ МАТЕМАТИЧНОЇ СТАТИСТИКИ

© Шандрівська О. Є., Кузяк В. В., Шандрівський В. А., 2015

Досліджено сегмент експрес-доставки вантажів та проблеми їх розвитку в Україні: актуальність та чинники розвитку сегменту “СЕР”; основні структурні показники діяльності суб’єктів господарювання в сфері транспорту, складського господарства, поштової та кур’єрської діяльності; обсяг та структуру наданих послуг підприємствами пошти та зв’язку; рівень доходів підприємств від надання послуг пошти та зв’язку тощо. Проаналізовано проблеми розвитку сегменту “СЕР” та надано рекомендації щодо удосконалення їх діяльності (запроваджувати методи нецінової конкуренції, подальше поглиблення спеціалізації/диверсифікації (залежно від умов розвитку) та застосування прогресивних форм обслуговування споживачів з врахуванням факторів комплексності постачання, обсягу надання додаткових послуг, прямих довготермінових зв’язків). Розглянуто чинники сприяння діяльності надавачів послуг експрес-доставки (техніко-технологічні: оптимізація маршрутів перевезень вантажів, удосконалення систем оброблення та перевезення вантажів, механізація та автоматизація у сфері виробництва, застосування сучасних інфокомунікаційних технологій; організаційні: вдосконалення організаційних структур управління та перерозподіл функціональних обов’язків, покращення організації виробництва і праці; економічні: уніфікація та стандартизація існуючих послуг на засадах структуризації показників якості послуг та кількісного визначення їх параметрів, встановлення нормативних рівнів якості пересилання вантажів, економічне стимулювання щодо забезпечення надання високоякісних послуг).

Ключові слова: сегмент “СЕР”, експрес-доставка вантажів, дослідження та тенденції розвитку сегменту експрес-вантажів

O. E. Shandrivska, V. V. Kuziak, V. A. Shandrivskiy
Lviv Polytechnic National University
Department of Marketing and Logistics

RESEARCH OF EXPRESS FREIGHT SERVICES IN UKRAINE BY METHODS OF MATHEMATICAL STATISTICS

© Shandrivska O. E., Kuziak V. V., Shandrivskiy V. A., 2015

In this work the market segment of express cargo delivery and the following problems of its development in Ukraine are researched: topicality and factors of express freight development; basic structural indicators of businesses in transporting, warehousing, postal and courier activities; volume and structure of services provided by enterprises of mail and communications; the level of income of companies providing post and communication services etc. The problems of the express freight and recommendations for improvement of their activities (implementing methods of non-price competition, further deepening specialization/diversification (depending on the conditions of development) and the application of progressive forms of customer service, taking into account the complexity of the supply

factors, the amount of additional services, direct long-term bonds). The following factors promoting the activities of express delivery service providers (technical and technological) are considered: cargo route optimization, improvement of processing and transportation systems, mechanization and automation in manufacturing, the use of modern information and communication technologies. The considered organizational factors are: improvement of organizational management structures and redistribution of functional responsibilities, improvement of production and labor. Among economic factors there are: harmonization and standardization of existing services on the basis of structuring service quality indicators and quantitative determination of parameters, establishment of regulatory quality levels of forwarding cargoes, economic incentives to ensure the provision of high quality services).

Key words: express freight, research and development, trends of express cargo segment

Постановка проблеми

Результати виробничо-господарської діяльності вітчизняних товаровиробників зазнали значного погіршення завдяки військовим діям на Сході країни, економічній кризі в державі та таких її проявів, як знецінення вітчизняної валюти, падіння обсягів промислового виробництва, зменшення споживчого попиту, загострення проблем імпортозаміщення тощо та суттєво залежать від процесів глобалізації ринків і глобалізації виробництва. Процеси глобалізації та пов'язані з нею розвиток інформаційних, телекомунікаційних та транспортних технологій, створення глобальних електронних ринків формують умови щільної конкуренції у виробничій сфері та сфері послуг. Зазначені чинники суттєво впливають на рівень стабільності локальних і регіональних ринків логістичних послуг в Україні.

Очікування споживачів на ринку логістичних послуг, які рухаються в бік самовираження, ускладнюють їхні вимоги до надавачів логістичних послуг, зокрема до специфіки поставок окремих типів вантажів, часового фактору поставки та ін. У зв'язку із цим розвиток сегменту експрес-доставки вантажів та його дослідження у цій роботі видається вельми актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Теоретико-методологічними положеннями формування та розвитку ринку логістичних послуг в Україні займалися такі вітчизняні науковці, як Є. Крикавський, М. Григорак, Н. Чухрай, О. Амелницька, О. Князева та ін. Цю проблему також висвітлено у працях закордонних науковців: Д. Бауерсокса, Дж. С. Джонсона, Д. Ф. Вуд, Д. Л. Вордлоу, П. Р. Мерфі-мол., Д. Уотерса, Майкла Р. Ліндерса, Е. Харольда Фірона, М. Крістофера, Г. Зоммерера, а також у працях російських дослідників: А. Альбекова, А. А. Колобова, Л. Б. Міротіна, В. И. Сергєєва та ін. Складові організаційно-економічного механізму управління якістю послуг поштового зв'язку як структурного елемента сегменту "СЕР" досліджувала І. В. Станкевич. Проте питання специфіки поставок окремих видів вантажів та особливих вимог щодо їх доставок, теоретичні засади формування систем логістично орієнтованого управління ланцюгами поставок експрес-вантажів висвітлено недостатньо. Ця праця є продовженням дослідження структурних елементів ринку логістичних послуг в Україні (після дослідження сегменту транспортно-експедиційних послуг), попередньо проведених автором [1].

Постановка цілей

Цілями статті є представлення результатів дослідження сегменту експрес-доставки вантажів та проблем їх розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу

Урізноманітнення потреб клієнтів, які рухаються в бік самовираження, продиктовані пропозицією товарів, які надмірно задовольняють потреби клієнтів, тобто понад їх функціональне призначення. Формуються перенасичені ринки, мета пришвидшення обороту капіталу диктує

необхідність скорочення життєвих циклів товару, провокує моральне старіння товарів першого та другого роду, ініціює інноваційну гонку, загострює конкуренцію на ринку. Урізноманітнення потреб клієнтів є викликом маркетингу сучасності і розширенням сфер застосування логістики, яка забезпечує доставку товару до місць призначення. Індивідуалізація замовлення та пропозиція послуг з використанням електронної торгівлі, на яку припадає до 8 % у загальній структурі продажу роздрібними каналами розподілу продукції, сприяє його подрібненню, веде до зростання кількості замовлень та скорочення термінів виконання замовлень споживачів.

Створення гнучких автоматизованих виробництв, що зробило рентабельним виробництво продукції та поставки вантажів дрібними партіями, поглиблення структурування специфіки поставок окремих видів вантажів, термінальне та митне оформлення вантажів, велике коло учасників в ланцюгу поставок, розвиток засобів передавання даних, уніфікація правил та норм зовнішньоекономічної діяльності, стандартизація параметрів технічних засобів у різних країнах, особливі умови поставки, пов'язані зокрема з терміновістю тощо, окреслило важливість дослідження такого виду вантажу, як малогабаритні вантажі (вагою до 30 кг), обслуговування яких є компетенцією надавачів послуг експрес-доставки вантажів (протягом 1–4 днів). За даними офіційної статистики, цей сегмент ринку логістичних послуг (сегмент “СЕР” – аббревіатура від “кур’єрська діяльність”, “експедиція”, “пошта”) оцінюється у близько 217 млрд. доларів США, темпи зростання становлять 25–30 % щорічно, при цьому 80 % обсягу ринку формують чотири найбільші логістичні оператори. Якщо місткість ринку транспортно-логістичних послуг перевищує \$6 трлн., то частка, яка припадає на сегмент поставок експрес-вантажів, становить близько 3,62 %. Поряд із наданням послуг підприємствами пошти та зв'язку загального користування щодо відправлення газет, журналів, листів, телеграм та посилок, які виокремлює Державна служба статистики ще з радянських часів, інформацію щодо кур’єрської діяльності ця служба опрацьовую від 2006 року.

Аналіз надання послуг в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур’єрської діяльності за 2010–2012 рр. (табл. 1) підказав, що частка валової доданої вартості у структурі надання послуг становить близько 50 %, що дуже цінно для логістичної діяльності.

Таблиця 1

Структура надання послуг у галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур’єрської діяльності за 2010–2012 рр., млн. грн. [3]

Рік	Випуск	Проміжне споживання	Валова додана вартість	Частка валової доданої вартості від випуску, %
2010	169526	82257	87269	51,48
2011	215666	107543	108123	50,13
2012	222425	118556	103869	46,70

Про фактично освоєні обсяги капітальних інвестицій в сегменті СЕР свідчать дані табл. 2., згідно з якими індекси капітальних інвестицій у галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур’єрської діяльності за період 2011/2010 рр. та 2012/2011 рр. мали позитивну тенденцію (114,7 % та 115,3 %), проте у 2013 р. відносно 2012 р. різко зменшився до 56,4 %. Мізерну частку у структурі капітальних інвестицій у галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур’єрської діяльності займає інвестування у поштову та кур’єрську діяльність (близько одного відсотка).

Таблиця 2

Капітальні інвестиції в сегменті СЕР за 2010–2013 рр., млн. грн. [3]

Показник	2010	2011	2011/ 2010	2012	2012/ 2011	2013	2013/ 2012
Транспорт, складське господарство, поштова та кур’єрська діяльність (А), в.т.ч.:	19592	25977	114,7	32808	115,3	18833	56,8
– поштова та кур’єрська діяльність (В)	125	151	112,8	386	252,1	212	54,0
Частка В від А, %	0,64	0,58	-	1,18	-	1,13	-

Виокремлення структури експорту та імпорту послуг поштової та кур'єрської служби згідно із офіційною статистикою відбулось у 2013 р. і становило 44,6 та 15,3 млн. дол. США відповідно. У структурі транспортних послуг експорт та імпорт послуг поштової та кур'єрської служби становили 0,54 % та 0,79 % відповідно (табл. 3).

Таблиця 3

Структура експорту та імпорту послуг поштової та кур'єрської служби, 2013 р., млн. дол. США [3]

Показники	Експорт	Частка у загальному обсязі, %	Імпорт	Частка у загальному обсязі, %
Транспортні послуги, в т.ч. (С):	8305,8	56,0	1716,4	22,6
– послуги пошти і кур'єрської служби (D)	44,6	0,5	15,3	0,9
Частка D від С, %	0,54	-	0,89	-

Діяльність суб'єктів господарювання в сегменті “СЕР” згідно офіційної статистики можна оцінити лише у складі транспорту та складського господарства, які наведені у табл.4.

Таблиця 4

Основні структурні показники діяльності суб'єктів господарювання в сфері транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за період 2010–2013 рр. [2, с. 296; 3, с. 30]

Показники	2010	2011	2012	2013	2013/ 2010
Кількість суб'єктів господарювання, разом, тис. од., зокрема, %:	145,9	99,9	87,3	92,3	0,6327
– підприємства	9,3	14,8	17,7	18,1	-
– фізичні особи-підприємці	90,7	85,2	82,3	81,9	-
Кількість зайнятих працівників, разом, тис. осіб, зокрема, %:	1133,0	1087,1	1087,4	1061,4	0,9368
– підприємства	82,0	84,9	86,2	85,7	-
– фізичні особи-підприємці	18,0	15,1	13,8	14,3	-
Кількість найманих працівників, разом, тис. осіб, зокрема, %:	996,7	997,8	1009,0	982,3	0,9856
– підприємства	92,8	92,1	92,2	92,3	-
– фізичні особи-підприємці	7,2	7,9	7,8	7,7	-
Обсяг реалізації продукції, разом, млн. грн., зокрема, %:	160170,2	200477,7	228906,6	225723,0	1,4093
– підприємства	89,8	92,2	92,7	92,3	-
– фізичні особи-підприємці	10,2	7,8	7,3	7,7	-
Кількість підприємств, од., зокрема, %:	13603	14792	15472	16707	1,2282
– великі підприємства	0,3	0,2	0,2	0,2	-
– середні підприємства	9,1	8,7	8,4	7,6	-
– малі підприємства	90,6	91,1	91,4	92,2	-
з них мікропідприємства	69,0	70,0	70,3	73,4	-
Обсяг реалізації продукції, млн. грн., зокрема, %:	143791,5	184764,3	212299,8	208337,8	1,4489
– великі підприємства	60,9	62,3	58,0	58,2	-
– середні підприємства	28,5	26,5	28,7	28,0	-
– малі підприємства	10,6	11,2	13,3	13,8	-
з них мікропідприємства	3,2	3,7	4,2	4,7	-

Як видно з табл.4, кількість суб'єктів господарювання в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за період 2010–2013 рр. знизилась на 36,73 %, що зумовлено тенденціями подальшої консолідації в галузі та поглинанням підприємств (з 13233 тис. од. до 7559 тис. од. за 2010–2013 рр.).

За період 2010 – 2013 рр., незважаючи на тенденції зменшення кількості зайнятих працівників (на 6,32 %) та найманих працівників (на 1,44 %), обсяг реалізованої продукції підприємствами та фізичними особами-підприємцями зріс на 40,93 %.

Хоча в структурі підприємств галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за їх розмірами (табл. 4) найбільшу частку становлять малі підприємства (90,6 % – у 2010 р. та 92,2 % у 2013 р.) та з них мікропідприємства (69,0 % – у 2010 р. та 73,4 % у 2013 р.), а найменшу частку – великі підприємства (0,3 % – у 2010 р. та 0,2 % у 2013 р.), найбільшою є частка в обсязі реалізованої продукції великих підприємств (60,9 % – у 2010 р. та 58,2 % у 2013 р.) та середніх підприємств (28,5 % – у 2010 р. та 28,0 % у 2013 р.).

Фінансові результати до оподаткування в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за 2010–2013 рр. наведено в табл. 5. Хоча за аналізований період понад половини підприємств отримали прибуток (54,6 % підприємств з фінансовим результатом 10387,7 млн.грн. у 2010р.; 63,1 % підприємств з фінансовим результатом 9814,8 млн.грн. у 2013 р), фінансові результати свідчать про загальну негативну тенденцію – від 8741,4 млн. грн. у 2011 р. до 2470,1 млн. грн. у 2013 році.

Таблиця 5

Фінансові результати до оподаткування в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за 2010–2013 рр., млн. грн. [2; 3]

Рік	Фінансовий результат	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		Частка у загальній кількості підприємств, %	Фінансовий результат	Частка у загальній кількості підприємств, %	Фінансовий результат
2010	5058,9	54,6	10387,7	45,4	5328,8
2011	8741,4	63,4	15692,2	36,6	6950,8
2012	7524,9	61,8	13946,5	38,2	6421,6
2013	2470,1	63,1	9814,8	36,9	7344,7

Відомо, що балансова вартість активів підприємств, які забезпечують логістичні процеси в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності, є доволі високою (371344,4 млн. грн. на кінець 2013 р.), адже утримання власних складів й автогосподарств вимагає значних витрат і ефективного управління. Як свідчать дані табл. 6, на необоротні активи припадає 66,38 % проти 33,59 % оборотних активів на кінець 2013 року.

Таблиця 6

Вартість активів у галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності у 2013 р., млн. грн. [3]

Показники	Необоротні активи	Оборотні активи	Необоротні активи та групи вибуття	Вартість активів
на початок року	229648,9	111872,8	55,6	341577,3
на кінець року	246522,6	124725,1	107,7	371355,4
Структура, %:				
на початок року	67,23	32,75	0,02	100
на кінець року	66,38	33,59	0,03	100

Якщо розглядати діяльність підприємств пошти та зв'язку загального користування (табл. 7), то слід зазначити, що у структурі наданих послуг виокремлюються такі тенденції. Так, спостерігається зниження кількості відправлених млн. газет і журналів, пік відправлень яких припадає на 2008 р. з 1273 млн. од. до 918 млн. од. у 2013 р. (72,11 % відносно 2008 р.), зростання кількості відправлень листів – з 299 млн. од. у 2000 р. до 391 млн. од. у 2008 р. (130,77 % відносно 2008 р.) та 310 млн.од. у 2013 р. Кількість відправлених телеграм різко впала – з 12 млн. од. – у 2000 р., до 1 млн. у 2013 році (у 12 разів за аналізований період). Тенденція щодо посилок свідчить

про різке зростання надання послуг – від 5 млн. од. у 2000 р. до 45 млн. од. у 2012 р. (у 9 разів за аналізований період) та різкий спад у 2013 р. (на 26 млн.од. відносно 2012 р.) (табл.7) [2, с.239; 3].

У розрахунку на одну особу наявного населення тенденції відповідно склались такі: тенденції відправлення листів майже без змін: у 2000 р. – 6 од., у 2008 р. – 8 од., у 2013 р. – 7 од.; телеграм: у 2000 р. – 0,2 од, у 2013 р. – 0,02 од.(у 10 разів менше за аналізований період); посилок: у 2000 р. – 0,1 од, у 2008 р. – 0,4 од., у 2013 р. – 0,4 од.(без змін за період 2008 – 2013 рр.) (табл.7). Це свідчить, що за незначного зростання кількості відправлень на одну особу листів, завершення життєвого циклу на ринку послуг з відправлень телеграм, активно розвивається у сегменті експрес-доставки напрям відправлень посилкової продукції, яким користуються для задоволення споживчого та промислового попиту, пік якої припав на 2012 р.

Таблиця 7

Продукція (послуги) підприємств пошти та зв'язку [2; с. 239; 3]

Показники	Рік								
	2000	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013/ 2008
Відправлено, млн.:									
– газет, журналів	1250	1258	1273	1204	1089	1006	1019	918	0,7211
– листів	299	380	391	301	311	320	387	310	0,7928
– телеграм	12	4	3	2	2	1	1	1	0,0833
– посилок	5	16	18	15	18	18	45	19	1,0556
У розрахунку на одну особу наявного населення, відправлено од.:									
– листів	6	8	8	7	7	7	8	7	0,875
– телеграм	0,2	0,1	0,1	0,04	0,04	0,03	0,02	0,02	0,200
– посилок	0,1	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4	1	0,4	1,000

У грошовому еквіваленті обсяги надання послуг підприємствами в галузі поштової та кур'єрської діяльності наведені у табл. 8.

Таблиця 8

Обсяги надання послуг в галузі поштової та кур'єрської діяльності, млн. грн. [2; 3]

Показник	2010	2011	2012	2013	2013/2010, %
Обсяг реалізованих послуг	4042,6	4188,8	4677,6	4769,5	117,98
Обсяг послуг, реалізованих населенню	829,5	845,0	845,1	816,4	98,42

Як видно з табл. 8, обсяг реалізованих послуг в галузі поштової та кур'єрської діяльності за період 2010–2013 рр. зріс на 17,98 %. Обсяг послуг, реалізованих населенню у 2013 році відносно 2010 року, становив лише 98,42 %.

Для оцінювання щорічної динаміки зміни надання послуг в галузі поштової та кур'єрської діяльності протягом 2010 – 2013 рр. наведемо їх індексну оцінку за цей період та середні геометричні величини:

– для обсягу реалізованих послуг, загалом:

$I_{2010-2013} = \sqrt[3]{1,036 * 1,116 * 1,019} = \sqrt[3]{1,17814} = 1,0561$. Тобто, обсяг реалізованих послуг в галузі поштової та кур'єрської діяльності за період 2010–2013 рр. щорічно зростає на 5,61 %.

– для обсягу реалізованих послуг населенню:

$I_{n2010-2013} = \sqrt[3]{1,01868 * 1,000 * 0,966} = \sqrt[3]{0,984} = 0,9946$. Тобто, обсяг реалізованих послуг населенню в галузі поштової та кур'єрської діяльності за період 2010–2013 рр. щорічно падає на 0,5 %.

Тарифну політику в сегменті експрес-доставки згідно із офіційною статистикою презентують: індекс-тарифів на поштові послуги та опосередковано індекс-тарифів на вантажні перевезення залізничним транспортом, оскільки оператори сегменту експрес-доставки консолідують вантажі та користуються на організованому ринку в т.ч. послугами залізниці.

Під час розгляду тарифної політики на послуги пошти встановлено, що індекси тарифів на поштові послуги після періоду послідовного зростання (2007–2009 рр. від 100 % до 130 %) різко впали у 2010 р. до 108,6 %, та у 2011 р. до 101,6 %; у 2013 році цей показник становив 100 %. Індекс тарифів на вантажні перевезення залізницею (за період 2007 – 2013 рр.) у 2008 році був найвищий і становив 149 % відносно 2007 р., у 2010 р. – найнижчий – 102,2 % відносно 2009 р.; у 2013 р. – 105,6 % відносно 2012 р. (табл. 9).

Таблиця 9

Індекси тарифів на поштові послуги та індекси тарифів на вантажні перевезення залізницею до попереднього року [2; с.77; 3, с. 69], відсотків

Показники	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Поштові послуги	100,0	125,6	130,0	108,6	101,6	108,4	100,0
Вантажні перевезення залізницею	107,4	149,0	113,5	102,2	113,3	109,8	105,6

Як свідчить офіційна статистика, при формуванні тарифів в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності рівень рентабельності операційної діяльності підприємствами закладався доволі незначним (табл. 10).

Таблиця 10

Рентабельність операційної діяльності в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за 2010–2013 рр.

Рік	2010	2011	2012	2013
Рівень рентабельності, %	5,6	6,1	5,4	3,9

Доходи підприємств від надання послуг пошти та зв'язку зросли у 2013 році відносно 2007 року удвічі, зокрема від поштового зв'язку у 2,141 разу. Доходи від кур'єрської доставки за аналізований період зросли на 101 млн. грн. (у 1,426 разу). Доходи від телеграфного зв'язку у 2013 році відносно 2007 року становили 49,1 %. [2, с.238; 3] (табл. 11).

Таблиця 11

Доходи підприємств від надання послуг пошти та кур'єрської діяльності, млн. грн. [2, с.238; 3]

Роки	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013/2007
поштовий зв'язок	1574	2104	2638	2941	3092	3274	3370	2,141
телеграфний зв'язок	57	52	54	46	38	38	28	0,491
кур'єрська доставка	237	310	284	307	364	358	338	1,426
Разом	1868	2466	2976	3294	3494	3670	3736	2,0

Для оцінювання щорічної динаміки зміни отримання доходів підприємств від надання послуг в галузі поштової та кур'єрської діяльності протягом 2007 – 2013 рр. наведемо їх індексну оцінку за цей період та середні геометричні величини:

– у підсегменті поштового зв'язку:

$I_{п2007-2013} = \sqrt[6]{1,336 \cdot 1,2538 \cdot 1,1148 \cdot 1,05134 \cdot 1,0588 \cdot 1,02932} = \sqrt[6]{2,1396} = 1,1345$. Тобто, доходи підприємств від надання послуг в підсегменті поштового зв'язку за період 2007–2013 рр. щорічно зростають на 13,45 %;

– у підсегменті кур'єрської доставки:

$I_{к2007-2013} = \sqrt[6]{1,3080 \cdot 0,9161 \cdot 1,0809 \cdot 1,1856 \cdot 0,9835 \cdot 0,9441} = \sqrt[6]{1,4258} = 1,0608$. Тобто, доходи підприємств від надання послуг в підсегменті кур'єрської діяльності за період 2007–2013 рр. щорічно зростають на 6,08 %;

– для підсегментів поштового та телеграфного зв'язку, кур'єрської доставки, разом:

$I_{p2007-2013} = \sqrt[3]{1,3201 \cdot 1,2068 \cdot 1,1068 \cdot 1,0607 \cdot 1,0503 \cdot 1,0179} = \sqrt[6]{1,9996} = 1,1223$. Тобто, доходи підприємств від надання послуг в галузі поштового і телеграфного зв'язку та кур'єрської діяльності за період 2007–2013 рр. щорічно зростають на 12,23 %. Отже, підсегмент поштового зв'язку є найприбутковішим.

Доходи підприємств від надання послуг пошти та зв'язку для населення (табл. 12) зросли у 2013 році відносно 2007 року у 1,969 разу, зокрема від поштового зв'язку у 2,057 разу. Доходи від кур'єрської доставки за аналізований період зросли на 4 млн. грн. (у 1,8 разу). Доходи від телеграфного зв'язку у 2013 році відносно 2007 року становили 47,1 %. [2, с.238; 3] (табл. 12).

Таблиця 12

Доходи підприємств від надання послуг пошти та кур'єрської діяльності населенню, млн. грн. [2; 3]

Роки	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013/2007
поштовий зв'язок	296	366	548	578	594	590	609	2,057
телеграфний зв'язок	17	14	16	13	10	11	8	0,471
кур'єрська доставка	5	6	9	7	9	5	9	1,8
Разом	318	386	573	598	613	606	626	1,969

Для оцінювання щорічної динаміки зміни отримання доходів підприємств від надання послуг в галузі поштової та кур'єрської діяльності для населення протягом 2007 – 2013 рр. наведемо їх індексну оцінку за цей період та середні геометричні величини:

– у підсегменті поштового зв'язку:

$I_{p2007-2013} = \sqrt[6]{1,236 \cdot 1,497 \cdot 1,054 \cdot 1,0276 \cdot 0,933 \cdot 1,0322} = \sqrt[6]{1,929} = 1,1152$. Тобто, доходи підприємств від надання послуг в підсегменті поштового зв'язку для населення за період 2007–2013 рр. щорічно зростають на 11,52 %;

– у підсегменті кур'єрської доставки:

$I_{k2007-2013} = \sqrt[6]{1,2 \cdot 1,5 \cdot 0,7778 \cdot 1,285 \cdot 0,555 \cdot 1,8} = \sqrt[6]{1,797} = 1,1023$. Тобто, доходи підприємств від надання послуг в підсегменті кур'єрської діяльності за період 2007–2013 рр. щорічно зростають на 10,23 %;

– для підсегментів поштового та телеграфного зв'язку, кур'єрської доставки, разом:

$I_{p2007-2013} = \sqrt[3]{1,2138 \cdot 1,484 \cdot 1,025 \cdot 0,9888 \cdot 1,033 \cdot 1,033} = \sqrt[6]{1,948} = 1,1171$. Тобто, доходи підприємств від надання послуг у галузі поштового і телеграфного зв'язку та кур'єрської діяльності за період 2007 -2013 рр. щорічно зростають на 11,71 %. Отже, підсегмент поштового зв'язку для потреб населення є найприбутковішим.

Співвіднесення результатів табл. 11 та табл. 12 свідчить про переважаючу частку доходів від надання послуг експрес-доставки вантажів для організацій-отримувачів відносно кінцевих клієнтів (5,87/1 у 2007 р. та 5,96/1 у 2013 р.) і вказує на сталість цих тенденцій.

Проведемо дослідження якісних показників сегменту “СЕР” – структури сегменту, в т. ч. наявних та потенційних конкурентів, товарів-замінників, споживачів, постачальників; ключових факторів успіху у сегменті, перспектив та потенційної прибутковості сегменту.

Наявні конкуренти. Послуги з автомобільних перевезень пошти та малогабаритних вантажів надають понад 20 великих українських компаній (наприклад, національний оператор УДППЗ “Укрпошта”, ТОВ “Нова пошта”, національний поштово-логістичний оператор ТзОВ “Міст Експрес” “Нічний експрес”), ряд невеликих вітчизняних компаній та транснаціональні перевізники, такі як DHL, UPS, TNT Express, SkyNet Worldwide Express, FedEx. Тільки підприємств кур'єрської служби доставки є 13439 підприємств на теренах України (січень 2015 р.). “Старожилами” сегменту вважаються УДППЗ “Укрпошта”, ТОВ “Автолюкс” (1988 р.), “Гюнсел” (1988 р.). У галузі авіап перевезень присутні “DHL Express”, “FedEx”, “TNT Express”, “UPS” (володіють власними авіалініями/ співпрацюють з авіаперевізниками); авіакомпанія МАУ.

Позиціонування послуг з експрес-доставки вантажів здійснюється за такими основними логістичними і маркетинговими ознаками:

- рівнем обробки вантажів (маніпулювання, консолідація (Європа, СНД, Азія, Україна, інші напрями), розукрупнення, упакування, сортування, маркування, кодування, зберігання на складі (на стелажах, у холодильних камерах, сховищах тощо), зберігання вантажу (технологічного простою-пересадки) в циклі доставки, страхування, митне обслуговування, доставка вантажу, інші процеси обробки вантажу);

- організацією доставки вантажу (кур'єрська доставка (стандартна експрес-доставка); під замовлення; “двері – двері”; “двері – склад”; “склад – двері”; “склад – склад” (на яку припадає до 70 % серед систем організації доставки вантажу) тощо);

- географічною ознакою (міжнародні (експорт; імпорт; комбіновані) та внутрішні (національна та регіональна доставка);

- часовим параметром доставки: у той самий день; до певного часу; до певного дня;

- категорією вантажів (документи і посилки (вагою до 30 кг); вантажі (30 кг – 1 тонна); експрес-перевезення вантажів (5 грам – 5 тонн); шини і диски, температурні, спеціалізовані, небезпечні (ADR) та безпечні для перевезення (не ADR) вантажі тощо). Інколи виділяють таку структуру вантажів: дрібні, пакетні, коробкові відправлення, палетні та частино-машинні партії вантажу [5]);

- вагою вантажу (до 30 кг; 30 кг – одна тонна; одна – 5 тонн);

- тарифом на перевезення залежно від виду доставки та розміру вантажу (відділення – відділення (15–550 грн.); відділення – адреса (35–90 грн.); адреса-адреса (50–100 грн.); застосування індивідуалізованого тарифу для спеціалізованої категорії вантажів) (станом на січень 2015 р.);

та допоміжними ознаками:

- наданням додаткових послуг (переадресація вантажу (місця призначення або одержувача));

- рівнем інформаційного забезпечення (від SMS-повідомлення про прибуття вантажу до єдиної логістичної інформаційної системи та узгодженого програмного забезпечення процесів організації та управління вантажопотоком, в т.ч. відстеження вантажів (моніторинг вантажів, відстеження вантажів за власним реєстраційним кодом, електронні способи відстеження вантажів та ін.).

Найгострішою є конкуренція між ТОВ “Нова пошта” та УДППЗ “Укрпошта”, що є домінуючим оператором поштового зв'язку в сегменті надання універсальних послуг (90–95 %). Зокрема, ТОВ “Нова пошта” пропонує широку пропозицію послуг, вищі логістичні та маркетингові стандарти обслуговування споживачів, зокрема швидкі терміни доставки, однак поступається УДППЗ “Укрпошта” за показником доступності послуг, ідентифікованою кількістю регіональних відділень та вищими тарифами. УДППЗ “Укрпошта” суттєво поступається ТОВ “Нова пошта” за показниками менеджменту якості поштового зв'язку, в т.ч. тривалими термінами доставки вантажів. У останні роки УДППЗ “Укрпошта” втрачає свої позиції в сегменті пересилання листів і посилок, який стає ключовим чинником розвитку в секторі електронної торгівлі.

У галузі авіаперевезень позиціонування послуг здійснюється за ознакою превалювання перевезення пасажирських перевезень; вантажні перевезення як супутня діяльність; спеціалізовані вантажні перевезення; інтегратори (експрес-доставка пошти і вантажу). Спостерігається загострення конкуренції в авіасекторі між інтеграторами та об'єднаннями авіа-, автоперевізників, транспортно-експедиційних компаній.

Узагальнено структура послуги доставки експрес-вантажів така (на основі експертної оцінки менеджерів сектору “СЕР”):

- приймання та оформлення замовлення; отримання оплати за послугу – 10 %;

- складська логістика – 15 %;

- передпоштова підготовка відправлення вантажу (упакування, маркування, комплектація тощо) – 20 %;

- організування доставки вантажу та його відстеження – 55 %;

- оформлення повернень та переадресації вантажів – 2 %.

Роботи з повернення чи переадресації вантажу хоч і задекларовані у структурі асортименту експрес-вантажів, однак на практиці повернення вантажів здійснюється поодиноким чином за рахунок

відправника/ отримувача вантажу, переадресація в процесі доставки вантажу не практикується або здійснюється за окрему плату.

Слід зауважити, що сумісна пропозиція послуг різнопрофільними операторами ринку (поштових, кур'єрських, логістичних, транспортно-експедиційних, глобальні логістичні мережі та їх партнери), особливості послуг у цьому сегменті (наприклад, в галузі поштового зв'язку вона пов'язана з інтеграцією послуг зв'язку та транспорту), розвиток аутсорсингу в цьому секторі тощо призвели до взаємного проникнення пропозиції різнопрофільних операторів, відсутності однорідності профілю та характеристик послуг, слабо вираженого позиціонування послуг кожним з діючих операторів на логістичному ринку.

Потенційні конкуренти, до яких належать:

- підприємства, розвиток бізнесу яких приведе до виходу у сегмент експрес-доставки вантажів. Гострий рівень конкуренції, який спостерігається в сегменті транспортно-експедиційних послуг внаслідок великої кількості компаній, що працюють в сфері організації вантажоперевезень (“Транс-Сервіс-1” (частка ринку $\geq 35\%$), “Транс-Пелле”, “ЛАА-Транс”, “Захід-Вест-Транс” та ін., може змусити/сприяти (за відповідних економічних умов) ці підприємства обслуговувати суміжні сегменти споживачів та задовольняти їх зростаючі потреби у експрес-перевезеннях на існуючих територіальних ринках, виходити на нові регіональні ринки та посилювати локальну конкуренцію в секторі експрес-перевезень. Тобто розвивати свою стратегію і завойовувати сегмент експрес-поставок вантажів на існуючих та потенційних ринках;

- клієнти або постачальники, які можуть здійснити інтеграцію “вперед” або “назад”. Наприклад, це стосується підприємств, які орієнтуються під час продажу товарів чи закупівлі комплектуючих винятково на експрес-доставку вантажів;

- прихід на ринок світових логістичних операторів з метою досягнення значного синергетичного ефекту.

Незначні бар'єри входу в сегмент СЕР відносно інших сегментів логістичного ринку, в т.ч. пов'язані із необхідністю отримання транспортної та поштової ліцензії (хоча з 2010 р. поштові перевезення вже не ліцензуються), відносно незначні інвестиції в бізнес (до прикладу, у сегментах професійних складських послуг є значна потреба у капіталі; контрактної логістики – дуже значні капіталовкладення, пов'язані з фінансуванням транспортних та складських потужностей), найбільша додана вартість при такій організації бізнесу тощо сприяють активному розвитку в останні чотири роки цього сегменту в Україні. Слід зауважити, що прихильність тих, хто користується послугами експрес-доставки вантажів, до певних марок, ініційована в т.ч. активними маркетинговими засобами (ціновими знижками, пристосуванням асортименту запропонованих послуг до специфічних потреб клієнтів: часу, комплектності замовлення тощо, активним формуванням попиту на послуги з метою прибуткової реалізації уже запроваджених послуг), ефект досвіду функціонування існуючих підприємств у сегменті експрес-доставки вантажів та їх фінансова могутність сприяють збереженню бар'єрів входу у цей сегмент.

Окремо взяті логістичні оператори зіштовхуються також з ринковими та фінансовими бар'єрами, пов'язаними з дальністю перевезень, превалюванням, залежністю та похідним характером від споживчого попиту, розподілом культур та документацією (так звана формула 4 “Д”).

Стратегії в секторі. Загострення економічної ситуації в країні змусило операторів адаптовувати власні стратегії розвитку в сегменті. Так, в умовах стрімкого розвитку (незважаючи на кризу 2008 р.) стратегія виходу на нові регіональні ринки, завоювання міст-мільйонників чи територій з великим потенціалом попиту на експрес-доставку вантажів, а у сфері логістики – впровадження концепцій менеджменту якості та логістичного менеджменту, розширення асортименту логістичних послуг, зростання чисельності власного автомобільного парку, складських площ тощо нівелюється. У 2014–2015 рр. активізуються стратегії укріплення зайнятих позицій, а в логістиці застосовуються стратегії мінімізації логістичних витрат (завдяки оптимізації операційних логістичних витрат за окремими логістичними функціями та стратегії аутсорсингу (оптимізуючи дислокацію виробничих потужностей і об'єктів логістичної інфраструктури, зосереджуючись на ключових областях та компетенціях, наймаючи транспорт для консолідації вантажопотоків).

Оператори сегменту використовують різні бізнес-стратегії. Наприклад, ТОВ “Нова пошта” та “Ін-Тайм” працюють на засадах франчайзингу, інші зосереджуються на співпраці з операторами електронної торгівлі. Тенденції, які склались у сегменті “СЕР” щодо структури замовників: превалювання та розвитку обсягів відправлень вантажів у галузі поштової та кур’єрської діяльності (див.табл.8) для потреб організацій-споживачів (“В2В-” і більшою мірою “В2С-” над “С2С-відправленнями”) – змушують операторів сегменту “СЕР” переходити на обслуговування суміжних підсегментів (поряд з існуючими), зокрема “В2С” та укріплювати свої стратегічні позиції на ринку кур’єрських поставок для потреб електронної торгівлі.

Очікується, що за умов стабілізації економічної ситуації оператори сегменту “СЕР” відновлять і розвиватимуть побудову регіональних мереж.

Послуги-субститути (замінники). Як послуги-замінники у сегменті СЕР можна розглядати діяльність операторів логістичного ринку різних рівнів, інсорсинг, неформальна організація доставки експрес-вантажів.

Споживачі. Активними користувачами послуг експрес-доставки вантажів є організації-споживачі і кінцеві споживачі (5,84 до 1)(див. табл.8); компанії електронної торгівлі; підприємства каталожної торгівлі, компанії прямих продажів.

Співвідношення попиту та пропозиції. Відомо, що попит на послуги з експрес-доставки вантажів для населення на території обслуговування споживачів одним пунктом приймання вантажів (на локальному рівні) залежить від чинників економічного середовища, щільності населення, яке мешкає на цій території, рівнів доходів домогосподарств, величини тарифів на послуги експрес-доставки, наявності пунктів приймання вантажу операторами-конкурентами на цій території, якості послуг експрес-доставки, що надаються.

Найголовнішими критеріями, які визначають поведінку організації-користувача послуг перевезення експрес-вантажів, є: швидкість та технології доставки вантажів, якість та мобільність перевезень, цінова політика, номенклатура послуг, що надає підприємство, географія обслуговування, наявність спеціалізованого рухомого складу. Дослідження попиту на послуги експрес-доставки вантажів для організацій клієнтів свідчить також про те, що однією з головних вимог організацій-клієнтів до роботи операторів “СЕР” є своєчасність відправки та доставки вантажів. Пов’язано це з прагненням більшості вантажовласників до зменшення запасів як у сфері виробництва, так і в сфері обороту, оскільки їх затрати на утримання запасів становлять у деяких галузях 20 % і більше від вартості продукції. Відсутність гарантії своєчасної доставки чи відправки потрібного вантажу, можливість відмови чи неодноразового відкладення заявки на перевезення гальмують розвиток сегменту експрес-доставки вантажу.

Активність надавачів послуг експрес-доставки вантажів залежатиме і надалі від ділової активності, зростання цін на паливно-мастильні матеріали, коливання курсу національної валюти.

Широке коло надавачів послуг експрес-доставки стандартних вантажів із типовими умовами обслуговування вантажів, здатність до застосування аутсорсингу та можливість приходу у сегмент СЕР надавачів послуг з інших сегментів логістичного ринку за умов перевищення граничного доходу над граничними витратами дають змогу врівноважити попит та пропозицію послуг експрес-доставки стандартних вантажів у разі виникнення добових, сезонних чи річних коливань попиту в сегменті СЕР. Із зростанням складності та спеціальних вимог обробки експрес-вантажів ускладнюється процес узгодження попиту і пропозиції: як правило, попит зростає швидше за пропозицію.

Постачальники. Формування високої якості процесів логістичного обслуговування перевізниками в сегменті СЕР за принципами “від дверей до дверей” та “точно в термін” забезпечується також сукупністю об’єктів транспортної, складської, маніпуляційної, пакувальної, інформаційної та фінансової інфраструктур, яка сприяє процесам обробки вантажопотоків (зокрема маркувальні засоби, пакувальне устаткування, зчитувальне обладнання та ін.), маніпуляцій з ним (наприклад, електронавантажувачі, візки, підйомники, роликові піддони, а також допоміжне устаткування: контейнери, палітри, місткості, містки та ін.), зберігання (стелажне та холодильне обладнання, напільні візки, транспортери, автоматизоване обладнання та ін.) та комплектуючих до них; наданню інформаційних, фінансових та інших послуг. Співпраця з постачальниками цих інфраструктурних об’єктів впливатиме на рівень рентабельності надання послуг та їх

конкурентоспроможність. Слід зазначити, що на ринку автомобільної техніки, обладнання та запчастин до нього пропозиція перевищує попит, сформовані конкуренти відносини, тому посилення тиску з боку постачальників не спостерігається.

Ключові фактори успіху в секторі СЕР. На міжнародному рівні ключові фактори успіху сектору визначаються динамікою зростання міжнародної економіки і світової торгівлі, детермінантами розвитку яких стали вступ Китаю до ВТО (що надало імпульсу світовій торгівлі), розширення ЄС із введенням нових країн до трансєвропейських виробничих, торгових і транспортних мереж. Спостерігається також значний вплив в цьому секторі інших регіональних торговельних утворень, таких як НАФТА (1994 р.), МЕРКОСУР (1995 р.), АТЕС (1989 р.), АСЕАН (1967 р.), АФТА, метою створення яких було сприяння розвитку регіональної торгівлі. Зберігаються ризики, пов'язані із переглядом кредитного рейтингу США, борговою кризою в Європі, зниженням світових цін на нафту.

Основними ключовими факторами успіху в секторі СЕР в Україні вважають економічну ситуацію в країні, розвиток зовнішньоекономічної діяльності, внутрішньої торгівлі, а також електронної торгівлі.

Активізація логістичної діяльності для самого надавача послуг з експрес-доставки вантажів пов'язана із виникненням певних проблем [5–14]. Основною проблемою, як вже зазначали, є зростання кількості дрібних замовлень, яка для окремого пункту обслуговування клієнтів експрес-доставки в пунктах активації надання цієї послуги становить близько 1,5–3 тис. замовлень щоденно. Це призводить до необхідності впровадження автоматизованих систем обробки інформації не тільки в окремих функціональних галузях – транспортуванні чи складуванні, а й в усьому ланцюзі поставок експрес-вантажів з метою пришвидшення термінів доставки вантажів та полегшення обробки інформації, оскільки час є найважливішим параметром доставки експрес-замовлення. Параметр часу визначально впливає на такі показники та параметри логістичної системи, як потреба в робочому парку автомобілів, попит на перевезення експрес-вантажів, собівартість та фінансовий результат перевезень експрес-вантажів та ін. Окрім того, у пунктах обслуговування клієнтів з метою пришвидшення обслуговування запроваджуються спеціалізовані конвеєрні лінії, технології управління голосом тощо. Запровадження автоматизованих систем обробки інформації (залежно від її типу та потужності) пришвидшує обробку замовлення у близько 10–300 разів.

Подрібнені замовлення піддаються індивідуальному упакуванню, вимоги до яких зростають (наприклад, щодо виду картонного конверту та наявності самоклеючої відривної стрічки – для документів вагою не більше 1 кг та до індивідуалізованого упакування за бажанням клієнта з використанням спеціальної пакувальної плівки та інших пакувальних матеріалів – для нестандартних відправлень). Відповідно витрати на індивідуальне упакування зростають.

Проблема упакування тісно пов'язана із необхідністю застосування методів стандартизації у процесах упакування вантажів, особливо різних розмірів. Але стандартизація необхідна не тільки в окремих функціональних галузях, а й для всього логістичного циклу експрес-доставки: ОСУ пунктів приймання вантажів, уніфікації документообороту, стандартів обслуговування клієнтів, асортименту послуг експрес-доставки, технологій доставки вантажів тощо. Це стосується таких методів стандартизації, як симпліфікації (наприклад, в упакуванні), яка ґрунтується на зменшенні кількості типів упакувань до такої, що є достатньою для задоволення потреби в упакуванні; метод уніфікації, який ґрунтується на об'єднанні декількох документів в один, який використовуватиметься для регламентації можливостей взаємозаміни елементів та дасть змогу розташовувати вантажі за класами, підкласами та розрядами, а також розміщувати вантажі на складі чи пункті приймання в визначеному порядку та послідовності з метою одержання чіткої системи, зручної для користування персоналом. Прикладами застосування стандартизації можуть стати розроблення типових технологічних процесів експрес-доставки (метод типізації), розроблення базових документів щодо технологічної документації на перевезення вантажів (метод специфікації), метод агрегування, який застосовується для консолідації вантажів чи створення підйомно-транспортного обладнання, облаштованого вагами типу «Рохла» та ін.

З огляду на терміновість ускладнюється процес консолідації типових, а особливо нестандартних експрес-вантажів. До уваги беруться такі показники, як умови транспортування, зберігання, вид товару, температурний режим, вологість тощо.

Актуальними залишаються проблеми перетворення вузькофункціональних (вузькоспеціалізованих) посередників, що займаються окремо транспортуванням, експедируванням, вантажопереробкою, митним оформленням, складуванням тощо на операторів, які надають укрупнені логістичні рішення; мобільності та недостатньої швидкості проходження експрес-потоків (через невисоку рейсову швидкість і простої до 40 % часу в дорозі); низького рівня інтеграції інформаційних і програмно-обчислювальних комплексів; низького рівня координації між надавачами та отримувачами послуг експрес-доставки у процесі організації мультимодальних перевезень вантажів та зосередження на концепції управління від єдиного технологічного процесу й штрафів за простої до планування перевезення на принципах єдиного вікна і єдиної тарифної ставки, низької кваліфікації персоналу тощо.

Проблемні питання залишаються у площині трансформації регіону базування та обслуговування споживачів послуг експрес-доставки в регіонах найбільшої активності бізнесу. Якщо до 2012 року найпривабливіші регіони обслуговування містилися у Донецькій, Дніпропетровській, Київській, Харківській, Одеській областях та м. Києві (про що свідчать результати оптового товарообороту та обороту роздрібною торгівлі, роздрібний товарооборот підприємств за регіонами) (див. табл.13), то у 2014 році внаслідок військових дій на Сході України бізнес в сегменті експрес-доставки східного регіону перемістився більшою мірою у м. Київ та Київську область.

Таблиця 13

Оптовий товарооборот, оборот роздрібною торгівлі, роздрібний товарооборот підприємств у регіонах найбільш активної логістичної діяльності, млн. грн. [2; 3]

Показники	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013/2007
Оптовий товарооборот за регіонами								
Україна, зокрема	812160,5	998578,2	817532,4	993695,8	1107289,4	1093290,8	1074753,2	1,323
Донецька	115619,6	145353,5	114262,5	173920,2	237970,1	207136,2	176452,1	1,526
Дніпропетровська	90781,9	104723,4	93934,8	98919,8	97369,7	85859,6	89008,6	0,980
Київська	25963,7	35323,3	35225,7	43988,9	50540,8	61127,0	61511,4	2,369
Харківська	44424,0	52337,5	41330,9	46662,4	51831,5	51375,8	42160,6	0,949
м. Київ	308835,2	382261,9	280133,1	324179,1	383766,9	400773,2	416007,1	1,347
решта регіонів	470004,8	278528,6	252645,4	479945,6	285810,4	287019	289613,4	0,616
Оборот роздрібною торгівлі								
								2013/2010
Україна, зокрема	325100	456000	444300	541548	685721	812052	888773	1,641
Донецька	-	-	-	55012	69327	83951	91354	1,661
Дніпропетровська	-	-	-	41779	51316	60862	68175	1,632
Одеська	-	-	-	32588	42101	50590	55568	1,705
Харківська	-	-	-	38848	49485	56252	61979	1,595
м. Київ	-	-	-	72084	89339	104442	114351	1,586
решта регіонів	-	-	-	301237	384153	270173	497346	1,651
Роздрібний товарооборот підприємств								
Україна, зокрема	178232,6	246903,2	230955,3	280889,7	350059,2	405113,9	433080,7	2,430
Дніпропетровська	15976,1	22353,1	20150,9	24762,8	29904,2	35035,1	37741,6	2,362
Донецька	15941,5	22229,2	19912,6	25446,3	31326,7	37635,8	40157,3	2,519
м. Київ	35989,8	47809,4	43191,5	53318,2	66033,0	73849,1	79717,2	2,215
Харківська	12311,8	16852,0	15976,1	18798,5	22952,9	25895,5	27978,5	2,272
Одеська	9996,1	14159,5	14842,9	18007,4	22806,3	26921,5	28902,7	2,891
решта регіонів	88017,3	123500	116881,3	280889,7	177036,1	205776,9	218583,4	2,483

Питання якості обслуговування та вибору засобів цінової і нецінової конкуренції для надавачів послуг лежать у площині аналізу, оцінки і вибору структури асортименту послуг та логістичного обслуговування фізичного розподілу експрес-доставки вантажів, якості надання послуг.

Проведені автором дослідження у галузі структуризації послуг експрес-доставки вантажів [4, с. 553–554, 13] та виділення класифікаційних ознак їх розподілу дало змогу окреслити певні

тенденції у даній сфері: номенклатура послуг експрес-доставки вантажів в Україні є типовою і характерною для більшості надавачів послуг; спостерігається спеціалізація на внутрішніх або комбінованих експрес-поставках вантажів; розширення асортименту послуг піддається легкому копіюванню; ціновий діапазон пропозиції може суттєво коливатися. Аналіз проблем в управлінні якістю послуг засвідчив необхідність виявлення та структуризації показників якості послуг та кількісного визначення їх параметрів, встановлення нормативних рівнів якості пересилання вантажів. Зокрема у структурі якісних параметрів послуг рекомендовано виокремити такі основні складові, як доступ до послуг; задоволення потреб клієнтів; швидкість пересилання вантажів між обласними центрами, райцентрами, надійність і гнучкість пересилання вантажів; анонімність та безпека відправлень вантажів; відповідальність, інформаційне забезпечення, кількість рекламацій та зворотне відправлення вантажів.

Висновки

1. Поглиблене структурування специфіки поставок окремих видів вантажів, термінальне та митне оформлення вантажів, велике коло учасників в ланцюгу поставок, особливі умови поставки, пов'язані зокрема з терміновістю, актуалізують дослідження малогабаритних вантажів (вагою до 30 кг) та сегменту "СЕР".

2. Місткість сегменту "СЕР" оцінюється близько 217 млрд. доларів США, темпи зростання становлять 25–30 % щорічно, при цьому 80 % обсягу ринку формують чотири найбільші логістичні оператори. Частка сегменту "СЕР" у структурі ринку транспортно-логістичних послуг становить близько 3,62 %. Упорядкування показників кур'єрської діяльності Державною службою статистики розпочато з 2006 року.

3. Для сегменту "СЕР" характерними є відносно незначні бар'єри входу в галузь, в т.ч. пов'язані із необхідністю отримання транспортної ліцензії, незначні інвестиції в бізнес (наприклад, близько 1 % від потреб в інвестиціях в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності), найбільша додана вартість при такій організації бізнесу (в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності частка валової доданої вартості від випуску становить близько 50 %); низький рівень рентабельності (близько 5 %), переважаючий втричі експорт послуг поштової та кур'єрської служби (2013 р.) над імпортом.

4. Встановлено, що щорічне зростання обсягу реалізованих послуг в секторі поштової та кур'єрської діяльності за період 2010–2013 рр. становить 5,61 % (у сегменті послуг для населення – щорічний спад на 0,5 %). Щорічне зростання доходів послугонадавачів в цьому секторі за період 2007–2013 рр. становить 12,23 % (у підсегменті поштового зв'язку – щорічне зростання на 13,45 %; у підсегменті кур'єрської діяльності – щорічне зростання на 6,08 %). Зроблено висновок, що підсегмент поштового зв'язку знаходиться на стадії ЖЦГ – прискореного розвитку, підсегмент кур'єрської доставки на стадії ЖЦГ – сповільненого розвитку.

5. Виявлено, що у галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за період 2010-2013 рр. кількість суб'єктів господарювання знизилась на 36,73 %, що зумовлено складною економічною ситуацією в галузі та тенденціями подальшої консолідації в її сегментах. У 2013 р. найбільша частка в обсязі реалізованої продукції припадає на великі підприємства (58,2 %); їх частка в структурі підприємств галузі є найменшою (0,2 %); 63,1 % підприємств від загальної кількості отримали прибуток з фінансовим результатом 9814,8 млн.грн.

6. Дослідження якісних показників сегменту "СЕР" дало змогу виявити таке:

- послуги з перевезень пошти та малогабаритних вантажів надають понад 20 великих українських компаній (УДППЗ "Укрпошта", ТОВ "Нова пошта", ТзОВ "Міст Експрес"), ряд невеликих вітчизняних компаній та транснаціональні перевізники, такі як DHL, UPS, TNT Express, SkyNet Worldwide Express, FedEx.

- позиціонування послуг з експрес-доставки вантажів здійснюється за такими основними ознаками: рівнем обробки вантажів; організацією доставки вантажу; географічною ознакою; часовим параметром доставки; категорією вантажів; вагою вантажу; тарифом на перевезення

залежно від виду доставки та розміру вантажу та ін. та допоміжними ознаками: наданням додаткових послуг; рівнем інформаційного забезпечення та ін.;

- сумісна пропозиція послуг різнопрофільними операторами, особливості послуг сегменту “СЕР”, розвиток аутсорсингу призвели до взаємного проникнення пропозиції, відсутності однорідності профілю послуг, слабо вираженого їх позиціонування;

- найгострішою є конкуренція між ТОВ “Нова пошта” та УДППЗ “Укрпошта”, що є домінуючим оператором поштового зв’язку в сегменті надання універсальних послуг (90 – 95 %). Зокрема ТОВ “Нова пошта” пропонує широкую пропозицію послуг, вищі стандарти обслуговування споживачів, однак поступається УДППЗ “Укрпошта” за показником доступності послуг та рівнем тарифів. УДППЗ “Укрпошта” суттєво поступається ТОВ “Нова пошта” за показниками менеджменту якості поштового зв’язку. УДППЗ “Укрпошта” втрачає свої позиції в сегменті пересилання листів і посилок, який стає ключовим чинником розвитку в секторі електронної торгівлі;

- стратегії виходу на нові регіональні ринки, завоювання міст-мільйонників чи територій з великим потенціалом попиту на експрес-доставку вантажів, а у сфері логістики – впровадження концепцій менеджменту якості та логістичного менеджменту, розширення асортименту логістичних послуг, зростання чисельності власного автомобільного парку, складських площ та ін. поступаються стратегіям укріплення зайнятих позицій, а в логістиці – стратегіям мінімізації логістичних витрат та аутсорсингу; активно розвивається підсегмент “B2C-відправлень”, що змушує укріплювати операторів свої стратегічні позиції на ринку кур’єрських поставок для потреб електронної торгівлі; очікується відновлення і розвиток регіональних мереж;

- послугами-замінниками у сегменті СЕР є діяльність операторів логістичного ринку різних рівнів, інсорсинг, неформальна організація доставки експрес-вантажів;

- користувачами послуг експрес-доставки є організації-споживачі і кінцеві споживачі (5, 84 до 1); сектор електронної торгівлі; підприємства каталожної торгівлі, компанії прямих продажів;

- виявлено, що в сегменті “СЕР” попит на послуги для населення залежить від чинників економічного середовища, щільності населення, яке мешкає на локальній території, рівнів доходів домогосподарств, величини тарифів на послуги експрес-доставки, наявності пунктів приймання вантажу операторами-конкурентами, якості послуг, що надаються; чинниками впливу на поведінку організації-користувача є: швидкість та технології доставки вантажів, якість та мобільність перевезень, цінова політика, номенклатура послуг, що надає підприємство, географія обслуговування, наявність спеціалізованого рухомого складу, своєчасність відправки та доставки вантажів; активність надавачів послуг експрес-доставки вантажів залежатиме і надалі від ділової активності, зростання цін на паливно-мастильні матеріали, коливання курсу національної валюти;

- на міжнародному рівні ключові фактори успіху сектору визначаються динамікою зростання міжнародної економіки і світової торгівлі; регулювання в секторі та інституційного впливу регіональних утворень. Ризики пов’язуються із переглядом кредитного рейтингу США, борговою кризою в Європі, зниженням світових цін на нафту. Основними ключовими факторами успіху в секторі СЕР в Україні вважають економічну ситуацію в країні, розвиток зовнішньоекономічної діяльності, внутрішньої торгівлі, а також електронної торгівлі.

7. Надавачам експрес-доставки рекомендовано запроваджувати методи нецінової конкуренції, надалі поглиблювати спеціалізацію/диверсифікацію (залежно від умов розвитку) та застосовувати прогресивні форми обслуговування споживачів з врахуванням факторів комплексності постачання, обсягу надання додаткових послуг, прямих довготермінових зв’язків. Вдосконаленню роботи надавачів послуг експрес-доставки сприятимуть такі чинники: техніко-технологічні: оптимізація маршрутів перевезень вантажів, удосконалення систем оброблення та перевезення вантажів, механізація та автоматизація у сфері виробництва, застосування сучасних інфокомунікаційних технологій; організаційні: вдосконалення організаційних структур управління та перерозподіл функціональних обов’язків, покращення організації виробництва і праці; економічні: уніфікація та

стандартизація існуючих послуг на засадах структуризації показників якості послуг та кількісного визначення їх параметрів, встановлення нормативних рівнів якості пересилання вантажів, економічне стимулювання щодо забезпечення надання високоякісних послуг тощо.

Перспективи подальших досліджень

У розрізі сегменту експрес-доставки вантажів доцільним є продовження дослідження в галузі формування системи управління логістичною діяльністю надавачів послуг експрес-доставки вантажів. Надалі слід зосередитись на дослідженні також інших структурних елементів ринку логістичних послуг в Україні: комплексних логістичних рішеннях з використанням світового досвіду та проблем впровадження їх в Україні.

1. Шандрівська О. Є., Шмід Ю. В., Сопільник Л. І. Вплив структурних характеристик транспортного ринку на формування цінової політики на цільових ринках // Вісник Нац. ун-ту “Львівська політехніка” “Логістика”. – 2012. – № 749. – С.512–518. 2. Статистичний щорічник України за 2012 р. // За ред. О. Г. Осауленка. – К., 2013. – 551 с. 3. Статистичний щорічник України за 2013 рік // За ред. О. Г. Осауленка. – К., 2014. – 534 с. 4. Шандрівська О. Є., Кузяк В. В., Кошкалда А. О. Структуризація послуг з експрес-доставки в Україні // Тези доповідей X Міжнар. наук.-практ. конф. “Маркетинг та логістика в системі менеджменту”. – Львів (6-8 листопада 2014 р.): Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2014. – С. 553–554. 5. Чухрай Н. І. Перевізники чи логістичні оператори? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.translog.com.ua/archive/131/number13/print/1>. 6. Курьерская служба “САТ” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.sat.ua/new/ru/services/express/?utm_source=Google&utm_medium=cpc&utm_campaign=express_delivery&gclid=CMT_tJmRqsECFaHMtAod9CAAjA. 7. DHL [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dhl.com.ua/ru/express.html>. 8. “Міст Експрес” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.meest-express.com.ua/index.php?serv_express_dostavka=&lng=ru. 9. Pony Express [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ponyexpress-ua.com/services_delivery_on_time.php. 10. TNT Express [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.tnt.com/express/ru_ua/site/home/services/express_delivery_services.html. 11. “Автолюкс” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.autolux.ua/cargo_about/. 12. “Ін-Тайм” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.intime.ua/>. 13. SkyNet Worldwide Express [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.skynet-cis.com.ua/postage/prices/>. 14. “Нова пошта” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://novaposhta.ua/>.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ

УДК 005.95

Р. О. Винничук

Національний університет “Львівська політехніка”,
кафедра менеджменту персоналу та адміністрування

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

© Винничук Р. О., 2015

Обґрунтовано доцільність системного підходу до розвитку персоналу організації. Розглянуто структуру системи розвитку персоналу та запропоновано авторський підхід до цього питання з врахуванням особливостей та всіх напрямів розвитку персоналу. Особливий акцент зроблено на принципах, які впливають на формування системи розвитку персоналу, а також охарактеризовано специфіку кожного з напрямів розвитку персоналу.

Ключові слова: розвиток персоналу, система розвитку персоналу, системний підхід.

R. Vynnychuk

Lviv Polytechnic National University

SYSTEMIC APPROACH TO PERSONNEL PROFESSIONAL DEVELOPMENT

© Vynnychuk R., 2015

In this article the author presents the main conceptual principles of systemic approach to professional development. The article characterizes the selection of subsystems of organization's personnel development. There is proven feasibility of a systematic approach to personnel development in view of the integrity, structuring and ordering system of organization personnel development. Personnel development is considered as a combination of organizational and economic measures aimed at disclosure of individual and professional potential of employees and increase of their abilities. The main purpose of personnel development is to provide the conditions for the effective use of HR potential and to promote the desire to increase their professional and competence-ideological level. The personnel development system involves the formation of goals, functions, organizational structure of personnel development, vertical and horizontal functional relationships of managers and professionals in the implementation and improvement of the organization's personnel development. The idea of the system approach enables holistic view relationships between all components of the personnel development, and establishes their interaction and cause-effect reaction. This approach allows to structure features elements of personnel development system, including its goals, objectives, types, forms and specific principles that comprehensively reveal the essence of each of the aforementioned elements. The article notes that personnel development is an open system, which involves its interaction not only with the internal environment of the organization, but also with the external. In this context, the main

factors which influence the personnel development system are determined. There is proposed a new approach to systematic review of organization's personnel development, which is more comprehensive, multidimensional and more concrete compared to the existing ones. Such expediency is justified by the fact that personnel development is a dynamic category, information intensive, and subordinated to the challenges of today. The author proposes to divide a system of personnel development into three subsystems, each of which contains a set of similar signs on certain items. Informatization of all areas of society causes the necessity to select personnel development information subsystems. Such subsystems provide information necessary for acquiring knowledge and skills by employees. A social and psychological subsystem includes a psychological component, designed to adapt employee to possible changes in different types of activities or duties. Mobile subsystems may be connected with employee career movement horizontally or vertically. Personnel development in the organization as a whole should be clearly thought out and organized by using limited resources; it should be comprehensive, systematic and continuous. The article also considers all directions of personnel development and justifies the necessity of forming an effective system of personnel development in an organization.

Key words: personnel development; system of personnel development; systemic approach.

Постановка проблеми

Побудова економіки знань передбачає необхідність формування організації, яка здатна набувати та освоювати нові знання впродовж всього життєвого циклу. Отримати високі результати в управлінні організацією та забезпечити її ефективне функціонування можна лише тоді, коли її працівники мають професійні знання, навички, уміння, а також бажання та змогу примножувати свої здібності. В умовах інтелектуалізації економіки основною метою організації при досягненні основних стратегічних цілей є забезпечення розвитку вмінь, навичок та знань працівників, потрібних для успішного виконання роботи. Розвиток персоналу має бути поступовим і дозованим, враховувати здібності й інтереси тих, на кого спрямовані заходи з розвитку, передбачати чіткі цілі, завдання, принципи, методи і відбуватися при сприятливих умовах для неформальних та комфортних відносин. Працівники повинні бути впевнені в своїх силах та можливостях, зацікавлені в результатах розвитку та переконані в його доцільності. Лише систематичний та безперервний розвиток знань працівників та перетворення їх на навички й досвід зможуть забезпечити адаптивність та гнучкість будь-якої організації. Ефективно налагодженій системі розвитку персоналу належить вирішальна роль у формуванні конкурентоспроможності та успішності організації як єдиного організму. Принципи системності знання, що і є основою розвитку персоналу, розглядалися ще в давні часи, не втратили вони своєї актуальності й тепер. Тому саме системний підхід до розгляду розвитку персоналу забезпечить розуміння цілісності, впорядкованості та структурованості цього поняття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питаннями, пов'язаними з розвитком персоналу, в Україні та за кордоном займаються багато вчених. Управління персоналом загалом та його розвиток зокрема розглядають М. Армстронг, Л. Балабанова, Н. Гавкалова, М. Дороніна, П. Журавльов, Г. Захарчин, В. Колпаков, О. Крушельницька, Є. Кузьмін, Л. Ліпич, Н. Лук'яненко, Є. Маслов, Й. Петрович, В. Савченко, С. Сергієнко, В. Співак, В. Травін, С. Шекшня, Г. Щокін, О. Юрченко. Окремим напрямом розвитку персоналу присвятили свої наукові праці Є. Грачов і Ю. Полетаєва, які розглядають управління кадровим резервом; Н. Маусов і О. Ламскова, які зосередили свої зусилля на дослідженні трудової адаптації працівників; А. Гусєв, Є. Доценко, Н. Костіцин, Л. Кроль вивчають питання навчання персоналу; А. Єськов та В. Савельєва звернули особливу увагу на управління діловою кар'єрою працівників, а Л. Янковська розглядає питання перепідготовки працівників.

Постановка цілей

Метою статті є розгляд розвитку персоналу в контексті системного підходу, виділення особливостей всіх підсистем системи розвитку персоналу організації, а також кожного з напрямів розвитку персоналу, формулювання основних принципів розвитку персоналу в системному контексті.

Виклад основного матеріалу

Система менеджменту організації охоплює низку підсистем, серед яких і система управління персоналом, а розвиток персоналу, своєю чергою, є її підсистемою, як і управління трудовими відносинами, умовами праці, найманням персоналу, оцінкою персоналу, мотивацією та стимулюванням персоналу, прогнозуванням та плануванням персоналу. В умовах динамічності та швидкоплинності ринку управління персоналом зазнає кардинальних змін. Відбувається орієнтація не лише на розвиток професійних та особистісних якостей окремих працівників, але й на формування творчих груп, здатних швидко вирішувати ситуаційні задачі в умовах неповної визначеності та ризику [2]. Розвиток персоналу на основі використання системного підходу можна умовно поділити на три етапи: визначення сфери системного підходу з уточненням об'єктів розвитку, їх масштабів, ресурсного забезпечення, інформаційних потреб тощо. На другому етапі проводиться системний аналіз із дослідженням всіх вищеописаних сфер, а на третьому розробляються різні альтернативні варіанти вирішення окреслених при аналізі проблем. Перевагами системного підходу до розвитку персоналу є можливість розглядати його як одне ціле, з одного боку, і як комплекс взаємопов'язаних між собою підсистем – з іншого. Серед основних принципів системного підходу можна виділити ієрархічність, цілісність, структуризацію, множинність та системність. Як буде розглянуто далі, всі ці принципи притаманні системному підходу до розвитку персоналу організації.

Розвиток персоналу – це сукупність організаційно-економічних заходів, спрямованих на розкриття особистісного і професійного потенціалу працівників та зростання їх здібностей. Основна мета розвитку персоналу полягає у забезпеченні умов для ефективного використання кадрового потенціалу та сприянні прагненням персоналу підвищувати свій професійний, компетентісний та світоглядний рівень. Основними функціями розвитку персоналу є формування кваліфікованого, адаптивного та компетентного персоналу, який здатний забезпечити реалізацію основних цілей діяльності організації на всіх рівнях та протягом тривалого періоду часу.

Система розвитку персоналу передбачає формування цілей, функцій, організаційної структури розвитку персоналу, вертикальних і горизонтальних функціональних взаємозв'язків керівників і фахівців у процесі впровадження та вдосконалення розвитку персоналу організації. Розвиток персоналу, на нашу думку, доцільно розглядати ширше, аніж просто з погляду досягнення цілей організації [1]. Адже після заходів із розвитку кожного окремо взятого працівника відбувається зростання якості сукупного інтелектуального капіталу організації і країни загалом. Саме тому можна стверджувати, що розвиток персоналу – це відкрита система, яка передбачає її взаємодію не лише з внутрішнім, але й із зовнішнім середовищем організації. Зокрема можна виділити такі чинники, які впливають на функціонування цієї системи: розуміння розвитку персоналу як нематеріальних інвестицій зі значним активом, який дає змогу підвищити доходи чи знизити затрати в майбутньому; реалізація заходів кадрової політики щодо збереження персоналу і стимулювання продуктивності праці можливістю розвитку, який відповідає очікуванням працівників та їх особистим професійним планам; рівень трудового потенціалу країни, національний ринок праці, ринок капіталу та технологій глобалізація та економічна інтернаціоналізація, посилення конкуренції міжнародний розподіл праці, демографічні та освітні зсуви, розвиток інформаційних технологій, плинність кадрів; організаційні зміни; організаційно-економічні фактори пов'язані з поділом і організацією праці, організаційно-правовою формою підприємства, його організаційною структурою, системою комунікацій, організацією виробництва, економічним станом і особливостями ведення господарства, структурою собівартості продукції і напрямком використання прибутку, підходами до винагороди працівників і т.п., адміністративно-

управлінські фактори пов'язані з адміністративними методами управління, з особливостями реалізації функцій керування, вибором принципів і методів управління, з комплексом нормативних і директивних актів, що визначають розміщення працівників, що закріплюють їхні обов'язки, права, відповідальність, відносини “влада-підпорядкування” і ієрархію системи; необхідність адаптації нових працівників; потреба в самореалізації та самовираженні; надання працівнику можливості утвердитись в суспільстві шляхом отримання відповідної певному статусу спеціальності тощо.

Із всієї сукупності елементів системи розвитку персоналу, в літературі пропонується виділити однорідні їх групи, які утворюють системи меншого рівня, зображені на рис. 1.

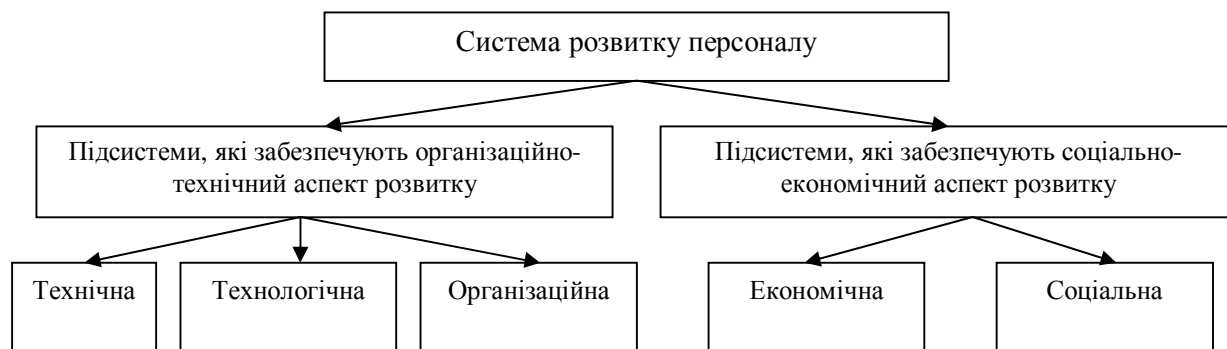


Рис. 1. Структура системи розвитку персоналу

Джерело: [5].

Технічна система – ефективне поєднання технічних засобів. Технологічна система основана на поділі діяльності організації на стадії і процеси. Організаційна система із розробленням структури управління, відповідних положень і інструкцій дає змогу раціонально використовувати технічні засоби, предмети праці, інформацію, площі і трудові ресурси. Економічна система – це єдність господарських і фінансових процесів та зв'язків, а соціальна – це сукупність соціальних відносин, які утворюються в результаті спільної діяльності людей і соціальних груп.



Рис. 2. Підсистеми розвитку персоналу

Джерело: авторська розробка

Проте цей поділ є дуже загальним, може стосуватися будь-якої системи і не розглядає специфіки розвитку персоналу в умовах перехідних процесів та змін. Тому, на нашу думку,

доцільно запропонувати новий підхід до системного розгляду розвитку персоналу організації, який є повніший, багатоаспектніший та конкретніший порівняно з існуючими. Така доцільність обґрунтовується також тим, що розвиток персоналу є категорією динамічною, інформаційно насиченою і відбувається в соціумі, підвладному викликам сьогодення. З огляду на це автор пропонує поділити систему розвитку персоналу на три підсистеми, кожна з яких містить сукупність схожих за певними ознаками елементів (рис. 2).

Інформатизація всіх сфер життєдіяльності суспільства спонукає до необхідності виділення інформаційної підсистеми розвитку персоналу. Ця підсистема передбачає отримання інформації для набуття працівником вмінь та навичок і оволодіння знаннями. Соціально-психологічна підсистема містить психологічну компоненту, покликану адаптовувати працівника до можливих змін у виді діяльності чи функціональних обов'язках. Мобільна підсистема пов'язана з кар'єрним рухом працівника по горизонталі чи вертикалі.

Формування системи розвитку персоналу доцільно розпочати з принципів: загальних принципів для розвитку персоналу, а також специфічних принципів, які стосуються кожної підсистеми. Серед загальних принципів можна виділити зокрема принцип ефективності, який передбачає найбільш ефективну і економічну організацію системи розвитку персоналу, зниження частки витрат на систему розвитку в загальних витратах на одиницю продукції, підвищення ефективності діяльності; комплексності, адже, формуючи систему розвитку персоналу, необхідно враховувати всі фактори, як впливають на систему управління і охоплювати всі сфери роботи з персоналом; оперативності, який відображає своєчасне прийняття рішень з аналізу і удосконалення системи розвитку персоналу, які б запобігали відхиленням або оперативно усували їх; оптимальності – багатоваріантна обробка пропозицій щодо формування системи розвитку персоналу і вибір найбільш раціонального варіанта для конкретних умов діяльності; плановості, оскільки початком всієї роботи є визначення на довготерміновий період напрямку, темпів і пропорцій розвитку організації і пов'язаних з цим змін у системі розвитку персоналу; концентрації, який розглядається в двох напрямках: як концентрація зусиль працівників окремого підрозділу або всієї системи управління персоналом для вирішення основних завдань або як концентрація однорідних функцій в одному підрозділі системи управління персоналом, щоб уникнути дублювання; спеціалізації – розподіл напрямків розвитку персоналу; принцип паралельності передбачає одночасне виконання окремих управлінських рішень, що підвищує оперативність розвитку персоналу; прозорості, який стверджує, що система розвитку персоналу повинна мати концептуальну єдність, містити єдину доступну термінологію, програми розвитку персоналу повинні будуватися на єдиних засадах (етапах, фазах, функціях); багатоаспектність передбачає, що розвиток персоналу може здійснюватися у різних напрямках та формах; економічність, який має на меті визначити найбільш ефективну та економічну організацію системи розвитку персоналу, зниження питомої ваги затрат на систему розвитку в загальних витратах; дієвість, яка оцінюється за показниками підвищення якості послуг та функціональність, тобто узгодження елементів системи розвитку персоналу з цілями та ресурсами. Для інформаційної підсистеми доцільно виділити принципи прогресивності – відповідність системи розвитку персоналу передовим зарубіжним і вітчизняним аналогам; науковості – розроблення заходів, спрямованих на формування системи розвитку персоналу, повинна ґрунтуватись на досягненнях науки; професіоналізму, що засвідчує наявність у працівників системи управління персоналом відповідної освіти, досвіду і контекстуальних навичок; прямоочності, який полягає в упорядкованості та цілеспрямованості необхідної інформації щодо вироблення визначеного рішення; інформативності, який передбачає застосування сучасних методів оперування інформацією, а також принцип Джойгоу, за яким корисну інформацію не можна отримати з неповних чи неправдивих відомостей. Принципи, якими керується мобільна підсистема, такі: перспективність та узгодженість, які враховують перспективи розвитку організації при формуванні системи розвитку персоналу; наступність, що передбачає загальну методологічну основу проведення робіт, спрямованих на удосконалення системи розвитку персоналу на різних її рівнях і різними спеціалістами; безперервність та систематичність, тобто постійне удосконалення системи розвитку персоналу і планомірне та послідовне впровадження

різноманітних програм розвитку; ритмічність – проведення рівноцінного обсягу навчання та розвитку персоналу за однакові проміжки часу з регулярністю повторення програм розвитку персоналу. Для соціально-психологічної підсистеми можемо виділити такі основні принципи: адаптивність (гнучкість), яка означає пристосованість системи розвитку персоналу до змін в цілях об'єкта управління або в умовах його роботи; комфортність передбачає, що система розвитку персоналу повинна забезпечувати максимум зручності для творчих процесів обґрунтування, прийняття і реалізації рішень; гуманізм – розроблення індивідуального підходу до кожного працівника, сприйняття персоналу як основного надбання організації, а кожного працівника – як унікальну особистість із значним інтелектуальним і творчим потенціалом; стійкість полягає в тому, що для забезпечення стійкого функціонування системи розвитку персоналу необхідно передбачити спеціальні “локальні регулятори”, які за умови відхилення від заданої мети організації ставлять того чи іншого працівника у невигідне становище; прозорість передбачає, що система розвитку персоналу повинна бути концептуально-цілісною, містити єдину термінологію, а діяльність всіх підрозділів та керівників повинна будуватися на єдиних конструкціях; простота системи розвитку персоналу пропорційна ефективності його організації. Відповідно до розглянутих принципів, можемо зробити висновок, що розвиток персоналу в організації загалом має бути чітко продуманим та організованим, зважаючи на обмеженість ресурсів; комплексним, системним та безперервним; оперативним та оптимальним з ефективним прийняттям управлінських рішень та економічним. Розглядаючи інформаційну підсистему розвитку персоналу, зокрема навчання працівників, підвищення кваліфікації та перепідготовку, ми виділили такі основні принципи як науковість та інформативність, які полягають у використанні новітніх досягнень наукової думки, структурування інформації та виділення пріоритетності знань, які слід донести до працівників для ефективного виконання ними поставлених цілей та завдань. У межах мобільної підсистеми особливо важливими є принцип безперервності, систематичності та ритмічності, а для соціально-психологічної підсистеми ключовими є принципи адаптивності та комфортності.

З метою кращого розуміння про систему розвитку персоналу організації видається доцільним охарактеризувати кожен з її напрямів. Навчання розглядається як систематичний безперервний процес формування у працівників організації знань, вмінь та навичок, необхідних для виконання поставлених перед ними завдань. Перепідготовка полягає в отриманні нової спеціальної освіти, а підвищення кваліфікації в удосконаленні теоретичних знань і практичних навичок з метою підвищення професійної майстерності працівників, засвоєння ними прогресивної техніки, технології тощо. Адаптація – це процес пристосування працівника до умов зовнішнього і внутрішнього середовища, а також процес взаємного пристосування працівника та організації. Підготовка кадрового резерву та резерву керівників полягає у формуванні групи керівників і фахівців, котрі володіють здатністю до управлінської діяльності, відповідають вимогам, які передбачає посада того чи іншого рангу, пройшли відбір і систематичну цільову кваліфікаційну підготовку. Зниження опору до змін передбачає процес мінімізації негативного впливу будь-яких змін в організації на працівників, а командування – це управлінський механізм розвитку навичок командної роботи колективу. Управління діловою кар'єрою зумовлює визначення цілей розвитку працівника, шляхів їх реалізації та поступове набуття працівником досвіду та вмінь шляхом займання різних посад. Службово-професійне просування, своєю чергою – це низка поступових переміщень різними посадами, які сприяють розвитку організації та особистості. Успішна діяльність організації значною мірою залежить від її уміння вчасно і адекватно реагувати на зміни в бізнес-середовищі. Безперечно, вирішальну роль у цьому процесі відіграє професіоналізм персоналу. А отже, його підготовка і навчання. У питанні “виховання” власних працівників покладатися тільки на послуги зовнішніх провайдерів не завжди раціонально. Можна створити таку систему всередині організації, яка дала б змогу формувати фахівців власними силами. Процес такого навчання, вважають фахівці, має бути нерозривно пов'язаний з усіма елементами системи управління персоналом: рекрутингом, оцінкою, формуванням кадрового резерву, системою компенсацій тощо. Крім того, навчання всередині організації має ґрунтуватися на таких трьох “китах”, як комплексність, системність і відповідність вимогам бізнесу. Своєю

чергою, різні форми внутрішньоорганізаційного навчання керівництво вибирає залежно від стратегічних цілей організації, її можливостей. Економічна діяльність у сучасному світі ґрунтується на інноваційних знаннях. Сучасне економічне конкурентне середовище розвивається насамперед у сфері науки і технологій. Сьогодні в Україні ще не досягнуто необхідного рівня якості та доступності вищої освіти у різних вищих навчальних закладах. Тому підприємства усіх галузей стикаються з дефіцитом кваліфікованих та компетентних кадрів, і система розвитку персоналу, яка покликана формувати такий персонал, який необхідний підприємству для реалізації його діяльності, є життєво необхідною передумовою.

Висновки

Ідея системного підходу дає можливість цілісно побачити взаємозв'язки між усіма компонентами розвитку персоналу, встановити їх взаємодію та причинно-наслідкову реакцію. Такий підхід дає змогу структурувати особливості елементів системи розвитку персоналу, зокрема їх цілі, завдання, види, форми та специфічні принципи, які всебічно розкривають сутність кожного з означених елементів.

Перспективи подальших досліджень

У подальших дослідженнях доцільно звернути увагу на виявлення взаємозв'язків між всіма елементами системи розвитку персоналу, деталізувати кожен з них, а також розглянути місце та роль системи розвитку персоналу як структурного елемента системи управління персоналом. Особливу увагу доцільно звернути на можливість практичного застосування системного підходу до розвитку персоналу в організаціях різних сфер діяльності.

1. Петрович Й. М., Винничук Р. О. Концептуальні підходи до розвитку персоналу організації / Й. М. Петрович, Р. О. Винничук // *Економічний часопис-XXI*, 2014. – № 3-4(2). – С.27–30.
2. Дороніна М. С. *Управління економічними та соціальними процесами підприємства: монографія*. – Харків: Вид.ХДЕУ, 2002. – 432 с.
3. Колпаков В. М. *Управление развитием персонала : Учеб. пособие для студентов вузов.* / В. М. Колпаков. – К.: МАУП, 2005. – 712 с.
4. Савченко В. А. *Управління розвитком персоналу: Навчальний посібник* / В. А. Савченко. – К.: КНЕУ, 2002. – 351с.
5. Щекин Г. В. *Социальная теория и кадровая политика: монография.* / Г. В. Щекин. – К.: МАУП, 2000. – 576 с.

УНІФІКАЦІЯ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ПЕРСПЕКТИВНОСТІ РОЗРОБКИ СКЛАДНИХ ТЕХНІЧНИХ СИСТЕМ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ НДДКР І ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

© Воротніков В. А., 2015

Розглянуто концепцію вдосконалення розроблення складних технічних систем як специфічного інноваційного продукту, перспективність створення якого розробник та публічний інвестор визначають за інноваційними параметрами, які формують за даними матеріалів патентів, що захищають нові технічні рішення закладені у об’єкт розробки.

Ключові слова: унікальний високотехнологічний інноваційний продукт, публічні закупівлі, прогноз перспективності, інноваційні параметри.

V. A. Vorotnikov
ДП “КБ “Південне” ім. М.К. Янгеля”

UNIFICATION ASSESS INNOVATIVE PROSPECTS OF COMPLICATED TECHNICAL SYSTEMS AS A FACTOR IN INCREASING THE EFFICIENCY OF R&D AND PUBLIC PROCUREMENT MANAGEMENT

© Vorotnikov V. A., 2015

The problem of improving the management of public procurement and R&D complicated technical systems on the basis of the analytical apparatus unification assess their prospects of innovation through the use of innovation R&D results indicators. In conditions of the techno-economic data high uncertainty on the basis of patent data can be obtained figures that with reasonable certainty will characterize the degree of innovation in relation to the technical level and the justification of the innovations practical implementation.

At the turn of the present decade to identify promising research and development we have shown interest of many influential international organizations, including the European Union, the World Bank, the World Intellectual Property Organization and others. The main conclusion that can be drawn from their documents, is that the key role in the financing of high-tech R&D should belong to the state or interstate structures. Another finding is that the significance of projects is often linked to the level of innovation, for an objective assessment which used IP.

A rational approach to improving the performance of the national system of high-tech R&D is proposed to create complicated technical systems carried out by the scheme of public procurement. To achieve this goal it is necessary to solve three major methodological problems. First, to confirm the relevance enhance the evaluation of promising R&D, especially in the creation of complicated technical systems, due to the introduction of innovative component of prospects. Secondly, to formulate the basic provisions of the analytical apparatus improvement of forecasting complicated technical systems the prospects of through the use of innovative options innovations obtained on the basis of patents. Third, to prove the

feasibility of a uniform application of the proposed analytical prediction tools innovative prospects for rational coordination of corporate and institutional tasks of management to create complicated technical systems.

The basic prerequisite for the formation of this study methodology is the possibility of using non-financial data about the prospect of complicated technical systems for assessing the investment attractiveness of R&D in public procurement scheme. The methodology incorporated a comprehensive approach to the unification of technical-operational, economic and innovative options in the integration of innovative index prospects of complicated technical systems. Data on the effectiveness of the target, which in the early stages of the forecast are declarative in nature, complemented by the innovative characteristics of excellence of the development object. They can be obtained on the basis of material patents protecting a conceptual image of the development object, which should be given numerical values, for example, by the gradation of ranks in importance, indicators of novelty, inventive step and feasibility. This allows you to extend the evaluation stage of early prediction when most of the basic data for the analysis have low accuracy and reliability.

In addition, the prospects for a comprehensive forecast of complicated technical systems take into account the whole set of indicators that may be of interest to justify the investments in R&D. The analytical apparatus support decision-making on the creation of complicated technical systems is proposed to introduce assessment of the prospects of innovation, which is denoted by the term “spillover” novelties and lower technological level, with the potential dual-use.

Using a standardized methodology for assessing the prospects of the complicated technical systems creation will improve the efficiency of management companies in terms of ensuring their competitiveness and the macroeconomic impact is a synergistic effect on the growth of the quality of R&D results.

Topical problems in further research is a quantitative assessment of the IP rights degree and their commercial value, and the development of analytical expressions to identify and correct matching between the values of particular indicators in the framework of a summary innovative prospects indicator.

Key words: unique high-tech product innovation, public procurement, forecast promising, innovative options.

Постановка проблеми

У країнах-промислових лідерах наукоємні НДДКР, які спрямовані на розроблення радикальних нововведень, зазвичай виконують завдяки інвестуванню за схемою публічних закупівель (public procurement). Прийняття рішення щодо виділення коштів потребує обґрунтування доцільності проведення НДДКР, яке ускладнене низькою достовірністю значень показників техніко-економічних характеристик об'єкта розроблення. Включення до аналітичної бази прийняття управлінських рішень даних, що мають високу обґрунтованість і достовірність, є одним з найбільш раціональних шляхів вдосконалення методології організації наукоємних НДДКР.

Фіксуючи технічну суть і обсяг правової охорони новацій, патенти надають певного уявлення про ринкову цінність їх інноваційних якостей, але методологічні та практичні проблеми оцінювання прогнозованої вартості патентів перешкоджають її використанню в обґрунтуванні доцільності інвестицій у НДДКР. Недоліки аналітичної бази особливо критичні при створенні складних технічних систем (СТС) унітарного виробництва як унікального високотехнологічного інноваційного продукту (УВП), на вартість якого можуть значно вплинути патенти.

У країнах залежної ринкової економіки (ЗРЕ) недоліки у аналітичному апараті оцінювання перспективності НДДКР призводять до недосконалості нормативної бази держфінансування наукоємних проектів НДДКР і, як наслідок, до проблем у організації інноваційної діяльності (ІД).

Аналіз останніх досліджень і публікацій

На зламі десятиліття до проблем забезпечення ІД у країнах ЗРЕ і зокрема до визначення перспективності НДДКР проявили інтерес багато впливових міжнародних організацій, серед яких Євросоюз, Світовий банк, Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) та інші. Головні висновки з їх документів свідчать, що ключова роль у фінансуванні наукоємних НДДКР повинна належати державі або міждержавним закладам, а значимість проектів прямо пов'язана з рівнем інноваційності, для оцінювання якого застосовують патенти. Наприклад, орієнтація рамкових програм ЄС на інноваційні розробки задекларована у їх загальній меті як фінансування процесу створення патентів та їх комерційного використання в інтересах усього суспільства [1, с. 34].

Аналіз методів закупівель та умов їх використання, передбачених у “Типовому законі про публічні закупівлі”, який прийнято у 2011 році під егідою Комісії ООН з права міжнародної торгівлі, дозволяє зробити висновок, що в більшості випадків йдеться про застосування конкурсних процедур. Зазначимо, що це стосується як державних закупівель загалом, так і оборонних зокрема. Загалом, тих самих принципів дотримувалися і автори Закону України “Про здійснення державних закупівель”, який було прийнято у 2014 році.

Що стосується проблеми обґрунтування виділення держінвестицій, одним з основних питань, які обговорюють в західній науковій літературі, є оцінювання здатності чиновників істотно і стабільно впливати на рівень економічного зростання відповідною політикою субсидій НДДКР [2, с. 1]. Якщо іноземні публікації зосереджено на забезпеченні ефективності прийнятих рішень, то у вітчизняних акцент зміщено у бік впливу різноманітних проявів корупції [3, с. 68–70].

Як вихідну передумову забезпечення об'єктивності та незалежності експертизи можна використовувати зауваження рекомендацій ОЕСД щодо забезпечення публічних закупівель [4, с. 12], які застерігають від залучення консультантів промисловості до тендерних процедур, оскільки вони можуть бути пов'язані з претендентами. Замість цього пропонується використати експертизу консультантів для того, щоб встановити об'єктивні контрольні критерії/характеристики проекту і провести процедуру оцінювання самостійно.

Сьогодні в країнах з розвинутою економікою існують експертні механізми відбору проектів НДДКР для фінансування, за допомогою яких вирішуються питання визначення інноваційної значущості НДДКР, зокрема з урахуванням патентів. Однак залишається невирішеним питання об'єктивної оцінки перспективності патентів та її впливу на інвестиційну привабливість проекту НДДКР. Як зазначають аналітики Світового банку [5, с. 36], між тим, що знає винахідник, і тим, що може оцінити зовнішній посередник, завжди існуватиме значний розрив, у зв'язку з чим говорять про інформаційну асиметрію, яка існує між винахідником і фінансовими посередниками-інвесторами, які скептично налаштовані щодо ймовірної окупності інвестицій у розроблювані технології. Отже, доводиться констатувати, що проблема інформаційної асиметрії є одним з основних джерел формування збоїв у роботі ринку НДДКР.

Проблему не вирішено навіть у країнах з розвинутою економікою, що підтверджується діяльністю таких організацій, як Конфедерація британських промисловців, фахівці якої пропонують перелік заходів [6, с. 3], які має здійснити уряд, щоби Британія стала лідером у галузі інновацій на основі ефективного використання держзакупівель, зокрема завдяки оцінюванню цінності інновацій та ефективніших заходів щодо патентування.

Отже, можна зазначити дві основні методологічні проблеми забезпечення точності та об'єктивності прогнозової оцінки НДДКР – це проблеми підбору експертів і вибору експертних процедур, але вони, по суті, є наслідком слабкості аналітичного апарату, недоліки якого пов'язані зокрема з невизначеністю вибору методів оцінювання вартості патентів. Те, що аналітики ВОІВ [7, 20] називають “проблемою вибору найбільш відповідного методу” для визначення цінності конкретного патенту, виникає тому, що, на думку фахівців у цій області, сьогодні розроблено і використовують понад 50 методик вартісної оцінки патентів.

Більшість авторів визнає, що емпіричні дослідження стикаються з об'єктивними завадами під час отримання точних значень вартості патентів. Активи патентів зазвичай впроваджують у межах СТС як багатокомпонентного продукту, тому оцінити внесок окремого патенту складно. Тобто, для

СТС економічний ефект не обмежений окремим патентом, а поєднує різні фактори технології, фірм, конкурентів і ринків, внаслідок чого його комерційне значення проблематично отримати на основі інформації з окремого документа [8, с. 14], причому економічний ефект СТС складно ідентифікувати з окремим патентом, оскільки СТС інтегрує декілька технологій, які нерідко захищені декількома патентами, що здійснені в одному пристрої, машини або іншій СТС.

Доводиться також визнати, що неможливо об'єктивно визначити вартість патентів за відсутності активного ринку інноваційної продукції та патентів, що особливо характерно при створенні радикальних нововведень. Отже, під час оцінювання економічного значення патентів вимушені орієнтуватися на суб'єктивні методики [9, с. 220], тому що рідко існує документальний матеріал, в якому можна знайти достатню кількість статистичних даних для дослідження.

Сьогодні в країнах ЗРЕ у менеджменті розробки УВП не використовують можливостей застосування інноваційних показників, відображених в патентах, хоча в період планової економіки було накопичено значний досвід оцінювання нової техніки за параметрами нововведення, оформленого як винахід. Багаторівнева ієрархічна градація якостей нововведення в рамках поділу за параметрами новизни, технічного та винахідницького рівней, незважаючи на деяку умовність, давала змогу визначити відносний ефект використання винаходу. З урахуванням поправок на особливості ринкової економіки цей підхід відображено в деяких сучасних методиках [10, с. 24, 25; 11, с. 173–180], автори яких намагаються пов'язати інноваційні та економічні якості винаходів. Але спроби перевести оцінку у фінансово-економічну площину, по-перше, орієнтовані на урахування ефекту від патентів у продукції масового виробництва, а, по-друге, стикаються з тими самими перешкодами, які зазначають іноземні автори.

У зв'язку з проблемою формування показників нововведень зазначають [12, с. 62], що велика кількість вимірів нововведень та їх комплексний характер і складні взаємозв'язки призводять до розвитку методів об'єднання їх в індекс інноваційності як узагальнюючий показник.

Поширюється думка, що нові тенденції у соціальних викликах, які складаються в умовах інформаційної економіки, вимагають від концепції публічних закупівель не обмежуватися розробленням технологій під час НДДКР, а звертатися до новацій, які знаходяться ще на стадії ідеї, що призвело до появи терміна “public procurement for innovation” [13, с. 3].

З цим підходом асоціюється концепція необхідності врахування значущості “побічних” або “вторинних” (spillover) інновацій, які перспективні для розвитку техніки взагалі, але не впливають безпосередньо на рівень конкурентоспроможності об'єкта розробки НДДКР [14, с. 1351].

Аналізом результатів досліджень виявлено три значні проблеми в забезпеченні створення СТС, що походять з недоліків аналітичного апарату прогнозування перспективності УВП. Перша проявляється у вигляді слабкості корпоративного менеджменту інновацій, друга – в нерозвиненості вітчизняного нормативно-методичного поля публічних закупівель, а третя – у вигляді відсутності зв'язку між аналітичними апаратами управління створенням інновацій на рівнях макро- і мікроекономіки. Вважаємо, що всі три проблеми доцільно розглядати системно та вирішувати узгоджено, уніфікуючи аналітичний апарат.

Постановка цілей

Метою дослідження є вироблення раціонального підходу до вдосконалення національної системи виконання наукоємних НДДКР зі створення СТС-УВП, які розробляють за схемою публічних закупівель. Для її досягнення необхідно вирішити три методологічні завдання. Перше – підтвердити актуальність підвищення ефективності оцінки перспективності НДДКР з розроблення СТС введенням складової інноваційної перспективності. Друге – сформулювати основні положення вдосконалення аналітичного апарату прогнозування перспективності СТС, використовуючи інноваційні параметри нововведень, отримані на підставі патентів на винаходи, які захищають концептуальні рішення СТС та інші новації, створені під час виконання НДДКР за публічні інвестиції. Третє – довести доцільність уніфікованого застосування запропонованих аналітичних інструментів прогнозування інноваційної перспективності СТС для раціонального узгодження корпоративних та інституціональних цілей менеджменту розроблення СТС.

Виклад основного матеріалу

Згідно з базовим вихідним положенням дослідження, оцінка перспективності інноваційних параметрів СТС загалом та окремих новацій НДДКР повинна відповідати критеріям об'єктивності, достовірності та універсальності, що дасть змогу використовувати її як у корпоративних інструментах управління, так і у експертно-аналітичних інструментах публічних закупівель.

Зазвичай у технічному завданні на проведення НДДКР значення показників техніко-експлуатаційних характеристик об'єкта розроблення мають характер прогнозу з невизначеним ступенем достовірності. Невпевненість в успішному виконанні НДДКР збільшується з ростом рівня новизни об'єкта розробки. У найбільш наукоємних проектах, що пов'язані зі створенням СТС, їх новизна є головною причиною високих інвестиційних ризиків. Підвищений ризик не вигідний приватним інвесторам, тому виконавці таких проектів змушені орієнтуватися на фінансування насамперед, за схемою публічних закупівель або приватно-державного партнерства. Виходячи з загальносоціального акценту у цілях таких проектів, що не обмежені лише отриманням прибутку, їх достатньо складно пов'язати з інтересами приватного інвестора, але інтереси публічного інвестора можна значною мірою узгодити з інтересами розробника.

Аналітичний апарат для обґрунтування інвестицій у НДДКР повинен використовувати об'єктивні критерії вироблення управлінських рішень. Одне з базових положень методології цього дослідження виходить з принципової можливості використання нефінансових даних з перспективності УВП для оцінювання інвестиційної привабливості НДДКР із розроблення СТС за схемою публічних закупівель. У методологію закладено комплексний підхід до об'єднання техніко-експлуатаційних, економічних та інноваційних параметрів в інтеграційному показнику інноваційної перспективності СТС [15, с.279]. Дані щодо ефективності виконання цільового завдання, які на стадії раннього прогнозу мають декларативний характер, доповнені параметрами інноваційної досконалості об'єкта розроблення. Їх формують на підставі патентів на винаходи, що захищають концепцію СТС [16, с.35], для чого надають числові значення, наприклад, градацією рангів, показникам новизни, винахідницького рівня та практичної здійсності. Це компенсує низьку точність і достовірність більшості основних даних для аналізу на стадії раннього прогнозу.

Вважаємо, що прийнятну точність оцінки перспективності результатів НДДКР, що об'єднує техніко-економічні та інноваційні параметри, одержимо із застосуванням моделі множинної лінійної регресії вигляду:

$$y_t = \alpha_0 + \alpha_1 x_{1t} + \dots + \alpha_n x_{nt} + \varepsilon_t \quad (t=1, \dots, T), \quad (1)$$

де, $x_t = (x_{1t}, x_{2t}, \dots, x_{nt})$ – вектор значень незалежних змінних (факторів) в момент t ; $\alpha = (\alpha_0, \alpha_1, \dots, \alpha_n)$ – вектор параметрів моделі, що зображають ступінь впливу фактора x_i на змінну y на всьому розглянутому інтервалі $(1, T)$; α_0 – постійна моделі; ε_t – випадкова помилка моделі.

Відповідно до методології факторного аналізу, об'єднаємо показники техніко-економічної групи в єдиному узагальнюючому показнику P_{TE} і розглядатимемо його як один з факторів, а сформований за аналогією з ним узагальнюючий показник P_I інноваційних якостей СТС як другий фактор. Тоді для визначення узагальнюючого показника перспективності рівняння (1) можна буде записати у вигляді лінійного двофакторного рівняння регресії:

$$P_s = \alpha_0 + \alpha_{TE} P_{TE} + \alpha_I P_I + \varepsilon_t \quad (2)$$

Тут параметри α_{TE} і α_I дозволять забезпечити порівнянність впливу техніко-економічного та інноваційного факторів на узагальнюючий показник перспективності, постійна моделі α_0 відобразить галузеву специфіку, а помилка моделі ε_t відобразить величину довірчого інтервалу.

Стосовно патентів як джерела вихідних даних для визначення показника інноваційності необхідно зазначити, що серед фахівців в області високотехнологічного бізнесу немає єдності в розумінні пріоритетності цілей і завдань правової охорони патентів. Превалюють дві концепції, перша з яких декларує застосування ситуаційного підходу до визначення доцільності правової охорони, а друга передбачає існування універсальної оптимальної стратегії використання патентів. Нерідко їх поєднують у адаптивній стратегії правової охорони та використання патентів, яка значною мірою є наслідком невизначеності у методології оцінки патентів. Нагадаємо, що для цього

може бути використано понад 50 різних методів, які відповідають положенням Міжнародних стандартів оцінки. З іншого боку, така стратегія сама є стимулом різноманіття методів оцінки патентів, більшість з яких орієнтовані на застосування інструментів фінансового менеджменту.

Згідно із запропонованим підходом, опис інноваційних характеристик нового продукту на підставі параметрів, що зафіксовані в патентах на винаходи, дає змогу уникнути фінансових показників. Для того, щоб інвестор мав можливість оцінити інноваційні якості нового продукту, розробнику необхідно своєчасно почати дії з отримання правової охорони на концептуальні рішення СТС як нововведення. Підкреслимо, що розробнику достатньо мати зареєстровану в патентному відомстві заявку на патент, матеріали якої прийнятні для незалежної експертизи публічного інвестора. Саме в цьому випадку прогноз перспективності УВП з використанням інноваційних показників нововведення, що отримані на підставі заявки на винахід, може стати ефективним засобом обґрунтування управлінських рішень як розробником при виконанні НДДКР, так і суб'єктами інноваційної інфраструктури при реалізації процедур публічних закупівель.

Зазначимо, що суть і патентоспроможність рішень, які визначають концепцію СТС, зазвичай встановлюються ще на стадії передпроектного опрацювання. Причому це особливо справедливо для радикальних інновацій, які створюються в дослідних організаціях, що мають значний досвід у цій або суміжних областях. При прогнозуванні інноваційної перспективності УВП характеристики, які відображені у головних патентах, можна розглядати як найбільш об'єктивний фактор обґрунтування, що доповнює ключові техніко-економічні показники СТС.

Особливо підкреслимо, що визначення фінансових показників УВП на ранніх стадіях життєвого циклу є недоцільним через їх вкрай низьку достовірність. Значно більший сенс має оцінювання фінансових ризиків, враховуючи імовірність досягнення цілей розроблення проекту, тобто створення СТС із заданими техніко-економічними характеристиками та за умов збереження сприятливої ринкової кон'юнктури.

Отже, на ранніх стадіях створення СТС метод визначення інноваційної перспективності результатів НДДКР на основі патентних параметрів нововведення є ефективним засобом підвищення обґрунтованості рішень з інвестування НДДКР. Особливо актуально це при створенні СТС-УВП, що випускають в малій кількості, внаслідок чого для прогнозування їх перспективності неефективно застосовувати існуючі інструменти фінансово-інвестиційного аналізу, які орієнтовані на товари масового виробництва. Необхідно також враховувати, що у країнах ЗРЕ ця проблема ускладнена внаслідок нерозвиненості нормативно-методичного забезпечення державного конкурсного фінансування НДДКР.

На думку аналітиків ВОІВ [7, с. 9], у країнах ЗРЕ особливо загострилися основні проблеми менеджменту інновацій, які полягають у складності визначення найкращих ідей для ефективного маркетингу з використанням належних ресурсів, відсутності координації та труднощах з кількісним оцінюванням інновацій.

Отже, вирішення питань оцінки інноваційності СТС сьогодні дійсно є одним з найбільш актуальних завдань для фірм-розробників та інвесторів створення УВП у країнах ЗРЕ. Підходячи до його вирішення системно, необхідно враховувати дольові частки суб'єктів ЗРЕ, що спеціалізуються на здійсненні НДДКР. За різними оцінками, на частку галузевих НДІ і КБ до останнього часу доводилося від 70 до 90 % найбільш соціально та науково значущих НДР і ДКР. У рекомендаціях ВОІВ використано результати досліджень, що свідчать про те, що в ЗРЕ значна кількість НДДКР здійснюється НДІ, але вони стікаються з труднощами із правовою охороною результатів своєї науково-дослідної діяльності та їх комерціалізацією. На цій підставі зроблено висновок про необхідність вироблення спеціальної стратегії в області патентів для НДІ [7, с. 11].

На нашу думку, щонайменше один аспект такої стратегії може бути корисний не тільки розробникам СТС, а й інвесторам. Мається на увазі адекватна оцінка інноваційності, яка може бути особливо корисна для публічних інвесторів при обґрунтуванні рішень щодо здійснення конкурсного фінансування НДР і ДКР. Як було сказано вище, така оцінка може ґрунтуватися на інноваційних характеристиках нововведення, відображених у матеріалах патентів. Насамперед це стосується суттєвих ознак формули винаходу і розділів опису, що характеризують інноваційні

якості об'єкта розробки НДДКР як предмета винаходу. У разі погодження такої методики широким колом авторитетних експертів у галузі організації ІД та офіційного прийняття її як нормативно-методичного документа буде досягнуто єдності контрольних показників менеджменту проектів НДДКР зі створення СТС на рівнях мікро- і макроекономіки. Продемонструвати доцільність досягнення такої єдності можна за допомогою таблиці.

Зіставлення підстав щодо уніфікації аналітичного апарату менеджменту фірм-розробників та публічних інвесторів створення СТС

Елемент менеджменту	Специфіка НДДКР з позиції розробника	Специфіка публічних закупівель з позиції громадського інвестору	Можливість та напрямок узгодження інтересів	Уніфіковані параметри показники
Головна мета	Забезпечення конкурентоспроможності СТС-УВП	Стимулювання інноваційного розвитку економіки через ефективне використання інвестиційних ресурсів	Так – забезпечення прийнятних за інноваційною перспективністю результатів НДДКР	Інноваційні параметри сукупності результатів НДДКР
Локальні цілі	Створення науково-технічного заділу	Сприяння нарощуванню трансферу технологій	Так – зіставлення з головною метою	Окремі часткові показники
Експертно-аналітичний апарат	Техніко-економічне обґрунтування	Техніко-інноваційне та фінансово-інвестиційне обґрунтування	Так – визначення ефективності НДДКР з розроблення СТС	Узагальнений показник ефективності
Ключові (контрольні) параметри; 1. Науково-технічні 2. Економічні 3. Сінтетичні	1. Основні ТТХ, ефективність виконання цільового завдання 2. Витрати ресурсів (фінанси, час та ін.) 3. Співвідношення затрат і результатів	1. Відповідність планованих та отриманих результатів 2. Дотриманість фінансової звітності 3. Оцінка ефективності виконання НДДКР	Так – запобігання суперечностям при визначенні цілей НДДКР та здійсненні звітності розробника перед інвестором	Базові параметри планування та контролю результатів НДДКР
Процедури корегування	За прийнятим для менеджменту фірми порядком	Можливі при здійсненні планової періодичної звітності	Так – за домовленістю про порядок рішень з корегування проекту	За обраним критерієм прийняття рішень

Отже, аналізуючи таблицю, можна дійти висновку, що, враховуючи інституційні завдання публічного інвестору, його аналітичний апарат використовує дещо більший перелік показників інвестиційної спрямованості, які беруть участь у виробленні управлінських рішень, ніж апарат корпоративного менеджменту НДДКР. Але розширення останнього до уніфікованого стандарту дасть змогу розробникам СТС приймати більш обґрунтовані рішення щодо розгортання проектів НДДКР з огляду їх перспектив на отримання публічних інвестицій.

Проведений аналіз джерел, що стосуються питань інвестування НДДКР, дав змогу зробити висновок, що з позиції осіб, які приймають рішення про виділення держфінансування, бажано, щоб така оцінка задовольняла дві умови. Перше – була відносно нескладною, тобто доволі легко і швидко визначалася на підставі доступних і інтуїтивно зрозумілих вихідних даних. Друге – була мінімально дискусійною (не підпадала оспорованню, зокрема, в судовому порядку). У країнах-економічних лідерах за кілька десятиліть сформовані складні інституційні механізми щодо виконання цих умов. Перед багатьма країнами ЗРЕ постає альтернатива: вибрати аналогічний шлях або спробувати знайти більш мобільний підхід. Вважаємо, що такий підхід реалізує пропонуванa методологія вдосконалення аналітичного апарату на стику інноваційного та інвестиційного менеджменту, яка забезпечує підвищення обґрунтованості та ефективності прийняття рішень про виділення інвестицій на виконання наукоємних НДДКР.

Цілком очевидно, що запорука прогресивного вирішення комплексу питань ефективного забезпечення створення і використання наукоємних нововведень знаходиться на макро-економічному рівні. Однак, заходи інституційного характеру не будуть ефективними, якщо відсутнє об'єктивне обґрунтування їх необхідності. Сьогодні у ЗРЕ такого обґрунтування з даної проблеми немає. Зокрема в Російській Федерації, яка серед країн колишнього СРСР має найрозвиненіше (принаймні, за обсягом) законодавство в області регламентації прав на результати інтелектуальної діяльності, вже більше десяти років триває різка дискусія в науковому співтоваристві. Наслідком є спроби російських законодавців врахувати крайні точки зору на держвласність на результати науково-технічної діяльності. У результаті безсистемно приймаються все нові і нові нормативно-законодавчі акти, які частково скасовують недавно введені, частково їм суперечать. Можна констатувати суперечність між бажанням максимально дотриматись інтересів держави і спробувати впровадити псевдоамериканську модель стимулювання розвитку науково-дослідного сектора. "Псевдо-", оскільки система фундаментальних і здебільшого практично затребуваних прикладних наукових досліджень, яка історично склалася в РФ (як і в інших державах колишнього СРСР), кардинально відрізняється від системи США. Перша будується на академічних інститутах, друга – на ВНЗ, при цьому американський ВНЗ істотно відрізняється від пострадянського, і ця відмінність зберігатиметься, поки в ЗРЕ існуватиме сектор академічної науки. Підкреслимо, що ця обставина не перевага чи недолік, а національна особливість, яку неможливо подолати відповідно необґрунтованими і незабезпеченими законами.

Аналіз існуючих проблем із забезпеченням об'єктивності оцінки результатів НДДКР дає змогу сподіватися, що обґрунтований прогноз перспективності УВП з використанням оцінки інноваційності на підставі матеріалів патентів на винаходи можна застосувати під час вироблення управлінських рішень у таких випадках:

- при оцінюванні доцільності розгортання НДДКР фірмою-розробником (внутрішнє інвестування НДДКР);
- при обґрунтуванні отримання замовлення на виконання НДДКР за державні кошти або гранти міжнародних організацій (зовнішнє інвестування НДДКР з некомерційних джерел);
- на додаток до інвестиційного аналізу про виконання НДДКР за кошти приватних інвесторів (зовнішнє інвестування НДДКР з комерційних джерел).

Як передбачається, прогноз інноваційної перспективності УВП можна застосовувати при виробленні не менш ніж 50 % рішень, коли йдеться про використання конкурсних процедур. На користь такого висновку свідчить не тільки те, що найбільшого значення конкурси набувають саме при створенні СТС. За свідченням рекомендацій OECD [4, с. 3], у сучасних конкурсних технологіях задіяно сотні експертів, яким проекти скеровують за результатами верифікації та розподілу за групами (науково-технічних напрямках). Вибирають проекти за такими критеріями оцінювання, як новизна, масовість поширення нововведення і т.д., а для полегшення рецензування використовують спеціальні анкети-укладення у вигляді типових форм. Отже, вироблення і прийняття критеріїв інноваційної досконалості нововведень на основі патентних параметрів відповідно до пропонованого підходу, дасть змогу ввести їх до анкети групи УВП.

Зазначимо, що для всебічного прогнозу перспективності НДДКР з розроблення СТС недостатньо обмежитися показниками інноваційності СТС як об'єкта розроблення. Необхідно врахувати всю сукупність показників, які можуть становити інтерес для обґрунтування інвестицій у розроблення значного наукоємного проекту НДДКР. Одним з раціональних варіантів такого обліку може бути введення в аналітичний апарат обґрунтування прийняття рішень щодо створення СТС, оцінювання перспектив спіловер інновацій і нововведень нижчого технічного рівня, ніж головні концептуальні, котрі проте мають потенціал подвійного застосування.

Отже, узагальнюючий показник інноваційної перспективності розроблення СТС визначатиметься на основі оцінки трьох компонент: новаторського рівня в прив'язці до конкурентоспроможності СТС загалом, загального обсягу і рівня локальних нововведень з реальною перспективою подвійного застосування, а також спіловер нововведень за ключовими технологіями, які сприяють інноваційному прогресу базової і суміжних галузей:

$$P_1 = P_{\text{СТС}} + P_{\text{Лок}} + P_{\text{Спил}}, \quad (3)$$

де $P_{\text{СТС}}$ – показник інноваційної перспективності СТС; $P_{\text{Лок}}$ – показник інноваційного рівня сукупності локальних нововведень; $P_{\text{Спил}}$ – показник інноваційного впливу на галузеві технології кооперації розробників СТС.

Пропонують такі формули для їх розрахунку:

$$P_{\text{СТС}} = R_1 C_1 I, \quad (4)$$

де R_1 – інтегральний показник ризику створення СТС; C_1 – інтегральний показник конкурентоспроможності СТС; I – показник новаторського рівня СТС.

$$P_{\text{Лок}} = \sum_{i=1}^n D_i R_{i1} F_i I_i, \quad (5)$$

де D_i – коефіцієнт можливості подвійного (полігалузевого) застосування нововведення; R_{i1} – інтегральний показник ризику введення локальних інновацій; F_i – показник технічного рівня локальних інновацій; I_i – показник новаторського рівня локальних інновацій.

$$P_{\text{Спил}} = \sum_{j=1}^n V_j F_j I_j, \quad (6)$$

де V_j – коефіцієнт ймовірності впровадження побічних інновацій; F_j – показник технічного рівня побічних інновацій; I_j – показник новаторського рівня побічних інновацій;

Інтегральний показник конкурентоспроможності СТС визначається на основі конкурентних позицій сукупності запланованих техніко-економічних показників або на підставі прогнозованої ефективності виконання цільового завдання з урахуванням вартості. Інтегральні показники ризику враховують вплив ключових факторів зовнішнього і внутрішнього середовищ на ймовірність невдачі розроблення. Значення показників інноваційного рівня вибирають у діапазоні від 10 для радикальних нововведень до 1 для мінімального удосконалення. Формування інших шкал істотно залежить від особливостей галузі та специфіки інноваційного продукту, тому це має стати предметом окремого дослідження.

Актуальним напрямком подальших досліджень є відображення в пропонованій методиці особливостей охорони прав на результати творчої діяльності та їх комерційної значимості.

Показник інноваційної перспективності формується за участі не лише параметрів, що оснований на суттєвих ознаках формули патенту, але й тих, що знаходяться поза формулою. Насамперед це стосується фрагментів опису, що підтверджують можливість практичної реалізації нововведення. Найважливішим завданням подальших досліджень є розроблення аналітичних виразів для визначення та коректного узгодження величин всіх показників між собою у рамках узагальнюючого показника інноваційної перспективності.

Висновки

1. Результати аналізу показали актуальність ув'язування аналітичного забезпечення менеджменту фірм-розробників СТС та публічних інвесторів, яку доцільно здійснити уніфікацією аналітичного апарату оцінювання перспективності НДДКР зі створення СТС-УВП з метою узгодження інтересів розробників і публічних інвесторів.

2. Найдоцільніший варіант уніфікації полягає у використанні стандартизованої методики оцінювання перспективності розробки СТС щодо сприяння удосконаленню процедур прийняття рішень з публічного інвестування наукоємних НДДКР з одночасним підвищенням ефективності менеджменту фірм-розробників у частині забезпечення конкурентоспроможності УВП, що на рівні макроекономіки позначиться у синергічному ефекті із зростання якості результатів НДДКР.

3. Формування універсального аналітичного апарату, у якому використано вихідні дані на основі інформації за матеріалами патентів на винаходи щодо концепції СТС, а також спіловер та інновацій подвійного призначення, які мають прийнятну достовірність вже на ранішніх стадіях розроблення, дає змогу значно підвищити обґрунтованість управлінських рішень.

Перспективи подальших досліджень

Актуальними завданнями подальших досліджень є розроблення аналітичних співвідношень для визначення та коректного узгодження величин показників між собою у межах узагальнюючого показника інноваційної перспективності, а також введення до його складу кількісної оцінки ступеня та комерційної цінності правової охорони нових технічних рішень.

1. *Management of academic intellectual property and early stage innovation in countries in transition / WIPO. – 2011. – P. 65. – Режим доступу: http://www.wipo.int/export/sites/www/dcea/en/pdf/tool_1.pdf.* 2. *Stryszowski P. Intellectual Property Rights and National R&D Subsidy Policies in a Two-Country Schumpeterian Framework / P. Stryszowski // DEGIT Conference Papers c010_027. – P. 1-14. – 2005. – Режим доступу: http://degit.sam.sdu.dk/papers/degit_10/C010_027.pdf.* 3. *Горин В. Фінансові аспекти системи державних закупівель / В. Горин // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – №6. – 2011. – С. 68–70. – Режим доступу: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2011/06/7.pdf>.* 4. *Recommendation of the Council on Fighting Bid Rigging in Public Procurement 2012 / OECD. – 2012. – 19 p. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/daf/competition/RecommendationOnFightingBidRigging2012.pdf>.* 5. *Igniting innovation : rethinking the role of government in emerging Europe and Central Asia / I. Goldberg, J. G. Goddard, S. Kuriakose, J.-L. Racine // World Bank. – 2011. – 184 p.* 6. *Innovation and public procurement: a new approach to stimulating innovation / CBI. – 2011. – 16 p. – Режим доступу: <http://nzrise.org.nz/assets/Uploads/innovation-brief-1006.pdf>.* 7. *Project paper on innovation and technology transfer support structure for national institutions (Recommendation 10) / Committee on Development and Intellectual Property. – WIPO. – 2010. – 43 p. – Режим доступу: http://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/cdip_3/cdip_3_inf_2_study_vii_inf_1.pdf.* 8. *The Value and Indicator Function of Patents / R. Frietsch, U. Schmoch, B. van Looy, J. P. Walsh, R. Devroede, M. Du Plessis, T. Jung, Y. Meng, P. Neuhausler, B. Peeters, T. Schubert / Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research. – Studien zum deutschen Innovationssystem № 15. – 2010. – 124 p. – Режим доступу: http://www.e-fi.de/fileadmin/Studien/Studien_2010/15_2010_Patent_Value.pdf.* 9. *Intellectual property : Valuation, Exploitation and Infringement Damages. 2011 Cumulative Supplement / R. L. Parr, G. V. Smith // Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, 2011. – 288 p.* 10. *Методические рекомендации по оценке стоимости и учету объектов интеллектуальной собственности в составе нематериальных активов от 17.04.1998 г., № 20/41/109/75 //НЭГ. – 1998. – № 48. – С. 23–27.* 11. *Бромберг Г. В. Сборник нормативно-методических материалов по стимулированию инновационной деятельности для руководителей предприятий и организаций / Г.В. Бромберг // М.: ИНИЦ Роспатента. – 2002. – 211 с.* 12. *Innovation, intellectual property, and economic growth / Christine Greenhalgh, Mark Rogers // Princeton University Press. – 2010. – 366 p.* 13. *Edquist C. Public Procurement for Innovation as mission-oriented innovation policy / C. Edquist, J. M. Zabala-Iturriagoitia // Research Policy. – Vol. 41, Iss. 10. – 2012. – P. 1757-1769.* 14. *Bloom N. Identifying technology spillovers and product market rivalry / N. Bloom, M. Schankerman, J. V. Reenen // Econometrica. – Vol. 81, № 4. – 2013. – P. 1347-1393. – Режим доступу: <http://web.stanford.edu/~nbloom/bsv.pdf>.* 15. *Момот В. Е. Формирование комплексного подхода к управлению разработкой конкурентоспособной новой техники с учетом фактора промышленной собственности / В. Е. Момот, В. А. Воротников // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". – 2013. – № 10. – С. 274–281. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/evntukpi_2013_10_47.pdf.* 16. *Воротников В. А. Оценка перспективности создания высокотехнологического продукта по патентно-инновационным параметрам новшеств / В. А. Воротников // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка та управління. Сімферополь. – Т. 26 (65), № 3. – 2013. – С. 27–36.*

КЛЮЧОВА РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС РЕІНЖИНІРІНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

© Гвоздь М. Я., 2015

Зображено актуальність застосування реінжинірингу бізнес-процесів як сучасного методу управління вітчизняними промисловими підприємствами, які функціонують в умовах певної економічної нестабільності. Досліджено та схематично наведено еволюцію поняття реінжиніринг бізнес-процесів, яка зображає змістове наповнення цього засобу управління та показує ключову роль інформаційних технологій у розвитку теорії реінжинірингу на сучасному етапі господарювання. Підкреслено можливості, яких підприємство може досягти за оптимального використання інформаційних технологій у своїй діяльності, показано їх роль у підвищенні ефективності функціонування підприємств крізь призму оптимізації зовнішніх бізнес-процесів, що покладено в основу X-інжинірингу як нового етапу розвитку теорії реінжинірингу.

Ключові слова: реінжиніринг, бізнес-процес, інформаційні технології, X-інжиніринг, методи управління.

M. Gvozdz

Lviv Polytechnic National University
Management of Organizations Department

KEY ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN PROVIDING BUSINESS PROCESS REENGINEERING

© Gvozdz M., 2015

The article shows the relevance of business processes reengineering as modern method of domestic industrial management of enterprises which are operating in specific conditions of economic instability. The concept of business processes reengineering evolution is researched and schematically represented. This evolution reflects the semantic content of management tool and shows the change of key factors at each stage of its theory. The key role of information technology in reengineering theory evolution is described at the present stage of economic development. Using information technologies in methods and management tools expands the range of capabilities in management because market of information technologies offers a wide range of application software that makes it possible to improve the business processes reengineering depending on the financial capacity of the company and the complexity of the tasks.

Opportunities are highlighted that enterprise could achieve within the optimal use of information technology in its activity. The importance of information technology in almost all areas of the company activities are highlighted as information technologies open new opportunities in management as they became a base for emergence of new management tools, X-engineering, for example. X-engineering is a new period in development of theory of engineering and aims at expanding business processes outside the enterprise. In these conditions development of information technologies today gives an opportunity for

entrepreneurs to do business in a new way changing design not only of internal business processes, but also external ones, those dealing with the interaction with consumers.

Key words: reengineering, business processes, information technology, X-engineering, management methods.

Постановка проблеми

Теорія менеджменту характеризується різноманіттям методів, засобів та інструментаріїв, які спрямовані на вирішення багатоаспектних проблемних питань у діяльності підприємств. Проте швидкий розвиток інформаційних технологій, НТП та суспільства загалом створюють на споживчому ринку жорстокі конкурентні функціонування. Натомість економічна нестабільність створює таке ринкове середовище господарювання, яке не лише не дає можливостей для розвитку, але і важко “вижити” сучасним вітчизняним промисловим підприємствам. У площині цього питання все більшої актуальності набуває реінжиніринг бізнес-процесів, який, як новий напрям менеджменту, дає змогу вітчизняним підприємствам не лише адаптуватися до мінливих умов зовнішнього середовища, але й активно розвиватися і бути конкурентоспроможними як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Вирішення сучасних проблем менеджменту показує те, що склалася невідповідність між можливостями динамічного функціонування бізнес-процесів та їх забезпечення чинним реінжинірингом, що і вимагає модернізації цього засобу управління. Йдеться про те, що при здійсненні реінжинірингу бізнес-процесів необхідно активно використовувати інформаційні технології, ключову роль яких продемонстровано на одному із етапів розвитку теорії реінжинірингу. Адже використання сучасних інформаційних технологій у методах та засобах менеджменту розширюють спектр їх можливостей в управлінні.

За таких умов актуальним та конструктивним завдання дослідження еволюції змістовного наповнення реінжинірингу бізнес-процесів та розкриття важливості застосування інформаційних технологій як невід’ємної умови успішного проведення проектів реінжинірингу в сучасних динамічних умовах господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Досліджуючи теоретичні аспекти проблематики реінжинірингу бізнес-процесів, спостерігаємо, що інтерес зарубіжних та вітчизняних теоретиків зростає до цього засобу менеджменту. Основоположниками теорії реінжинірингу вважають американських вчених М. Хаммера та Дж. Чампі, які першими дали класичне визначення реінжинірингу і зробили точку відліку у його розвитку.

У розвиток теорії реінжинірингу свій науковий вклад зробили як зарубіжні, так і вітчизняні науковці, такі як М. Хаммер, Дж. Чампі, Т. Давенпорт, М. Робсон, Е. Ойхман, Є. Попов, С. Колесников, О. Черемних, О. Виноградова, Л. Таранюк, Г. Усова, А. Череп та ін.

Проте поза увагою вчених залишається еволюція сутності реінжинірингу бізнес-процесів, яка демонструє поетапний розвиток теорії реінжинірингу, підкреслюючи ключові фактори на кожному із етапів. Також незначну увагу науковці звертають на важливість застосування інформаційних технологій під час реінжинірингу бізнес-процесів.

Постановка цілі

Метою статті є:

Ø розкрити важливість та актуальність застосування реінжинірингу бізнес-процесів на вітчизняних промислових підприємствах;

Ø дослідити еволюцію змістового наповнення поняття “реінжиніринг бізнес-процесів” та відобразити ключову роль інформаційних технологій у розвитку цього засобу менеджменту;

Ø підкреслити практичну значущість інформаційних технологій у менеджменті, які дають можливість оптимізувати зовнішні бізнес-процеси.

Виклад основного матеріалу

Сьогодні актуальність впровадження реінжинірингу бізнес-процесів як високоефективного засобу менеджменту зростає. Це пояснюється тим, що сучасні вітчизняні підприємства функціонують в умовах певної економічної нестабільності. Кожне підприємство змушене шукати та застосовувати такі засоби управління, які допоможуть йому адаптуватися до сучасних ринкових умов господарювання. Реінжиніринг бізнес-процесів – саме той засіб менеджменту, який може допомогти кожному підприємству. Проте це абсолютно не означає, що на кожному підприємстві потрібно впроваджувати реінжиніринг. Відповідь на питання “Чи потрібно впроваджувати на підприємстві цей дорогий засіб?” знаходиться у поставлених перед підприємством цілях. Якщо керівництво підприємства має на меті значне збільшення показників ефективності діяльності підприємства і готове при цьому здійснити кардинальну перебудову своїх бізнес-процесів, тоді на такому підприємстві доцільно впроваджувати реінжиніринг. Адже за своєю суттю “Реінжиніринг – фундаментальне переосмислення та радикальне перепроєктування бізнес-процесів з метою досягнення істотних поліпшень у вартісних та кількісних результатах господарської діяльності організації” [1]. Таке трактування реінжинірингу подали його основоположники: М. Хаммер та Дж. Чампі у 90-ті рр. ХХ ст. На етапі зародження теорії реінжинірингу його автори підкреслювали, що пріоритетним принципом цього нового засобу менеджменту є “фундаментальне переосмислення” і “радикальне перепроєктування” бізнес-процесів підприємства. Для того, щоб краще зрозуміти теорію реінжинірингу як високоефективного засобу менеджменту, його зміст та принципи, доцільно проілюструвати еволюцію його змістового наповнення (рисунок).

Аналізуючи еволюцію розвитку поняття “реінжиніринг”, бачимо, що теорія цього засобу менеджменту набувала розвитку і все глибшого та ґрунтовнішого змісту, а фокус уваги, який зосереджувався на “фундаментальному переосмисленні” і “радикальному перепроєктуванні” бізнес-процесів, переходить на “інформаційні технології”, які набувають все більшого розвитку із розвитком суспільства. Саме вони є новою мовою ділового спілкування, розширюють межі бізнес-середовища.

Досліджуючи питання необхідності використання інформаційних технологій при здійсненні реінжинірингу, Майкл Хаммер зазначив, що інформаційні технології є ключовими передумовами, що дають можливість для реінжинірингу, для радикальних змін у правилах і фундаментальних положеннях управління [1].

С. Колесников зазначає в площині цього питання: “Реінжиніринг бізнес-процесів – це новий науково-практичний напрям, що виник на стику двох різних сфер діяльності: управління та інформатизації”.

Дж. Чампі, розвиваючи проблематику реінжинірингу, зазначає, що саме використання сучасних інформаційних технологій дає змогу оптимізувати тепер не лише внутрішні, але й зовнішні бізнес-процеси, що і покладено в основу розвитку Х-інжинірингу – нового етапу розвитку реінжинірингу бізнес-процесів [2].

Е. Ойхман і Є. Попов трактують реінжиніринг як перебудову бізнесу з використанням найновіших інформаційних технологій для досягнення абсолютно нових бізнес-процесів [3]. Згідно із теорією цих науковців, основною помилкою більшості підприємств є те, що вони розглядають новітні інформаційні технології крізь призму вже існуючих процесів. Перед керівництвом підприємства необхідно поставити завдання як найкраще використати нові інформаційні технології, щоб покращити їх діяльність, тобто прагнуть вирішити свої теперішні проблеми, автоматизуючи свою діяльність. Проте накладення інформаційних технологій на існуючі бізнес-процеси може не тільки не виправдати сподівань керівництва підприємства і не трансформувати його діяльність, а, навпаки, сповільнити процес їх перебудови. Отже, керівникам потрібно формулювати питання так: як ефективно використовувати інформаційні технології та з їх допомогою зробити те, чого ще не зроблено? Отож, потрібно пам'ятати, що застосування інформаційних технологій – це не автоматизація. Використання інформаційних технологій на практиці повинно проявлятися як новий підхід до роботи з удосконаленням бізнес-процесів, а автоматизація – новий підхід до підвищення технічного рівня виконання існуючого процесу.

РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Ключові фактори

Кардинальна
перестройка та
радикальні зміни

ІНФОРМАЦІЙНІ
ТЕХНОЛОГІЇ (ІТ)
+
Кардинальна
перестройка та
радикальні зміни

БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ
+ ІТ +
Кардинальна
перестройка
та радикальні
зміни

ОРІЄНТАЦІЯ НА
СПОЖИВАЧА
+ ІТ + БП +
Кардинальна
перестройка
та радикальні зміни

М. Хаммер, Дж. Чампі, 1993
Рейнжиніринг – фундаментальне
пересомислення та радикальне
перепроєктування бізнес-процесів з
метою досягнення істотних
поліпшень у вартісних та кількісних
результатах господарської діяльності
організації

С. Колесников, 1999 р.
“Рейнжиніринг бізнес-процесів –
це новий науково-практичний
напрямок, що виник на стику
двох різних сфер діяльності:
управління та інформатизації”

М. Хаммер, 2005
“... тепер головуючим в
лексоні рейнжинірингу стає
термін «бізнес-процеси»”

Черемних О.С., Черемних
С.В, 2005 р.
Рухійною силою рейнжинірингу є
повне розуміння потреб клієнтів
задоволення інтересів
споживачів

Еволюція змістового поняття “реінжиніринг бізнес-процесів” [Власна розробка]

Роль інформаційних технологій у концепції реінжинірингу бізнес-процесів є настільки значною, що її важко переоцінити, але це питання одночасно є проблемним. У цьому випадку проблемою характеризується точка компромісу (баланс) між витратами, які керівництво понесе на інвестування в конкретні проекти реінжинірингу бізнес-процесів, та результатами, які очікують отримати на підприємстві від проекту. Проте ринок інформаційних технологій сьогодні пропонує застосування широкого спектру програмного забезпечення, яке дає змогу удосконалити реінжиніринг бізнес-процесів залежно від фінансових можливостей підприємства та складності поставлених завдань.

Правильне розуміння та раціональне застосування інформаційних технологій призводить до радикальних змін існуючих та скорочення можливих бізнес-процесів, значного покращення основних показників діяльності підприємства, що, своєю чергою, дасть змогу значно випереджати конкурентів. Застосування інформаційних технологій при проведенні реінжинірингу дає змогу прийняти ефективні рішення в діяльності підприємств.

Важливість інформаційних технологій підкреслюється практично у всіх сферах діяльності підприємства: вони розкривають нові можливості у менеджменті, оскільки стали основою для виникнення нових засобів управління, а саме X-інжинірингу, який спрямований на те, щоб бізнес-процеси вийшли за межі підприємства. На думку Дж. Чампі, X-інжиніринг – це місце, але не кінцева станція. Це місце, де укорінюються, розквітають інновації завдяки постійному інформаційному потоку, який підтримується невидимою технологічною інфраструктурою. Це місце, де інформаційні технології оптимізують роботу працівників, а роботу виконують так, щоби отримувати більше задоволення та менше навантаження [3].

Отже, розвиток теорії реінжинірингу зумовлений динамічним розвитком інформаційних технологій і загалом суспільства як такого, що проявляється у ринкових трансформаціях розвитку економіки, яка диктує свої умови підприємцям. Адже це жорстка конкуренція, яка змушує боротися за кожного споживача. Тому в цій боротьбі виграє той, хто швидше та якісніше зуміє задовольнити смаки та вимоги споживачів. У таких умовах при застосуванні реінжинірингу керівник підприємства та робоча група з перепроектування бізнес-процесів мають орієнтуватися на споживача, що є основною передумовою перепроектування бізнес-процесів та ефективного їх функціонування.

Висновки

У сучасних умовах розвитку економіки, жорсткої конкурентної боротьби вітчизняним промисловим підприємствам стає важче функціонувати, тому все більшої практичної значущості набуває реінжиніринг бізнес-процесів, який забезпечує новий підхід до ведення бізнесу. Ключову роль при здійсненні нового інструментарію менеджменту відіграють інформаційні технології, які розширюють можливості реінжинірингу і тим підвищують ефективність його впровадження.

Перспективи подальших досліджень

Подальші дослідження будуть спрямовані на визначення економічної ефективності від впровадження реінжинірингу бізнес-процесів.

1. Хаммер М. *Реінжиніринг корпорації: Манифест революції в бізнесі: Пер. с англ.* / М. Хаммер, Дж. Чампі. – СПб.: Изд-во СПбУ, 1997. – 332 с. 2. James Champy *X-Engineering the Corporation : Reinventing Your Business in the Digital Age (Hardcover)* / James Champy. – New York : Warner Business Books, 2002. – 232 p. 3. Ойхман Е. Г. *Реінжиніринг бізнеса: Реінжиніринг організацій и інформаційні технологи* / Е. Г. Ойхман, Э. В. Попов. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 336 с. 4. Черемных О. С. *Стратегический корпоративный реінжиніринг: процессно-стоимостной подход к управлению бизнесом* / О. С. Черемных, С. В. Черемных. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 736 с. 5. Виноградова О. В. *Реінжиніринг бізнес-процесів у сучасному менеджменті: Монографія.* – Донецьк: Дон. ун-т ім. М. Туган-Барновського, 2005. – 195 с. 6. Череп А. В. *Реінжиніринг – філософія управління підприємством харчової промисловості : монографія* / А. В. Череп, К. Л. Потопа, О. В. Ткаченко. – К. : Кондор, 2009. – 368 с.

А. В. Дубодєлова, Л. С. Лісовська, Р. Р. Бандрівський
 Національний університет "Львівська політехніка",
 кафедра менеджменту організацій

ТИПОЛОГІЯ МИСЛЕННЯ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

© Дубодєлова А. В., Лісовська Л. С., Бандрівський Р. Р., 2015

Розглянуто природу, сутність і суспільно-історичну зумовленість людського мислення. Виявлено значення, особливості та функції мислення в управлінській діяльності. Обґрунтовано необхідність типології мислення. Узагальнено сучасні теоретичні підходи і виокремлено критерії класифікації типів мислення. Виконано класифікацію типів мислення. За кожним типом мислення розкрито сутність, сфери, переваги та недоліки практичного застосування. За результатами аналізування наукової літератури доведено ефективність і визначено сукупність чинників, які якнайбільше впливають на системне мислення. Обґрунтовано необхідність розвитку стратегічного мислення. В результаті дослідження розкрито зміст і технологію стратегічного мислення та особливості застосування в управлінській діяльності.

Ключові слова: людське мислення, управлінська діяльність, типологія мислення, стратегічне мислення, технологія мислення, функції мислення.

A. V. Dubodyelova, L. S. Lisovska, R. R. Bandrivsky
 Lviv Polytechnic National University
 Management of Organizations Department

THINKING TYPOLOGY IN MANAGEMENT

© Dubodyelova A. V., Lisovska L. S., Bandrivsky R. R., 2015

The article examines the nature, essence and socio-historical dependency of human thought. The value, features and functions of thinking in management are discovered. The necessity to create typology of thinking is justified. Modern theoretical approaches are overviewed and criteria for classification of the types of thinking are singled out. The types of thinking are classified. The essence, scope, advantages and disadvantages of practical application of each type of thinking are discovered. The results of the review of scientific literature are used to prove effectiveness and to determine a set of factors that have the greatest effect on systems thinking. The necessity of developing strategic thinking is substantiated. The study reveals the content and technology of strategic thinking and specifics of its application in management.

Key words: human thinking, management activity, types of thinking, strategic thinking, technology, thinking, thinking function.

Постановка проблеми

Багатоплановий і пришвидшений розвиток сучасного світу викликає необхідність гнучкого і творчого реагування на зміни, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищах суб'єктів господарювання. Останні зацікавлені у менеджерах, які спроможні нестандартно мислити, своєчасно знаходити нові ідеї та підходи до управління.

Мислення є предметом не лише психології, але й інших наук, таких як філософія, соціологія, фізіологія, інформатика. Останніми роками дослідження проблем розумової діяльності поширилися у теорії менеджменту, оскільки у процесі мислення працівники здобувають нові знання, будують узагальнений образ світу та окремих його складових і визначають перспективи розвитку.

Зростання ролі, яку відіграє мислення в управлінській діяльності суб'єктів господарювання, зумовлює необхідність досліджень теоретичних і практичних аспектів управління процесом мислення, зокрема типології мислення. Дослідження проблеми типології мислення набуває актуальності, оскільки ефективність роботи менеджера залежить від ступеня відповідності його типу мислення конкретним умовам і цілям управлінської діяльності. Вона дає змогу менеджерам оцінити свої можливості для якнайкращого використання власного інтелектуального потенціалу, формувати команди працівників і групи дослідників за типологічними характеристиками. Крім того, типологічні характеристики є підвалиною для вибору напрямів розвитку здібностей у галузі мислення, розроблення програм навчання і професіоналізації та їх ефективної реалізації.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій

Доробок науковців становить велику кількість праць, присвячених дослідженню процесу мислення. Вагомий внесок у дослідження сутності, особливостей і технології мислення зробили зарубіжні та вітчизняні науковці, зокрема Д. Б. Богоявленська [2], В. Н. Дружинін [7], В. О. Зайчук [11], М. С. Корольчук [13], С. Д. Максименко [14], І. І. Свидрук [18] та ін. Питання розвитку різних типів мислення висвітлюються в працях Н. П. Біляцького [1], Е. Боно [3,4], В. І. Євдокимова [8], В. О. Журальова [9], О. Зайченко [10], Р. Р. Каюмової [12], О. Пивоварової [17], Р. Флоріди [21], А. Швирьова [22]. Типологія мислення розглядається у наукових працях [1, 5, 6, 11, 18, 19] та ін.. Незважаючи на велику кількість наукової літератури за досліджуваною проблемою відсутній єдиний комплексний підхід до класифікації типів мислення з урахуванням специфіки управлінської діяльності.

Постановка цілей

Дослідження визначеної проблеми зумовлює постановку таких цілей:

- визначення сутності, ролі, особливостей і функцій мислення в управлінській діяльності;
- дослідження наявних підходів до класифікації видів мислення;
- виокремлення критеріїв і проведення типології мислення в управлінській діяльності.

Виклад основного матеріалу

З ускладненням проблем управління в сучасних умовах функціонування суб'єктів господарювання виникає необхідність постійного отримання вичерпних знань про реальні об'єкти та їхню внутрішню сутність. Пізнання об'єктивної реальності починається з відчуття і сприйняття навколишнього середовища за допомогою аналізаторів людини, які дають змогу отримувати інформацію про зовнішні властивості та ознаки процесів і явищ, що фіксується в її свідомості у формі звукових, просторових, дотикових та інших уявлень. Проте для задоволення різноманітних потреб управлінської діяльності такої інформації менеджеру недостатньо через обмеженість аналізаторів. Вичерпні знання про реальні об'єкти та їхню внутрішню сутність менеджер формує за допомогою мислення – вищої абстрактної форми пізнання об'єктивної реальності.

Уявне відображення дійсності характеризується низкою особливостей, серед яких [7, 13, 14] опосередкування; виокремлення та розкриття в об'єктах істотних ознак і властивостей, що ґрунтуються на об'єктивних відносинах і закономірних причинно-наслідкових зв'язках, репрезентованих у предметах і явищах; узагальнений характер відображення реальності через пізнання істотних ознак, що виявляються спільними для споріднених об'єктів. Перелічені ознаки мислення характеризують його як специфічну форму абстрактного пізнання реальності, складну пізнавальну діяльність.

На підставі узагальнення джерел за досліджуваною проблемою можна зробити висновок, що мислення – це активний процес опосередкованого й узагальненого відображення предметів і явищ об'єктивної реальності у свідомості людини, що ґрунтується на знаннях, інтуїції, звичках і навиках та визначає її поведінку в конкретній ситуації.

Суспільно-історична зумовленість мислення виявляється в тому, що в кожному акті пізнавального процесу людина враховує досвід, нагромаджений на попередніх генераціях, оперує створеними ними засобами пізнання, серед яких мова, наука і суспільна практика. Завдяки соціально-історичній природі мислення забезпечується наступність у передаванні від генерації до генерації інтелектуальних надбань і створення відповідних умов для соціального і наукового прогресу.

У загальному управлінському процесі мислення людини виконує такі основні функції [1, 11, 15, 18]: пізнавальну (відображення світу), проектувальну (формування планів, проектів, моделей практичної й теоретико-пізнавальної діяльності), прогностичну (прогнозування чи передбачення наслідків власних дій, прогнозування майбутнього), інформаційну (засвоєння інформації про знання та його смислове перероблення), технологічну (розроблення правил, норм, стандартів життєдіяльності людини і суспільства в різних формах і проявах), рефлексивну (самопізнання, самоаналізування), інтерпретаторську (тлумачення, осмислення продуктів людської культури), аналітичну й синтетичну.

Визначені характеристики типології мислення дають змогу систематизувати його різноманітні типи за певними ознаками, виокремити такі види мислення, які відіграють найважливішу роль, визначають успіх у діяльності менеджера. За результатами дослідження та узагальнення сучасних наукових джерел [1–22] типи мислення можна класифікувати за різними критеріями, які допомагають визначити характеристики мислення індивідуальності.

За етапами розвитку мислення розрізняють:

- наочно-дієве мислення, що здійснюється шляхом реального перетворення ситуації та виконання цілеспрямованих дій;
- наочно-образне мислення, що ґрунтується на образах, перетворенні ситуації в план образів. За допомогою такого типу мислення повніше відтворюється різноманітність характеристик об'єкта, встановлюються незвичні поєднання предметів та їхніх властивостей;
- абстрактне (словесно-логічне) мислення, яке ґрунтується на поняттях, судженнях, логіці без використання емпіричних даних.

За критерієм динаміки мислення виокремлюють:

- догматичне мислення, спрямоване на конкретну вихідну ідею без ініціювання її актуальності, перетворенні вихідної ідеї в головній системі на утворювальний фактор концепції;
- стереотипне мислення, яке характерне для людей, схильних мислити прийнятими шаблонами;
- гнучке мислення, яке здатне змінюватися відповідно до умов розвитку науки та практичних потреб ефективної діяльності.

За ступенем індивідуальності мислення може бути:

- індивідуалізоване, в якому чітко виявляються риси особистості, індивідуальність, неординарність. У діяльності менеджера такий тип мислення відіграє позитивну роль за умови його сполучення з відповідальністю і спрямуванням на творче вирішення проблеми. Проте іноді індивідуалізоване мислення працює на власне самоствердження, маніпулювання свідомістю;
- тенденційне мислення, обмежене певною тенденцією оцінок, підходів, вибору варіантів на основі досвіду, панівної ідеології, деформованої системи знань;
- колективне мислення, що реагує на колективну думку чи акумулює певним чином різні типи мислення, які панують у колективі.

За законом економії зусиль виокремлюють аспектний тип мислення, який характеризується пошуком пріоритетного аспекту проблеми, що найвагомніше впливає на всі інші. Такий тип мислення проявляється, коли проблема достатньо складна або відсутня необхідність всі її аспекти досліджувати комплексно. Основними його недоліками є одностороннє сприйняття проблеми і відсутність урахування взаємозв'язку її різних аспектів. Тому сьогодні ефективним вважають системне мислення, яке полягає у дослідженні об'єкта як цілісної множини елементів у сукупності

взаємозв'язків між ними. Ефективність системного мислення залежить від характеру застосовуваних загальносистемних закономірностей, що встановлюють взаємозв'язок між параметрами системи. Виникнення і поширення системного підходу до мислення зумовлено ускладненням завдань управлінської діяльності. Основними властивостями системного мислення є бачення цілісності, наповненої різними зв'язками; розуміння необхідності спотворень моделі реальності для спрощення моделі сприйняття; уміння виявляти зворотний зв'язок; готовність до постійних змін своїх переконань; самостійність у створенні власних ментальних моделей світу та ін.

Ефективність системного мислення передбачає обов'язковість вивчення та практичного використання таких його основних підходів, як системно-елементарного або системно-комплексного (виявлення складових елементів системи); системно-структурного (з'ясування внутрішніх зв'язків і залежностей між елементами системи для отримання уявлення про внутрішню будову досліджуваної системи); системно-функціонального (виявлення функцій системи та окремих її елементів); системно-цільового (наукове визначення завдань системи та їхніх взаємозв'язків); системно-ресурсного (виявлення ресурсів, необхідних для функціонування системи та вирішення покладених на неї завдань); системно-інтеграційного (виявлення сукупності якісних властивостей системи, що забезпечують її цілісність і особливості); системно-комунікаційного (виявлення зовнішніх зв'язків системи з навколишнім середовищем); системно-історичного (з'ясування умов, які вплинули на виникнення системи, етапів її розвитку, сучасного стану і можливих перспектив) [1, 6, 11, 18].

Концептуальний тип мислення є модифікацією системного та ґрунтується на ключових положеннях мислення, які дають змогу зберігати напрямленість розумової діяльності. Для виконання досліджень у галузі управління такими положеннями є:

- управління – це завжди діяльність людини, в якій вирішальна роль належить цілям та інтересам;
- управління різноманітне та багатоваріантне;
- управління має взаємопов'язані соціально-економічний та організаційно-технічний аспекти існування, функціонування та розвитку;
- управління побудоване на прагненні до гармонії (гармонії рівноваги, протиріч, сполучення).

На рисунку подано класифікацію типів мислення в управлінській діяльності.

За пріоритетністю сфер знань, на яких побудовано розумову діяльність, розглядають такі типи мислення:

- гуманітарне, основним інструментом дослідження якого є словесний опис, оперування поняттями, аргументування ситуаціями. Пояснення образами, характером поведінки;
- математичне, побудоване на логіці символів, абстракції, чіткості в усвідомленні залежностей, моделюванні спільності;
- технократичне, основане на подібності всіх зв'язків у проблемі чи явищі до таких, що існують у технічних пристроях. Під час вивчення соціально-економічних проблем таке мислення може стати малоефективним, оскільки приводить до спрощення реальних процесів, виключення під час дослідження опосередкованих, непрямих, ситуаційних, вербальних та інших зв'язків.

За ступенем абстрактності та узагальненості виокремлюють такі види мислення:

- теоретичне, орієнтоване на абстрактне узагальнення, пошук закономірностей, формування теорій, визначення загальних ознак, висновків і результатів дослідження, універсальності положень і формулювань;
- емпіричне, основане на узагальненому досвіді, який використовується як вища форма аргументації;
- конструктивне, спрямоване на пошук і реалізацію нових ідей, рішень і концепцій.

За способом відтворення реальності типи мислення поділяють на:

- репродуктивне, що передбачає пряме відтворення дійсності за відомими підходами. Нове завдання співвідноситься з відомою схемою розв'язання;

- аналогове, основане на відтворенні реальності за аналогією, пошуку тотожності чи відмінності явищ і проблем з метою глибокого їх розуміння та усвідомлення;
- продуктивне, спрямоване на здобуття нових знань;
- творче, яке визначається сукупністю особливостей психіки, що забезпечують продуктивні перетворення в діяльності людини. У творчому мисленні домінують чотири особливості, серед яких оригінальність розв'язання проблеми; семантична гнучкість, що дає змогу бачити об'єкт під новим кутом зору; образна адаптивна гнучкість, яка уможлиблює зміни об'єкта з розвитком потреби у його пізнанні; семантична спонтанна гнучкість як продукування різних ідей щодо невизначених ситуацій;
- креативне, яке характеризується здатністю людини створювати нові значущі знання і форми, що мають великий соціально-економічний успіх. Таке мислення відрізняє гармонійне використання функцій двох півкуль головного мозку.

За цільовими установками виокремлюють такі типи мислення:

- наукове, орієнтоване на застосування методології аналізування й оцінювання явищ;
- практичне, основане на виборі та розв'язанні проблем за критерієм можливості їхнього практичного розв'язання. Воно складніше за теоретичне, оскільки часто розгортається за екстремальними обставинами та умовами для перевірки гіпотези;
- прагматичне як модифікація практичного мислення, орієнтоване на безпосередню корисність і швидке отримання ефекту.

За роллю досвіду в процесі мислення розглядають:

- емпіричне, тобто мислення за готовими зразками, ототожненнями за пам'яттю, накопиченим і систематизованим досвідом;
- аксіоматичне, тобто мислення за встановленими правилами у вигляді аксіом, які розглядаються як певні істини, що не вимагають доказів;
- діалектичне, тобто мислення, основане на критерії суперечності, розрізнення якості та кількості, загального і часткового тощо.

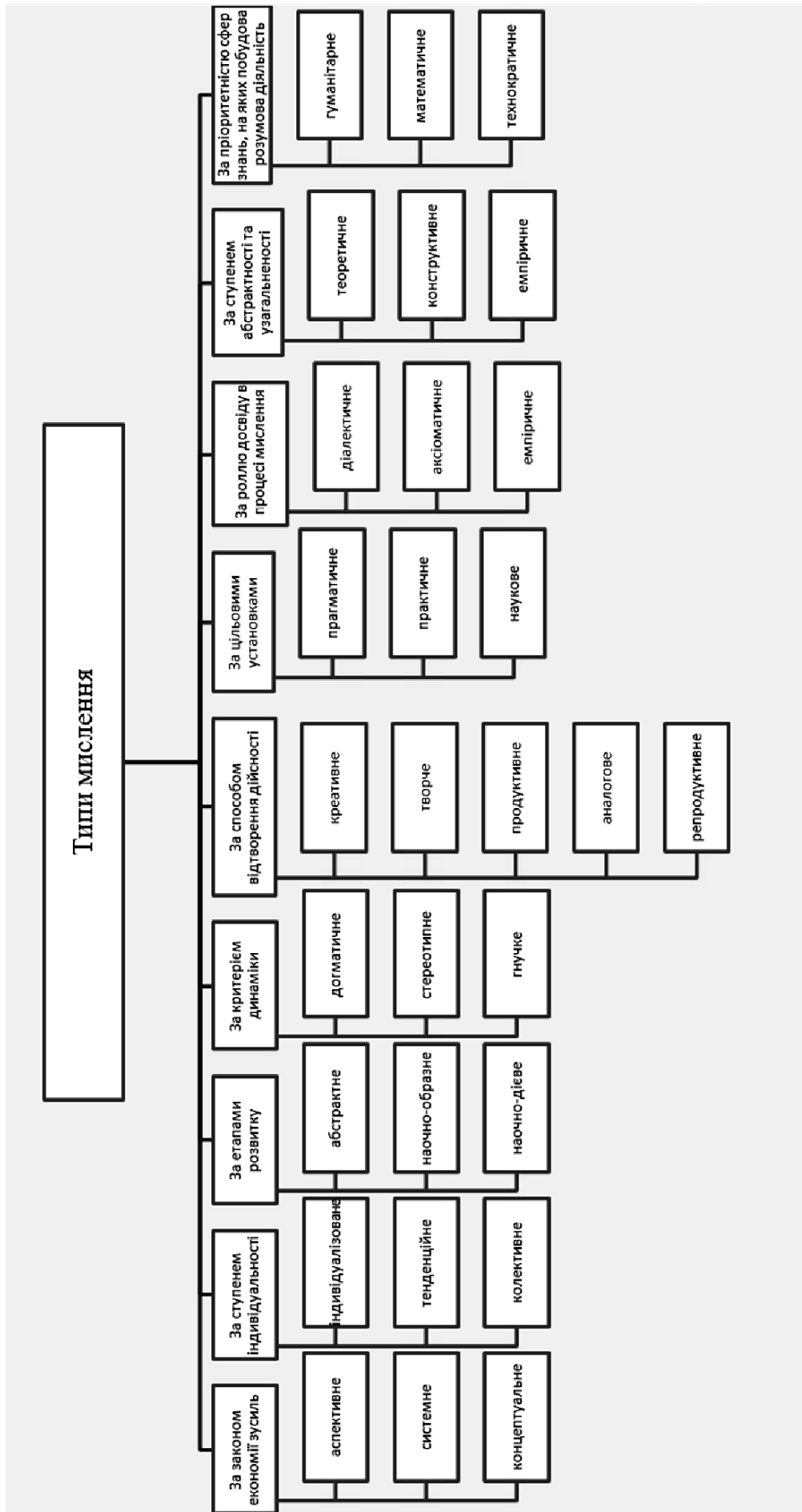
Різновидом такої типологічної групи є поділ типів мислення за критерієм проблемності на стандартне, проблемне і змішане. Стандартне мислення оперує загальноприйнятими положеннями і поняттями. Проблемне мислення ґрунтується на визначенні проблеми як головної одиниці мислення, його основи. Змішане мислення передбачає сполучення в розумовій діяльності попередніх типів.

У психології розрізняють реалістичне мислення, спрямоване на зовнішній світ і регульоване логічними законами, а також аутистичне мислення, пов'язане з реалізацією бажань і намірів дослідника.

Американський вчений Дж. Гілфорд висловив ідею про існування трьох типів мислення залежно від способу розв'язання проблеми, а саме дивергентного, трансформаційного та конвергентного. Дивергентне мислення відбувається в різних напрямках, що виходять за межі предмета дослідження, та передбачає вироблення множини варіантів розв'язання проблеми чи завдання. Такий тип мислення доцільний за умови нестабільності, невизначеності мети дослідження або для перевірки на стійкість ідей, підходів, напрямів досліджень, пошуку парадигм тощо. Результатом дивергентного мислення є коректна постановка проблеми, визначення підходів до її розв'язання, а також шкали оцінювання варіантів рішення.

Трансформаційне мислення полягає в структуруванні, перетворенні проблеми та поданні її у вигляді зрозумілої схеми, яка відображає зміст і особливості дослідницьких завдань. Таке мислення завершується побудовою моделі розв'язання проблеми відповідно до обраних підходів і оцінок, встановленням меж дослідження, виокремлення головного від другорядного.

Конвергентне мислення передбачає послідовне вирішення альтернативних і другорядних проблем і визначення кінцевого рішення, яке характеризує досягнення мети дослідження.



Класифікація типів мислення в управлінській діяльності
Джерело: Власна розробка авторів

Отже, в процесі дивергентного мислення розширюється сфера пошуку як проблеми, так і її властивостей і характеристик; трансформаційного – пошуку точного формулювання проблеми, встановлення її змісту і підходів до вирішення; конвергентного – створюється концепція нового управління на основі виокремлення головного, визначення необхідного сполучення властивостей і характеристик.

Надзвичайна мінливість зовнішнього та внутрішнього середовищ ринкових суб'єктів вимагає застосування системного творчого підходу до процесу прийняття і реалізації управлінських рішень, в основу якого покладено стратегічне мислення. Стратегічне мислення є типом системного і об'єднує раціональний і творчий компоненти, об'єктивні та суб'єктивні аспекти й ґрунтується на певних принципах, інтегрує різноманітні концепції та методи у складному процесі стратегічної діяльності.

Зміст стратегічного мислення полягає в усвідомленні мети розвитку ринкового суб'єкта та способів її досягнення, у ствердженні необхідності моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовищ, формуванні стратегій і рішень, що з них випливають, а також налагодженні діяльності з метою їхньої реалізації. Стратегічне мислення передбачає [10, 15, 16, 20]: усвідомлення управлінської ієрархії та послідовності встановлення пріоритетів; орієнтацію на розпізнавання та адекватне реагування на зміни в середовищі функціонування, ідентифікацію нових можливостей і потенційних загроз; логічне обґрунтування форм і методів залучення та використання ресурсів для довгострокового розвитку; координування усіх напрямів діяльності; усвідомлення можливостей і масштабів впливу суб'єкта на формування середовища, а не лише реагування на зміни; орієнтацію на керівництво процесами розвитку в довгостроковому періоді через формування системи стратегічного управління, що виявляється в налаштуванні та ініціюванні процесу змін, а не захист і наслідування.

На межі XX та XXI століття в управлінській думці відбувся черговий перехід від акцентування на контрольній функції до необхідності спонукання кожного працівника творчо мислити та залучатися до процесу реалізації стратегічних задумів роботодавця. За таких змін стратегічне мислення вноситься в перелік компетенцій, оцінюються його прояви та забезпечується розвиток.

Викладені результати теоретичного дослідження можуть слугувати підставою для осмислення природи, сутності, особливостей, функцій мислення в управлінській діяльності, а також виокремлення таких його типів, які відіграють найважливішу роль і визначають успіх у різних сферах діяльності менеджера.

Висновки

1. Мислення як вища абстрактна форма пізнання – це процес опосередкованого і узагальненого відображення людиною предметів і явищ об'єктивної реальності в їх істотних зв'язках і відносинах.

2. Мислення як процес розумової діяльності характеризується низкою особливостей і певною сукупністю виконуваних функцій.

3. Значення мислення в управлінській діяльності полягає в можливості пізнання, передбачення, прогнозування розвитку подій, оволодіння законами об'єктивної реальності та використання результатів для задоволення потреб та інтересів суб'єкта господарювання.

4. Існування різних типів мислення зумовлено своєрідністю конкретних видів управлінської діяльності на різних етапах розвитку.

5. Класифікація типів мислення дає змогу менеджерам у практичній управлінській діяльності формувати команди працівників і групи дослідників за критерієм різноманітності типологічних характеристик та їхньої гармонійної взаємодії.

Перспективи подальших досліджень

Зважаючи на важливу роль мислення в управлінській діяльності та формуванні творчого потенціалу господарюючого суб'єкта, перспективним є виконання відповідних досліджень і розроблення рекомендацій із практичного застосування методів активізації та розвитку різних типів мислення працівників.

1. Беляцкий Н. П. Интеллектуальная техника менеджмента: учебное пособие для студентов экономических специальностей вузов / Н. П. Беляцкий. – Минск : Новое знание, 2001. – 320 с.

2. Богоявленская Д. Б. Психология творческих способностей / Д. Б. Богоявленская. – М.: Издательский центр Академия, 2002. – 320 с. 3. Боно Э. Латеральное мышление / Э. Боно. – Минск: ООО “Понурри”, 2012. – 384 с. 4. Боно Э. Нестандартное мышление / Э. Боно. – Минск: ООО “Понурри”, 2000. – 224 с. 5. Види и типи мислення [Електронний ресурс] – Режим доступу: ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/83/12/. 6. Види мислення [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://pidruchniki.com/10290303/psihologiya/vidi-mislennya/>. 7. Дружинин В. Н. Психология общих способностей / В. Н. Дружинин. – СПб.: Питер, 2002. – 356 с. 8. Евдокимов В. И. Практикум по развитию критического мышления / В. И. Евдокимов, Т. А. Олийнык, М. В. Микитюк. – Харьков: Торнадо, 2002. – 144 с. 9. Журавлев В. А. Креативное мышление, креативный менеджмент и инновационное развитие общества / В. А. Журавлев // Креативная Экономика. – 2008. – №4. – С.3–8. 10. Зайченко О. Стратегическое мышление как корпоративная компетенция / О. Зайченко // Консалтинг в Україні. – 2011. – №56. – С.11–17. 11. Зайчук В. О. Розвиток мислення у процесі засвоєння економічних знань / В. О. Зайчук. – К.: Навчальна книга, 2003. – 87 с. 12. Каюмова Р. Р. Развитие и способы активации креативного мышления у менеджеров высшего и среднего звена / Р. Р. Каюмова // Теоретичні і прикладні проблеми психології. – 2013. – №3(22). – С.124–129. 13. Корольчук М. С. Психофізіологія діяльності: [підручник] / Микола Степанович Корольчук. – К.: Ельга, Ніка - Центр, 2004. – 400 с. 14. Масименко С. Д. Загальна психологія / С. Д. Максименко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: studentbooks.com.ua/content/view/1264/1/6. 15. Мышление стратега: Искусство бизнеса по-японски: пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 215 с. 16. Необхідність формування стратегічного мислення менеджерів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: library.if.ua/book/101/6897.html. 17. Пивоварова О. Латеральне мислення і методи його розвитку / О. Пивоварова // Філософія освіти. – 2006. – №1 (3). – С.24–34. 18. Свидрук І. І. Креативний менеджмент: навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 224 с. 19. Соціальна природа мислення [Електронний ресурс] – Режим доступу: studentbooks.com.ua/content/view/10290303/. 20. Стратегічне мислення і бачення [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://pidruchniki.com/18421120/>. 21. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее = *The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. – Классика-XXI, 2005. – 430 с. 22. Шевырев А. Креативный менеджмент. Синергетический поход / А. Шевырев. – Белгород : Издательство : ЛитКараВан, 2007. – 272 с.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ВІДКРИТО-ЗАКРИТОЇ МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ З ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ СКЛАДОВОЮ

ã Косенко О. П., 2015

Розглянуто загальний стан та основні тенденції зміни моделей організації інноваційного процесу. Доведено, що існуючі моделі недостатньо враховують інтелектуальну складову, яка є базовою під час розроблення інтелектуально-інноваційних технологій. Запропоновано авторську відкрито-закриу модель інноваційного процесу з інтелектуальною складовою та розроблено алгоритм її використання.

Ключові слова: інноваційний процес, інтелектуальна складова, промислові підприємства, комерціалізація, технологічний аудит

O. P. Kosenko

National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”

CONCEPTUAL OF OPEN-CLOSED MODEL OF INNOVATION INTELLECTUAL PART

ã Kosenko O. P., 2015

The general situation and the main trends of changing the innovation process organization models are considered in the article. A retrospective review of models of the innovation process revealed the shortcomings of the existing models. First, in all the models there is no focus on the intellectual component of innovation. This deficiency is a common characteristic not only for Ukrainian companies. Second, the emphasis on certain models of openness to innovation today became sufficiently popular among industrial enterprises due to excessive openness of these models and insufficient representation in them the possibilities of using the closed innovation. Open innovation in principle is not a priority for the development, distribution and consumption. Third, the current model of organizing the innovation base is mostly focused on product-material innovation, providing a way out of the innovation process for new products. Fourth, the weakness of external innovation infrastructure enterprises in most cases makes their research units rely on their own capabilities.

It is proved that the existing models do not take into account the intellectual component, which is the base for the development of intellectual and innovative technologies. In some cases, this leads to difficulties in the organization of intellectual innovation in the industry, especially in the formation of the program of commercialization of innovation and technology transfer on the basis of the audit process. Each of the models discussed in the article meets the requirements of innovative development of its time, is viable and has been used in the market or close to market conditions. It was found that one of the other models of the innovation process differs in certain characteristics, among them: the speed and flexibility to respond to innovation challenges of the external environment; sources of innovation; feedback, the level of start-ups etc.

The author offers an open- closed model of innovation process with the intellectual component and the algorithm of its use. The model name was dictated by three main assumptions in its development. 1. The maximum openness to the concept of innovation, as it is envisaged in the model of a transfer of intellectual products (commercial or, in some cases, not

commercial). 2. The maximum capacity of the enterprise internal consideration and taking into account its possible desire to leave the intellectual result as “a closed innovation”. 3. In the process of developing the intellectual innovation model one should consider developing intellectually meaningful product (intellectual property), for which the model provides a reliable legal protection.

The overall job at “open-closed model with intellectual component” can be described using a phased method of use. In the article the main stages are described, their content is revealed, and recommendations for effective use are given. The main stages of the model include: market research, analysis and selection of market demand, ranking and planning, research, intellectual result, legal protection, the decision to use.

Key words: innovative process, intellectual component, industrial enterprises, commercialization, technology audit

Постановка проблеми

Під час проведення ринкових реформ в Україні проблема ефективного використання науково-технічних досягнень у виробництві не зникає, а, навпаки, для багатьох підприємств, що зіткнулися з новими для них проблемами конкуренції, виживання в жорстких умовах ринку, саме інтелектуально-інноваційна діяльність та її результати можуть стати умовою успіху. Науково-технічний розвиток підприємств проявляється під час практичної реалізації різних інтелектуально-інноваційних проектів. Змістом інтелектуально-інноваційного проекту є проведення досліджень і розробок, направлених на створення науково-технічного або науково-технологічного нововведення, що детально висвітлено в [1]. Ефективність цього процесу багато в чому безпосередньо залежить від виду моделі інноваційного процесу, яку використовує те чи інше підприємство. Більшість існуючих моделей сьогодні не повною мірою відповідають процесам інтелектуалізації вітчизняної економіки, більше того, не сприяють її активному розвитку.

У таких умовах виникає нагальна необхідність в науковому обґрунтуванні організаційних механізмів, які б створювали відповідні умови для ефективного проведення процесів розроблення, трансферу (комерціалізації) та споживання інтелектуально-інноваційних технологій. Проведений нами ретроспективний аналіз існуючих підходів до вирішення цього завдання свідчить про те, що теорія і практика інноваційної діяльності в світі накопичила певний досвід організаційного забезпечення інтелектуально-інноваційної діяльності на підприємствах і в організаціях. Слід зазначити, що такий організаційний механізм поєднує науку, техніку, економіку, підприємництво та менеджмент. Його завдання – отримання інноваційного продукту протягом усього періоду її створення: від зародження ідеї до її комерційної реалізації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

У наявних дослідженнях зустрічаються різні підходи до еволюції моделей інноваційного процесу. Проведений нами аналіз існуючих підходів до вирішення цього завдання свідчить про те, що в теорії і практиці інноваційної діяльності накопичено певний досвід організаційного забезпечення інтелектуально-інноваційної діяльності на підприємствах і в організаціях. Слід зазначити, що такий організаційний механізм є єдиним, який поєднує науку, техніку, економіку, підприємництво та менеджмент. Його завдання – отримання інноваційного продукту протягом усього періоду її створення: від зародження ідеї до її комерційної реалізації. Найпоширенішим є підхід до виділення моделей інноваційного процесу Р. Росвелла (Row Rothwell) [2], згідно з яким обґрунтовується п'ять поколінь. З часом відбулися певні зміни в науковому осмисленні підходів до організації інноваційного процесу, збільшилась кількість поколінь моделей, що передбачає проведення додаткового методичного аналізу цих процесів. Можна назвати дослідників, які досягли в цій сфері певних успіхів. Серед них Р. Купер [3], Е. Енкель [4], П. Г. Перерва [5, 6], А. Н. Горностаєва [7], А. І. Грабченко [8], Г. Чесбо [9] та ін.

Разом з тим, на наш погляд, деякі важливі питання з цієї проблематики ще залишаються поза увагою наукових дослідників. Зокрема існуючі моделі інноваційного процесу недостатньо враховують його інтелектуальну складову, що інколи ускладнює організацію інтелектуально-

інноваційної діяльності на промислових підприємствах, особливо при формуванні програми комерціалізації результатів інноваційної діяльності та трансферу технологій [10] на засадах технологічного аудиту.

Постановка цілей

Метою статті є наукове обґрунтування організаційних механізмів, які б створювали відповідні умови для ефективного проведення процесів розроблення, трансферу (комерціалізації) та споживання інтелектуально-інноваційних технологій.

Досягти поставленої в цьому дослідженні цілі можна так:

- дослідити та проаналізувати наявні підходи до організації інноваційної діяльності на промислових підприємствах з метою визначення шляхів та методів їх розвитку;
- сформулювати основні вимоги до організаційної моделі інноваційної діяльності на промисловому підприємстві;
- розробити модель принципової організації інноваційного процесу на вітчизняних машинобудівних підприємствах, яка певною мірою враховує всі недоліки існуючих моделей. Пропонується назвати цю модель “відкрито-закритою моделлю з інтелектуальною складовою”.
- сформулювати алгоритм методу поетапного використання розробленої моделі.

Виклад основного матеріалу

Результати дослідження моделей організації інноваційного процесу свідчать про складність і відповідальність діяльності підприємства із створення, комерціалізації та споживання технологічних продуктів. Сьогодні відомі більш конкретні моделі інноваційної діяльності, завдання яких – озброїти як дослідників, так і менеджмент підприємств сучасними методиками наукового пізнання. Серед них слід згадати процесну модель типу “воронка” для відбору і перетворення ідей в кінцевий продукт, яку розробили Стівен Уїлрайт та Кім Кларк [11]. Вивчаючи процес розроблення нових технологій, вони сфокусували свою увагу на процесі відбору (скрінінгу) інноваційних ідей. Модель описує процес руху від великої кількості незрілих ідей до обмеженої кількості багатообіцяючих варіантів розв’язання поставленої задачі (рис. 1). Модель Уїлрайта–Кларка [11] характерна для великих технологічно активних підприємств, в портфелі яких зазвичай є багато проектів, ідей та наукових запитів, де наукові підрозділи конкурують між собою за ресурси підприємства. За цією моделлю є два головні завдання: розширити вхід у воронку та звужити її горловину. Для вирішення першого завдання треба постійно розширювати свою базу знань та доступи до зовнішньої інформації [12]. Для вирішення другого завдання необхідно мати ефективний процес відбору ідей, який відповідає технологічним та фінансовим ресурсам, а також цілям фірми.

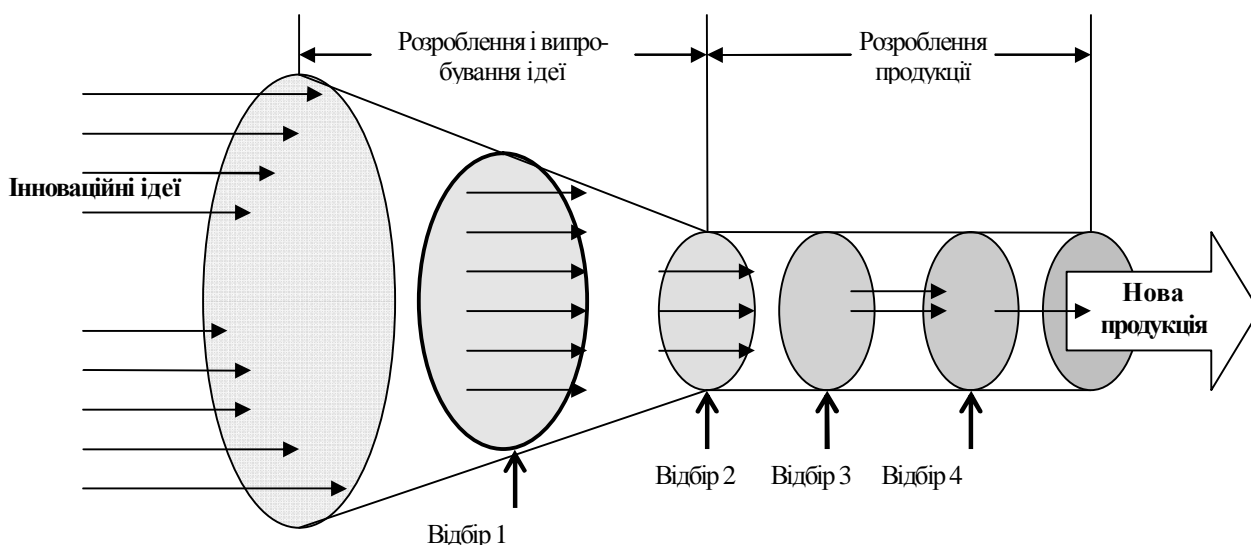


Рис. 1. Модель інноваційного процесу Уїлрайта-Кларка (“воронка”) на процесних засадах

Для розроблення інтелектуально-інноваційних технологій, в основу яких покладено об'єкт інтелектуальної власності (винахід, корисна модель тощо) доволі привабливою є функціональна інноваційна модель Р. Купера "Ворота" [3], де весь процес поділено на міжфункціональні стадії, кожна з яких передбачає такі конкретні дії (рис. 2).

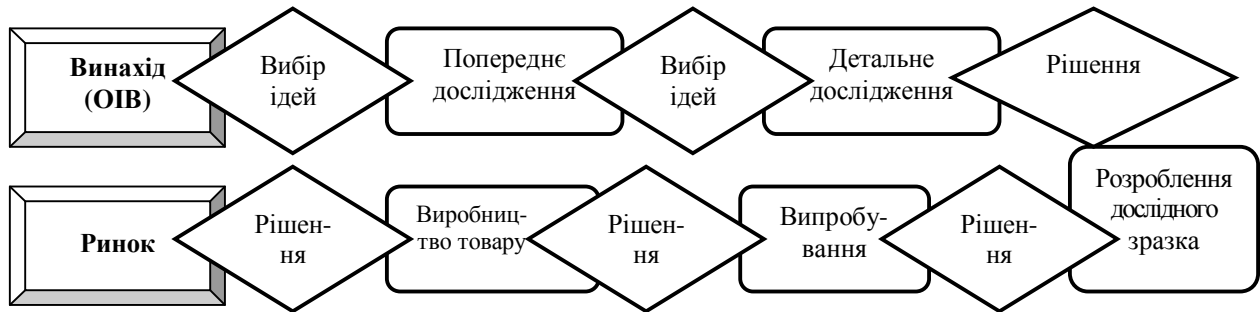


Рис. 2. Функціональна модель інноваційного процесу Р. Купера (модель "ворота")

Перед кожною стадією є «ворота», які контролюють якість виконання проекту, оцінюють його пріоритетність, приймають рішення про продовження або закриття тощо. На практиці роль "воріт" виконують збори старших менеджерів з різними функціями для прийняття рішення про виділення ресурсів керівнику проекту та його команді для виконання робіт на наступній стадії.

Безперечно, доволі цікавою та перспективною є модель інноваційного процесу Г. Чесбро [9], створена на основі відкритих інновацій ("Open innovation with three core process archetypes" [4]), яка акумулює сучасні тенденції інновацій у світі (рис. 3).

Модель Г. Чесбро містить три процеси: процес, який поставляє розроблені інновації зовні на підприємство (outside-in process), процес, який поставляє розроблені на підприємстві інновації назовні (inside-out) та пов'язаний процес (the coupled process). Очевидно, що ефективність такої моделі передбачає наявність у підприємства декількох надзвичайно важливих властивостей: а) інноваційності (*Absorptive Capability*), тобто здатності до сприйняття і споживання зовнішніх інновацій; б) мультиплікативності (*Multiplicative Capability*), тобто споживання інших інновацій повинно супроводитися передаванням іншим споживачам своїх інновацій; в) комунікабельності (*Relational Capacity*), тобто здатності створювати і підтримувати тривалі партнерські відносини в галузі сумісних наукових розробок. На думку Дж. Дюера та Г. Сингха [13], ці властивості (особливо остання) є важливими для визначення вартості компанії, її нематеріальної складової.

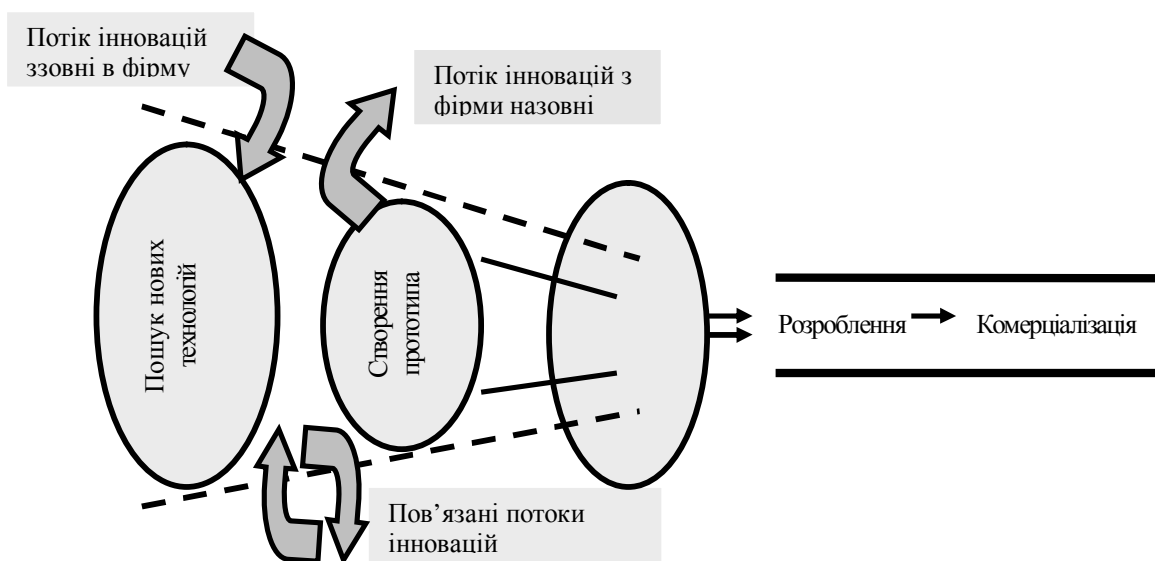


Рис. 3. Модель інноваційного процесу Г. Чесбро на основі відкритих інновацій

Ретроспективний огляд моделей інноваційного процесу дає змогу встановити певні загальні недоліки існуючих моделей, які можуть бути важливими з погляду інтелектуально-інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств.

По-перше, практично у всіх розглянутих моделях не акцентується увага на інтелектуальній складовій інновацій. На наш погляд, цей недолік є загальним, характерним не тільки для українських підприємств, який, з одного боку, стримує розвиток інноваційної діяльності в зв'язку з недостатнім рівнем правового супроводу інтелектуальних напрацювань творчих особистостей; з іншого, з тієї самої причини – робить акцент на закритих інноваціях, що також стримує розвиток науково-технічного прогресу в світовому співтоваристві.

По-друге, декларація в деяких моделях (наприклад, Г. Чесбро) відкритості інновацій сьогодні не стала достатньою мірою популярною серед промислових підприємств, що пояснюється, на наш погляд, надмірною відкритістю цих моделей і недостатнім рівнем представлення в них можливостей використання закритих інновацій. Зауважимо, що для деяких галузей промисловості (оборона, енергетика тощо) відкриті інновації в принципі не можуть бути пріоритетними для розроблення, дистрибуції та споживання.

По-третє, існуюча модельна база організації інноваційної діяльності переважно напрямлена на продуктово-матеріальні інновації, передбачаючи вихід з інноваційного процесу нової продукції. На нашу думку, паралельно з продукцією не менш важливим є вихід технологічних розробок, для яких також існує доволі значний (в багатьох випадках зіставний з товарним ринком) трансфертний ринок.

По-четверте, слабкість зовнішньої інноваційної інфраструктури підприємств в більшості випадків примушує їх наукові підрозділи розраховувати тільки на власні можливості.

Ці положення, на нашу думку, необхідно покласти в основу сучасної моделі інтелектуально-інноваційної діяльності промислового підприємства. Такого роду модель будують з урахуванням базових умов формування та реалізації можливостей підприємства до розроблення, комерціалізації та впровадження нових продуктів і технологій на основі обґрунтованих параметрів відповідно до сучасних вимог економіки знань та ринку. Сформулюємо основні вимоги до організаційної моделі інноваційної діяльності на промисловому підприємстві.

1. Інноваційна діяльність повинна забезпечувати фірмі конкурентоспроможність на ринку завдяки своїм динамічним характеристикам: здатності розробляти і впроваджувати нові продукти та технології; здійснювати постійний моніторинг витрат і результатів інноваційної діяльності; гнучко реагувати на наявні виклики зовнішнього середовища.

2. Інноваційна модель повинна бути орієнтована на зростання економічних результатів діяльності промислового підприємства.

3. Вихідним постулатом моделі є ринкові потреби (світові, національні, місцеві).

4. Модель слід будувати за принципами нелінійності, паралельності, гнучкості і перманентності її стадій.

5. Модель повинна бути вільною від авторитарних рішень, що забезпечується наявністю не тільки прямих, а і зворотних зв'язків між стадіями інноваційного процесу.

6. Слід передбачити диверсифікацію різних джерел інновацій. Вибирають джерело інновацій (самостійна розробка, сумісна розробка, ліцензування існуючих розробок і т.п.) за достатньо обґрунтованим економічним критерієм.

7. Модель повинна містити можливість зовнішнього інфраструктурного забезпечення її реалізації, тобто взаємодію підприємства з макросередовищем.

Враховуючи все вищезазначене, пропонуємо авторську модель інноваційного процесу (рис. 1), яка, на наш погляд, певною мірою враховує всі перераховані вище вимоги. Пропонуємо назвати цю модель “відкрито-закрита модель з інтелектуальною складовою”.

Назва моделі продиктована трьома стрижневими посиланнями:

а) максимальне врахування концепції відкритості інновацій, оскільки в моделі передбачено можливості передавання інтелектуального продукту (на комерційній або в деяких випадках на не комерційній основі) всім бажаючим;

- б) максимальне врахування внутрішніх можливостей підприємства і врахування його можливого бажання залишити інтелектуальний результат як “закриту інновацію”;
- в) у процесі інтелектуально-інноваційної діяльності модель розглядає можливість створення інтелектуально значущого продукту (об’єкта інтелектуальної власності), для якого в моделі передбачено надійну правову охорону.

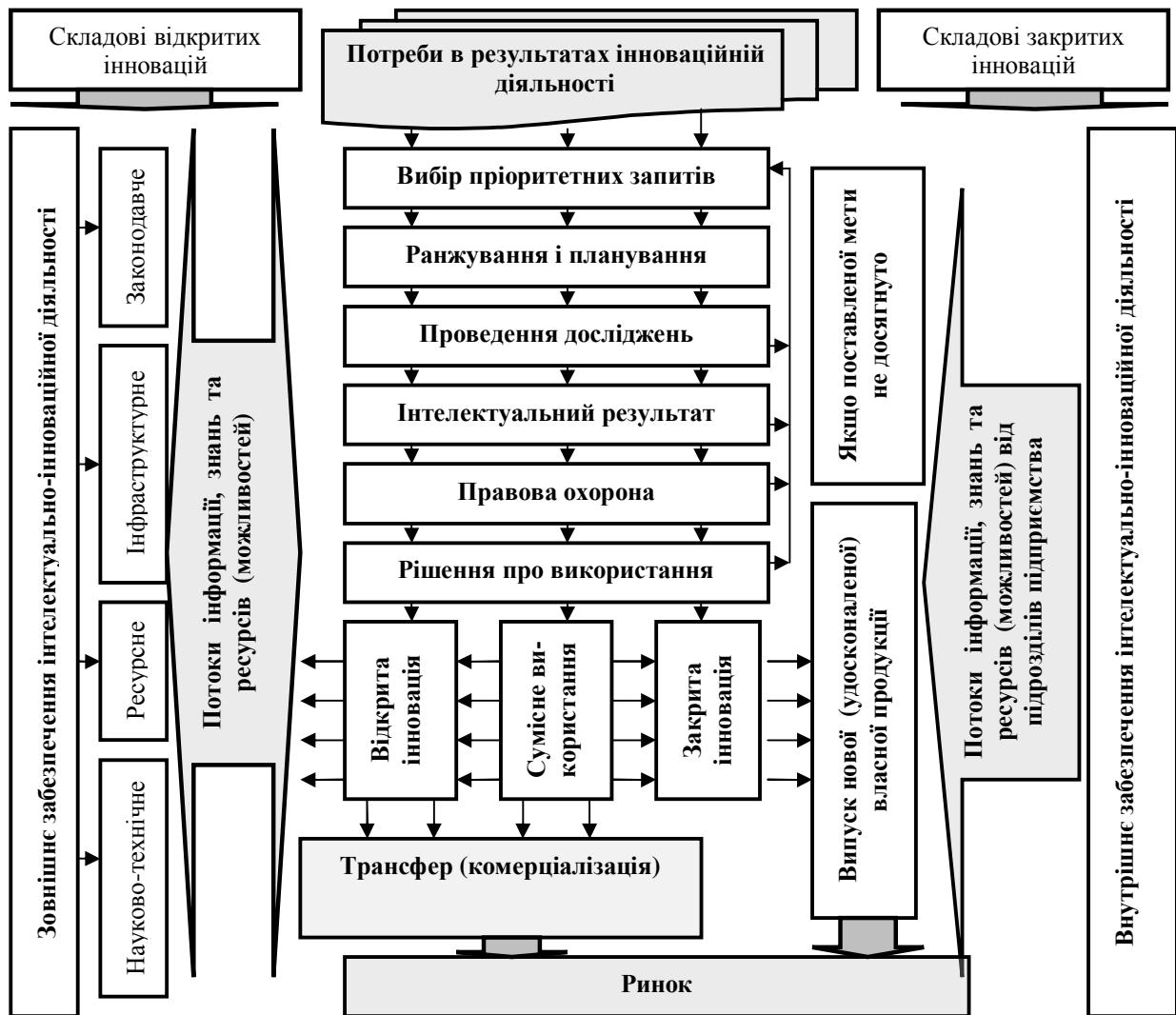


Рис.4. Авторська “відкрито-закрита модель з інтелектуальною складовою” організації інтелектуально-інноваційного процесу на машинобудівному підприємстві

Наведемо певний коментар розробленої і наведеної на рис. 4 моделі інноваційного процесу. Загалом роботу “відкрито-закритої моделі з інтелектуальною складовою” можна описати, використовуючи поетапний метод її використання.

Етап 1. Дослідження ринку

Цей етап передбачає проведення ринкової розвідки з виявлення поточних та перспективних потреб споживачів в інтелектуально-інноваційних технологіях. Його проведення є традиційним і присутнє в більшості моделей інноваційного процесу останніх поколінь. У результаті ринкової-технологічної розвідки виявляються сильні чи неспильні для певного підприємства інноваційні задачі, які надалі потребують детальнішого аналізу та осмислення. Ефективність етапу залежить від ефективності роботи маркетингової служби підприємства, його взаємодії із зовнішнім оточенням: конкурентами, споживачами, поставщиками, університетами, державними органами тощо.

Етап 2. Аналіз та відбір запитів ринку

На цьому етапі вперше відсіюють непрофільні, неактуальні, неперспективні та непомітні для підприємства з виявлених на першому етапі потреб (запитів ринку). Слід зазначити, що ефективність цього етапу залежить від рівня кваліфікації науково-технологічних служб підприємства та рівня і якості перспективного планування його розвитку. Помилки на цьому етапі найбільш витратні, оскільки в принципі є можливість повернутися знову до цього етапу (зворотні зв'язки модель передбачає), але втрачені кошти і час повернути вже буде неможливо.

Етап 3. Ранжування та планування

Важливість цього етапу в тому, що після його завершення починається стадія НДДКР, тобто практично на цьому етапі вирішується питання надання фінансування тому чи іншому проекту. Слід наголосити на важливості в цьому контексті інформаційно-комунікаційних технологій, здатності підприємства обробити значні обсяги інформації з метою виявлення найбільш перспективних напрямків проведення науково-технологічних розробок. Враховуючи наявність в моделі відкритих інновацій, у підприємства є можливість вибору: самостійно здійснювати розроблення, створити або долучитись до вже створеного наукового альянсу з вирішення цієї проблеми чи просто придбати ліцензію на право використання вже готової розробки. Всі ці варіанти дій підприємства передбачає запропонована модель.

Етап 4. Проведення досліджень

Найбільш важливий і найбільш витратний етап інтелектуально-інноваційного процесу. Протягом цього етапу отримують результати, які можуть або задовольнити, або не задовольнити як керівництво проекту, так і керівництво підприємства. В останньому випадку є можливість знову піднятися до етапу 2 (для цього в моделі існують зворотні зв'язки), але це не найкращий розвиток подій. Для ефективного виконання цього етапу модель надає підприємству можливість успішно використовувати внутрішні та зовнішні як матеріальні (технічні, фінансові, технологічні і т.п.), так і інтелектуальні (інформаційні, правові, людські тощо) ресурси.

Етап 5. Інтелектуальний результат

Позитивним результатом цього етапу є створення інтелектуального продукту, як правило, в вигляді об'єкта інтелектуальної власності з відповідними для нього характеристиками (нематеріальний характер, елементи новизни, винахідницького рівня, промислової придатності тощо). На цьому ж етапі розробляють рекомендації з використання інтелектуального результату в різних інноваційних продуктах: технологіях, виробках певного підприємства, в продукції інших виробників як в нашій країні, так і за її межами. Інтелектуально-інноваційний процес відрізняється від переважної більшості інших моделей інноваційного процесу якраз наявністю цього етапу в інноваційній діяльності підприємства. Хоча є очевидним факт, що і без інтелектуального результату також можна проводити інноваційну діяльність, але це вже інша сфера дослідження й інші отримані результати.

Етап 6. Правова охорона

Наявність інтелектуального результату обов'язково потребує проведення процедури його правової охорони (патентування у випадку отримання об'єкта промислової власності або іншого виду правової охорони). Слід рекомендувати підприємствам проводити на цьому етапі правову охорону не тільки в Україні, а і за її межами. Існує декілька авторитетних центрів патентування об'єктів промислової власності (американський, японський, європейський та ін.), отримання патенту в яких суттєво підвищує як рівень правової охорони, так і можливостей подальшої комерціалізації отриманих інтелектуальних результатів.

Етап 7. Рішення про використання

Надзвичайно важливий з комерційного погляду етап. Підприємству треба прийняти рішення про подальшу долю результатів проведеного дослідження. Модель, що пропонується, передбачає поліваріантність рішень, які можуть бути прийнятими. В рамках закритої інновації отриманий

результат буде споживатися тільки на цьому підприємстві з унеможливленими відкритими запозиченнями результатів на інших підприємствах чи в організаціях. На ринку отриманий інтелектуальний результат з'явиться у вигляді свого втілення в нову або удосконалену продукцію цього підприємства. В межах відкритої інновації модель надає підприємству різних можливостей виходу на трансфертний ринок: від повного продажу прав на певний інтелектуальний результат до сумісного використання з одним чи необмеженою кількістю інших споживачів на умовах комерційного трансферу (комерціалізації). Модель не виключає також і некомерційного трансферу інтелектуального результату іншим споживачам. Все залежить від конкретних умов та обставин.

Рекомендоване практичне використання розробленої моделі: вітчизняні промислові підприємства і насамперед підприємства машинобудівного комплексу з широкими інноваційними можливостями по створенню, комерціалізації та споживання інтелектуально-інноваційних технологій [14].

Успішність використання пропонованої моделі організації інтелектуально-інноваційного процесу на машинобудівному підприємстві залежить від безлічі більш або менш важливих факторів, на що звертають увагу в своїх дослідженнях А. М. Горностаєва та І. Г. Чернишова [7]. Автором виявлено, обґрунтовано та систематизовано основні чинники, які як сприяють, так і перешкоджають формуванню та реалізації динамічних властивостей машинобудівних підприємств під час розроблення та впровадження інтелектуально-інноваційних технологій на кожному етапі пропонованої моделі. Наші рекомендації з цього приводу наведено в таблиці.

Основні чинники, які впливають на ефективність використання відкрито-закритої моделі з інтелектуальною складовою

Етап	Фактори сприяння	Фактори перешкод
Виявлення потреб ринку	Кваліфікація маркетологів Інформаційно-ресурсне забезпечення Кваліфікація наукових співробітників Рівень інноваційності персоналу	Недоступність інформації Низький рівень кваліфікації маркетологів Незабезпеченість інформацією Дефіцит фінансових ресурсів для купівлі інформації про нові потреби Відсутність взаємозв'язків з ВНЗ та НДІ Боязнь персоналу висловлювати свої ідеї.
Аналіз, відбір та ранжування запитів	Рівень кваліфікації персоналу Взаємозв'язки між службами Швидкість проходження інформації Рівень інноваційності персоналу Наявність та рівень освоєності комп'ютерно-комунікаційних технологій	Дефіцит інформації Наявність негативних інформаційних течій на підприємстві Нечіткий розподіл повноважень Недостатність ресурсів для успішної роботи науково-дослідної служби Бюрократія
Проведення досліджень	Кваліфікація наукових співробітників Ресурсне забезпечення науки Кваліфікація й інноваційність керівників Фінансове забезпечення підприємства Раціональність інформаційних систем	Недостатня забезпеченість науково-дослідницької служби ресурсами Недостатність фінансів для розроблення інтелектуального продукту Слабкі інформзв'язки на підприємстві: сповільняється прийняття рішень Відсутність віри керівництва в успіх Недостатність ресурсів для апробації Бюрократія
Інтелектуальний продукт і рішення про його використання	Ресурсне забезпечення виробництва Кваліфікація виробничого персоналу Ресурсне забезпечення маркетологів Інноваційність і активність персоналу Швидкість інформаційних потоків та раціональність побудови та використання систем інформації	Саботаж (через острах інновацій) Перебої з поставками матеріалів Недостатня кваліфікація персоналу Значна довжина ланцюга передачі інформації Дублювання повноважень Низький рівень кваліфікації персоналу служби маркетингу Бюрократія.

Етап	Фактори сприяння	Фактори перешкод
Комерціалізація (ринок)	Кваліфікація маркетологів Забезпеченість ринкових служб фінансовими ресурсами Повнота виконання службами функцій маркетингу Виконання керівництвом рекомендацій служби маркетингу Раціональність інформаційного обміну на підприємстві, а також із зовнішнім середовищем	Неузгодженість дій різних служб Відсутність орієнтації на рекомендації служби маркетингу Прогалини в правовому забезпеченні процесів трансферу технологій Помилки у вартісному оцінюванні інтелектуального продукту Недоліки в політиці стимулювання Неповний охопат цільового технологічного ринку

Висновки

Детальний розгляд еволюції поколінь моделей організації інноваційної діяльності на промислових підприємствах та авторської “відкрито–закритої моделі з інтелектуальною складовою” дає змогу зробити ряд важливих висновків, врахування яких у подальших дослідженнях надасть їм більшої точності, обґрунтованості та достовірності.

1. Кожна з розглянутих моделей відповідала вимогам свого часу, була життєздатна і використовувалася в ринкових або доринкових умовах. Автором встановлено, що одна від однієї моделі інноваційного процесу відрізняються певними характеристиками, серед яких: швидкість і гнучкість реагування на інноваційні виклики зовнішнього середовища; джерела інновацій; наявність зворотних зв’язків, рівень відкритості підприємства і т.п.

2. Вибір організаційної моделі (покоління) інноваційної діяльності залежить не стільки від того, наскільки вперед просунулась інноваційна наука, а від поточних ресурсних (матеріальних, фінансових, інтелектуальних, інформаційних тощо) можливостей підприємства. За нашими оцінками, близько половини вітчизняних промислових підприємств використовують організаційні моделі не більше третього покоління інноваційних процесів. Такий стан справ, на нашу думку, пояснюється не тим, що вони не хочуть використовувати прогресивніші моделі, а тим, що сьогодні їх можливості суттєво обмежені наявними матеріальними та інтелектуальними ресурсами.

3. Ефективність організації інноваційної діяльності залежить від завдань, які ставить перед собою підприємство. Одна річ – поточне вдосконалення традиційних технологій 3–4 технологічного укладу, зовсім інша – розроблення інтелектуально-інноваційних технологій 6 технологічного укладу. На наш погляд, за поточною ефективністю (вартісна віддача на вкладені інвестиції) не можна оцінити важливість і актуальність наукових досліджень, що проводяться на підприємстві. Надмірна вимога підвищення ефективності НДДКР може гальмувати розвиток науково-технічного прогресу.

4. Сучасність технологічних інновацій, на нашу думку, переважно пов’язується з наявністю в їх складі об’єктів інтелектуальної власності. Інноваційність технологічного продукту буде суттєво більшою, якщо в ній збільшується складова інтелектуальності. Базою для кожного прогресивного технологічного продукту має стати інтелектуальний внесок його розробника, який надійно охороняється відповідними правовими документами.

5. Розглянуті моделі і покоління інноваційних процесів відтворюють принципові положення їх організації. Для практичного використання їх рекомендацій потрібні чималі зусилля науковців з імплементації розроблених принципів у конкретні методичні положення, які враховують поточний матеріально-фінансовий стан підприємства, його зовнішнє оточення, перспективи розвитку тощо.

6. Доволі перспективними моделями організації інноваційного процесу є моделі, побудовані на процесових (модель “воронка” Уілрайта–Кларка, модель Г. Чесбро) та функціональних засадах (модель “воріт” Р. Купера). Доволі цікавим є підхід до розроблення організаційного механізму із створення, дистрибуції та споживання інтелектуально-інноваційних технологій на засадах комплексного функціонально-процесового підходу.

Перспективи подальших досліджень

Висновки та рекомендації, надані в статті, можуть знайти свій подальший розвиток під час розроблення та практичного використання різних заходів з удосконалення управління інтелектуально-інноваційною діяльністю промислового підприємства. Розроблені в статті положення передбачено використовувати під час розроблення теорії і методів технологічного аудиту, який є основою визначення комерційного потенціалу об'єктів інтелектуальної власності. Відкрито-закрита модель інноваційного процесу з інтелектуальною складовою може стати базовою при проведенні трансферу інтелектуально-інноваційних технологій.

1. Перерва П. Г. *Організація та управління інноваційною діяльністю: підруч.* / П. Г. Перерва, С. А. Мехович, М. І. Погорелов. – Харків: НТУ “ХПІ”, 2008. – 1025 с.
2. Rothwell R. *Towards the Fifth-Generation Innovation Process* / Roy Rothwell // *International Marketing Review*. – 1994. – Vol. 11, № 1. – P. 7–31.
3. Cooper R.G. *Third-Generation New Product Processes* / Robert G. Cooper // *Journal of Product Innovation Management*. – January, 1994. – Vol. 11, Issue 1. – P. 3–14.
4. Enkel E., Gassmann O., Chesbrough H. *Open R&D and open innovation: exploring the phenomenon* // *R&D Management*. – 2009. – Vol. 39. – No. 4. – P. 311–316.
5. Перерва П. Г. *Антикризові інструменти сталого розвитку підприємства: інноваційна, інвестиційна та маркетингова політика* [Електронний ресурс] / П. Г. Перерва, А. В. Косенко, О. П. Косенко. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2012_25/statti/16Pererv.pdf.
6. Перерва П. Г. *Економіка та організація інноваційної діяльності* : підруч. / П. Г. Перерва; за ред. П. Г. Перерви, С. А. Меховича, М. І. Погорелова. – Харків : НТУ “ХПІ”, 2008. – 1080 с.
7. Горностаева А. Н. *Проблемы ускорения инновационных процессов на предприятиях машиностроения* [Текст] : монографія / А. Н. Горностаева, И. Г. Чернышова. – Брянск : Изд-во БГТУ, 2013. – 211 с.
8. Грабченко А. И. *Основы маркетинга высоких технологий : учебное пособие* [Текст] / А.И. Грабченко, П. Г. Перерва, Р.Ф. Смоловик. – Х. : ХГПУ, 1999. – 242 с.
9. Чесбро Г. *Открытые бизнес-модели. IP-менеджмент* / Пер. с англ. В. Н. Егорова. – М.: Поколение, 2008. – 352 с.
10. Перерва П. Г. *Трансфер технологій* : монографія / [П. Г. Перерва, Д. Коциски, Д. Сакай, М. Верешне Шомоши]. – Х. : Віровець А. П. “Апостроф”, 2012. – 668 с.
11. Wheelwright S.C. *Revolutionizing product development: quantum leaps in speed, efficiency, and quality* / Steven C. Wheelwright, Kim B. Clark. – Free Press, 2011. – 392 p.
12. Перерва П. Г. *Науково-інноваційний потенціал України та сучасні проблеми його використання* / П. Г. Перерва, О.В. Жегус. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Natural/vcpi/TPtEV/2011_26/statiya/Pererva.pdf.
13. Dyer J. H., Singh H. *Strategic supplier segmentation: The next “best practice” in supply chain management* // *California Management Review*. – 1998. – Vol. 40. – No. 4. – P. 660-679.
14. Перерва П.Г. *Самомаркетинг менеджера и бизнесмена* / П. Г. Перерва. – Ростов н / Д: Феникс, 2003. – 592 с. (Серия “Психология бизнеса”).

МОДЕЛЮВАННЯ ПОДАТКОВО-БОРГОВОЇ СКЛАДОВОЇ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ НА ОСНОВІ ШТУЧНИХ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ

© Михальчук Н. М., Савка Н. Я., 2015

Запропоновано методику моделювання податково-боргової компоненти фінансової безпеки держави. Теоретично обґрунтовано доцільність поєднання в методиці нормативно-індикативної оцінки з неймережевими технологіями. Проаналізовано вплив податкової заборгованості на фінансову безпеку за двома індикаторами: податковим навантаженням та рівнем тінізації економіки.

Ключові слова: податкова заборгованість, фінансова безпека держави, методика оцінювання податкового боргу, штучні нейронні мережі.

N. Mykhalchuk, N. Savka

Ternopil national economic university

Department of Financial and Economic Security and Intellectual Property

Department of Computer Science

MODELING OF TAX-DEBT COMPONENT OF FINANCIAL SECURITY BASED ON ARTIFICIAL NEURAL NETWORKS

© N. Mykhalchuk, N. Savka, 2015

Topicality of the problem of restructuring basic approaches to principles, forms, methods and tools for providing financial security of the state is justified in the article. The current concept, which is legally approved, is based on regulatory and indicative analysis and has the nature of ascertaining of current trends; however it doesn't allow analyzing the future transformations. The authors prove complexity of applying classical evaluation methods from both mathematic and logical point of view through the features of political and economic situation in Ukraine and through nonlinearity relation between the events and the processes within security bounds. Accordingly, the authors argue advisability and preferences in the formation of new, more progressive methods for diagnosing the state of financial security at the macro level, especially by the tax-debt component.

In the process of research there was developed methodology for modeling tax-debt component of state financial security, which was developed by using combination of the normative and indicative evaluation with the neural network technologies. Efficiency of methodology was verified by using analysis of impact of the tax arrears on the financial security by using two indicators: tax load and the level of the shadow economy.

As the result of expert evaluations there was defined a range of limit values for selected indicators and it was found that their values show crisis trends. The model, which was developed based on the artificial neural networks with the radial basis functions, demonstrates interconnection between the level of the tax debt and the level of the shadow economy and refutes the dependence between arrears and tax burden. Those results are adequate to the current economic situation.

Conclusions of the authors and recommendations regarding application of artificial neural networks prove that the methodology is optimal for evaluating the mutable economic environment and efficiently describes mediate interconnection between investigated events and allows formulating conclusions concerning current state of financial security.

Key words: tax debt, financial security, method of estimating the tax debt, artificial neural network.

Постановка проблеми

Глобальні геополітичні та вітчизняні макроекономічні реалії гостро ставлять перед безпекознавчою наукою та практикою проблему перебудови базових підходів до принципів, форм, методів та інструментів забезпечення фінансово-економічної безпеки шляхом їх орієнтації на формування системи довгосторокової діагностики кризових перетворень та швидкого реагування на них. Існуюча концепція оцінювання економічної безпеки держави, що є законодавчо закріпленою та ґрунтується на нормативно-індикативному аналізі, має характер констатації існуючих тенденцій на базі фактичних показників. Суттєвого доопрацювання, на наш погляд, потребують офіційні методики оцінювання рівня економічної безпеки, оскільки вони є доволі складними як з математичного, так і з логічного поглядів, що загалом ускладнює механізм їх застосування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженню питання визначення рівня економічної (фінансової) безпеки держави, його моніторингу та методів оцінювання присвячено роботи таких вітчизняних та закордонних дослідників: Л. Абалкіна, І. Білько, Є. Бухвальд, В. Геєця, Н. Гловацької, М. Кизим, Т. Клебанової, С. Лазуренко, В. П. Мартинюка, О. Черняк, В. Шлемко.

Не применшуючи внеску фахівців, що займаються прогнозуванням рівня фінансово-економічної безпеки, зокрема В. Баранніка, Я. Жаліла, О. Іванова, В. Луцкова, Д. Махортих, Д. Покришка, С. Сардак, Т. Тищук, зазначимо, що нині не існує системи, яка здатна була б сигналізувати про появу кризових явищ як щодо фінансової безпеки держави, так і в розрізі її складових.

У працях українських та зарубіжних науковців, таких як А. Горбань, А. Дунин-Барковський, В. Кирдин, І. Яблоков, В. Головка окреслено основні властивості, переваги та недоліки штучних нейронних мереж, однак дослідженню особливостей штучних нейронних мереж із радіально-базисними функціями (ШНМ з РБФ) присвячено невелику кількість праць, зокрема Є. Бодяньського, О. Руденка. ШНМ з РБФ вперше використано для моделювання явищ у контексті забезпечення фінансової безпеки держави у працях В. П. Мартинюка.

Постановка цілей

Незважаючи на значну кількість напрацювань щодо оцінювання рівня економічної безпеки, відсутнє єдине системне уявлення інтегрального показника та обґрунтування критеріїв відбору відповідних індикаторів і встановлення їх нормативних (порогових) значень. Суттєвим недоліком в існуючих методиках є відсутність деяких складових; так, наприклад, при оцінюванні рівня фінансової безпеки держави не враховано таких важливих компонент, як вплив системи оподаткування; показники, які характеризують рівень розвитку страхового, фондового, фінансового ринків тощо. Зважаючи на це, необхідно виробити нові, прогресивніші методи, способи та інструментарій діагностики стану фінансової безпеки на макрорівні, зокрема за податково-борговою складовою, що зумовлено метою нашого дослідження.

Виклад основного матеріалу

Серед основних сучасних методів оцінювання рівня економічної (фінансової) безпеки держави слід назвати:

- моніторинг основних соціально-економічних показників і зіставлення їх з граничними значеннями, які мають бути не меншими/більшими за певний рівень;
- методи експертного оцінювання, які переважно передбачають ранжування об'єктів за визначеним набором показників;

- сценарний підхід, який за допомогою засобів математичного моделювання дає змогу уточнювати і конкретизувати початкові прогнози та створювати нові варіанти сценаріїв у межах передбачуваної моделі;
- методи оптимізації, що передбачають побудову алгоритмів знаходження максимумів (мінімумів) функції і точок, в яких вони досягаються, за наявності обмежень та без них;
- теоретико-ігрові методи, які використовуються для аналізу багатосторонніх конфліктних ситуацій з урахуванням їх взаємовпливу;
- методи багатовимірного статистичного аналізу, що дають змогу обчислювати характеристики динаміки розвитку показників економічної безпеки, виявляти закономірності минулого розвитку та оцінювати їх перенесення на майбутнє;
- квазидинамічний підхід, що визначає цільову функцію забезпечення безпеки, а сам метод полягає в поділі основних складових безпеки на кількісні показники (потенціал визначеної сфери безпеки) та якісні (стан захисту певного національного інтересу) показники (індикатори).

Математичні методи, зокрема метод кореляційно-регресійного аналізу, які використовують як основу прогнозування для встановлення взаємозв'язку між результативним показником і декількома факторними показниками, не є ефективними, оскільки політична та економічна ситуація в Україні є нестабільною, а зв'язок між явищами і процесами у середині безпекового простору часто є нелінійним. На жаль, на відміну від технічних систем, в соціально-економічних системах межі можливого перетину інтересів значно коливаються, а отже, є велика невизначеність (рівень перетину різних сфер) щодо прогнозування.

Для досягнення мети дослідження, а саме формування концепції податкового боргу як чинника фінансової безпеки пропонуємо власну методику його оцінювання. Узагальнений алгоритм дослідницьких дій, що будуть здійснені в процесі її застосування, наведено у такій послідовності (рис.1, 4).

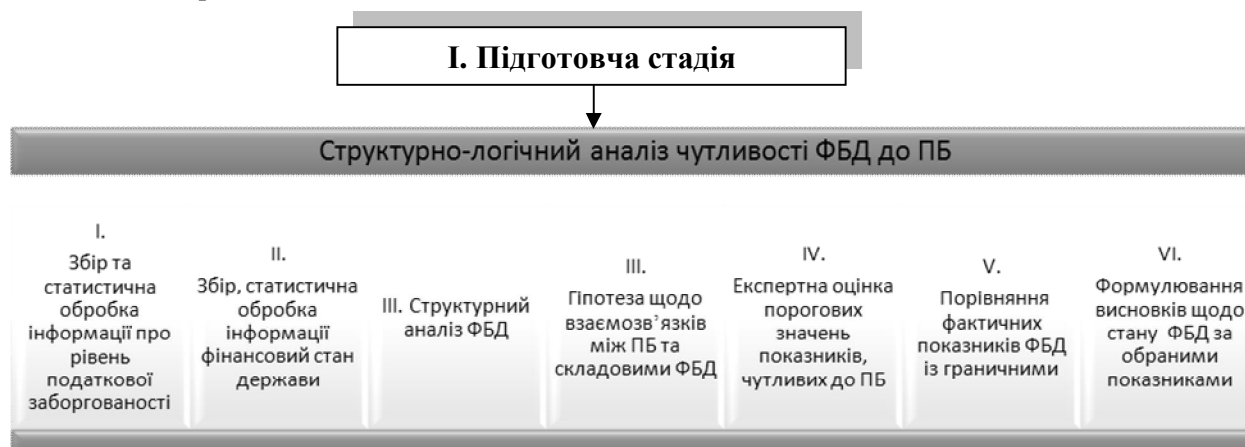


Рис. 1. Перший етап алгоритму методики оцінювання податкового боргу як чинника фінансової безпеки держави

Джерело: авторська розробка

На першому етапі дослідження на основі дедуктивного підходу до сутності поняття “фінансова безпека держави” ми виділяємо її складові, висувуючи гіпотезу щодо їх взаємного впливу та взаємної залежності із податковим боргом.

Фінансова безпека держави є багатокomпонентним та динамічним феноменом, багаторівневою системою, яку утворюють підсистеми, кожна з яких має власну структуру і логіку розвитку. Відповідно до безпекової парадигми фінансова безпека держави містить: бюджетну, податкову, боргову безпеку, фінансову безпеку банківської системи, валютну, грошово-кредитну, інвестиційну безпеку, фінансову безпеку страхового та фондового ринків. Основною метою на цьому етапі є декомпозиція внутрішнього безпекового середовища для виявлення найчутливіших до податкового боргу сфер. Із скукупності стистичних показників автор вибрав 2–4 індикатори за кожною складовою.

Продемонструємо методику дослідження на двох індикаторах податкової безпеки, а саме рівні податкового навантаження та рівні тіньової економіки.

З огляду на те, що рівень економічної безпеки не є статичним, всі його показники динамічно змінюються, важливо визначити діапазон їх коливань, позначений граничними (максимальними та мінімальними) значеннями. Прийнятної рівня безпеки досягають за умови, що всі індикатори знаходяться в межах своїх порогових значень. Якщо хоч за одним із індикаторів система перейшла поріг передкризового (кризового) стану, то її розглядають як таку, що знаходиться в передкризовому (кризовому) стані. Якщо хоча б за двома із індикаторів система перейшла передкризовий поріг, то її розглядають як таку, що знаходиться в кризовому стані.

Визначення порогових значень безпосередньо залежить від специфіки сфери, до якої належить досліджуване явище. Оскільки спробу побудувати систему оцінювання податково-боргової безпеки ми здійснюємо вперше, то вважаємо за потрібне залучити досвід фахівців, що тривалий час вивчають процеси оподаткування, податкового боргу та безпекознавства, які на основі власного досвіду та інтуїції визначають рівень ризикованості відхилень.

Податкова безпека – це спроможність податкової системи до “... своєчасного виявлення та запобігання потенційним загрозам у сфері оподаткування та здатність системи оподаткування повною мірою реалізовувати усі функції податків як фіскальної, так і регулювальної та соціальної з метою максимального узгодження інтересів держави та платників податків. Створення дієвої системи податкової безпеки передбачає чітке визначення джерел потенційної загрози у тій чи іншій сфері, а також наявних і необхідних ресурсів для їх нейтралізації” [1, с. 133–135].

З позицій фіскальної достатності проблема податкової безпеки зводиться до забезпечення держави таким обсягом податкових надходжень, який є оптимально необхідним, та до оптимізації рівня оподаткування, адже його надмірне підвищення призводить до збільшення тіньової економіки, згорання легального бізнесу, масового ухилення від сплати податків, а відтак – до скорочення податкової бази. Надмірне податкове навантаження є негативним фактором податкової політики, яка перешкоджає нормальному функціонуванню підприємств, стримує ділову активність суб’єктів господарювання.



Рис. 2. Динаміка податкового навантаження в 2004 – 2013 рр.
у діапазоні граничних значень

Джерело: складено автором за [2]

Із рисунка видно, що у період з 2004 до 2013 рр. в Україні рівень податкового навантаження не перевищує верхнього порогового значення, більше того – прямує до верхнього оптимального. На перший погляд, це свідчить про позитивну динаміку цього показника, проте варто зазначити, що граничні значення наведено відповідно до нормативів, прийнятих у розвинених державах світу, де значний рівень податкового навантаження компенсується високим ступенем еквівалентності повернутих державою благ платникам податків. У нашій державі, на жаль, такого явища не спостерігається, тому про позитивний тренд говорити не доводиться.

Під тіньовою економікою розуміють господарську діяльність, доходи від якої повністю або частково знаходяться за межами офіційного обліку та контролю, тобто суб'єкт господарювання здійснює свою діяльність, отримує прибутки, які не контролюються, і в результаті не сплачує податків, порушуючи податкове законодавство і підриваючи економічну основу функціонування держави. На думку незалежних експертів, найпоширенішими видами тіньової економіки, крім доходів від злочинної діяльності, є: оптимізація податків, незаконне повернення податку на додану вартість, зарплати “в конвертах”. Відповідно до світової практики, у випадку, коли обсяг тіньової діяльності перевищує 30 % ВВП (у деяких науковців зазначено 40 %), настає критична точка, з перевищенням якої в країні створюється відтворювальна система тіньових відносин. Внаслідок значних масштабів тіньової економічної діяльності істотно змінюються обсяги і структура ВВП, спотворюються офіційні дані про його величину, однак, за різними методиками, динаміка розгортання тіньового сектору в Україні має такий тренд:

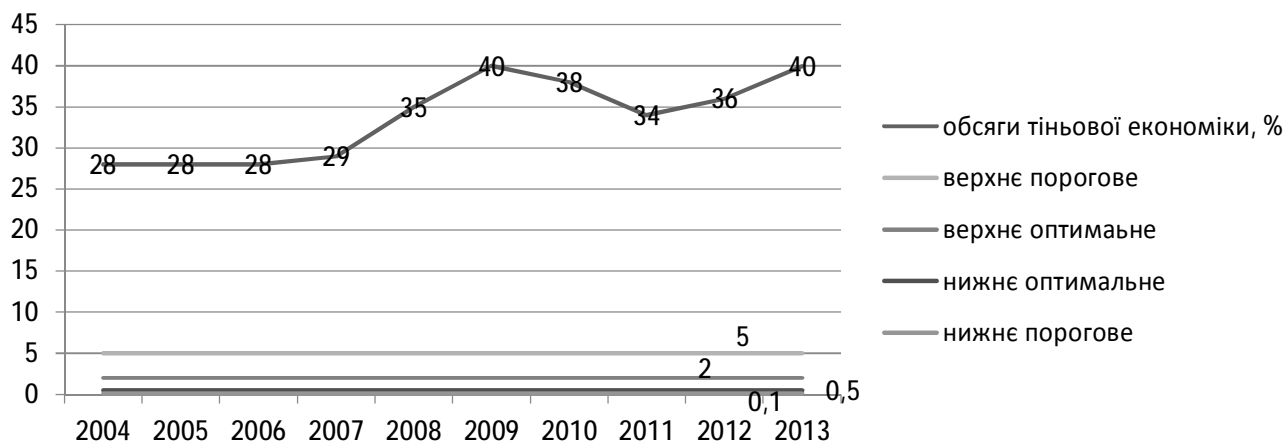


Рис. 3. Обсяги тіньової економіки та діапазон її граничних значень, % до ВВП
Джерело: складено автором за [3]

Як видно із рисунка, починаючи від 2004 до 2013 рр. в Україні обсяг тіньової економіки багатократно перевищує верхнє порогове значення, що свідчить про переростання цього негативного явища у безпосередню загрозу фінансовій та навіть національній безпеці.

Метою моделювання податково-боргової компоненти фінансової безпеки держави є перевірка гіпотези щодо впливу податкового боргу на фінансову безпеку держави через окремі, чутливі до нього, її складові, а також сформулювати висновки щодо можливості відстеження реакцій індикаторів на кризові перетворення. Отже, другим етапом розробленої методики буде власне процес моделювання (рис. 4).

Слід зазначити, що у задачі моделювання показників фінансово-економічної безпеки немає лінійного зв'язку між індикаторами фінансової безпеки та чинником, що на них впливає, – податковим боргом. Оскільки ця задача належить до економічних задач, де існують процеси із глибокою нестабільністю, прості лінійно-регресійні моделі для зображення таких процесів є непридатними. Водночас, в результаті аналізу вибірки даних для моделювання показників фінансової безпеки видно, що вона є неоднорідною. За таких умов для розв'язування вищезазначеної задачі доцільно застосувати складніший математичний апарат, зокрема, як показують дослідження – штучні нейронні мережі.

Як свідчать проаналізовані праці, штучні нейронні мережі перцептронного типу відіграють важливу роль при ідентифікації нелінійних систем, апроксимації функцій, розпізнаванні образів, прогнозуванні, кластеризації, проте вони відзначаються суттєвими недоліками, зокрема [4]:

- громіздкістю структури мережі;
- складністю ідентифікації структури мережі;
- низькою швидкістю навчання мережі;
- низькими прогностичними властивостями;
- неможливістю навчання на неоднорідній вибірці даних.

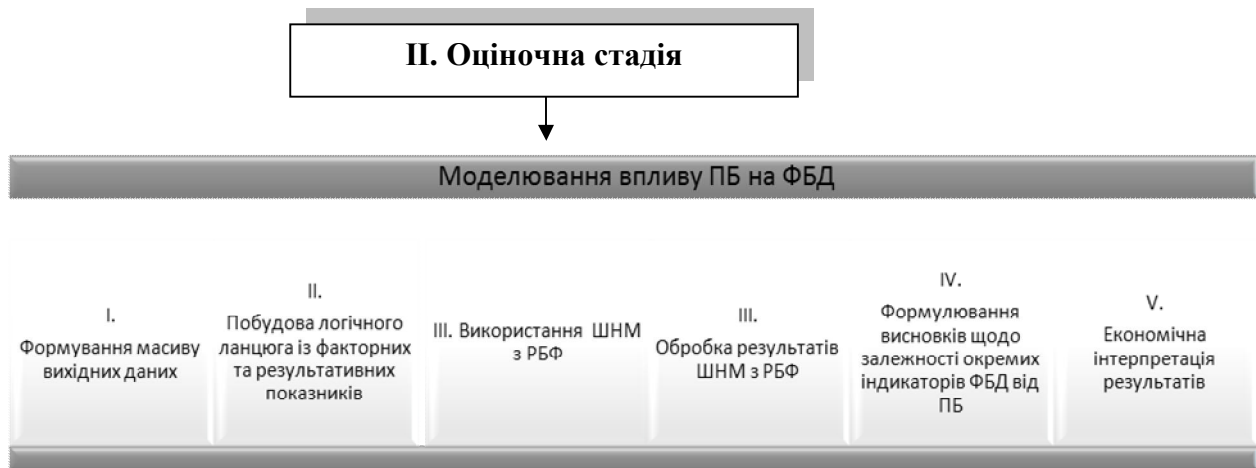


Рис. 4. Другий етап алгоритму методики оцінювання податкового боргу як чинника фінансової безпеки держави

Джерело: авторська розробка

Сьогодні поширені штучні нейронні мережі з радіально-базисними функціями (ШНМ з РБФ). ШНМ з РБФ, на противагу штучним нейронним мережам перцептронного типу, мають такі переваги [4]:

- мають лише один прихований шар, що спрощує структурну ідентифікацію мережі;
- володіють високими прогностичними властивостями;
- мають можливість моделювати нестационарні процеси;
- характеризуються високою швидкістю навчання;
- мають можливість навчатися на неоднорідній вибірці даних.

Загальна структура ШНМ з РБФ має такий вигляд [5]:

$$y_j = F_j(\mathbf{x}) = w_{j0} + \sum_{i=1}^h w_{ij} f_i(\mathbf{x}) = \mathbf{w}_j^T \mathbf{f}(\mathbf{x}), \quad (1)$$

де y_j – j -й нейромережевий вихідний сигнал; $F_j(x)$ – нелінійне перетворення вхідного вектора $\mathbf{x} = (x_1, x_2, \dots, x_n)^T$ на j -й вихідний; $\mathbf{w}_j = (w_{j0}, w_{j1}, \dots, w_{jh})^T$ – вектор, що представляє регульовані синаптичні ваги; $\mathbf{f}(\mathbf{x}) = (1, f_1(x), f_2(x), \dots, f_h(x))^T$ – вектор, що позначає радіально-базисну функцію; $i = 1, \dots, h$, де h – кількість нейронів прихованого рівня мережі.

Як радіально-базисну переважно застосовують функцію Гаусса:

$$f_i(\mathbf{x}) = f_i\left(\|\mathbf{x} - \mathbf{c}_i\|^2 R_i^{-1}\right) = \exp\left(-\frac{1}{2}\|\mathbf{x} - \mathbf{c}_i\|^2 \mathbf{S}^{-2}\right). \quad (2)$$

Враховуючи (2), структура ШНМ з РБФ набуде вигляду:

$$y_j = F_j(\mathbf{x}) = w_{j0} + \sum_{i=1}^h w_{ij} f_i(\|\mathbf{x} - \mathbf{c}_i\| \mathbf{S}^{-2}) = \mathbf{w}_j^T \mathbf{f}(\|\mathbf{x} - \mathbf{c}_i\| \mathbf{S}^{-2}). \quad (3)$$

Зважаючи на вищезазначене, для моделювання показників фінансово-економічної безпеки найдоцільніше застосувати апарат штучних нейронних мереж з радіально-базисними функціями.

Враховуючи експериментальні дані, наведені у табл. 3.1, позначимо як \mathbf{x} чинник, що впливає на ІЕБ, як “вхід” ШНМ із РБФ, а $y_j(k)$ – показники фінансово-економічної безпеки, як вихідний нейромережевий сигнал, $j = 1 \dots 11$ – кількість показників фінансово-економічної безпеки, $k = 1 \dots 120$ – часова дискрета (кількість місяців від 2004 до 2013 роки). Аналізуючи вхідні та вихідні експериментальні дані, бачимо, що деякі показники вимірюються у гривнях, а інші – у відсотках. Для ефективного моделювання на основі експериментальних даних доцільно пронормувати показники ФЕБ.

Архітектуру зазначеної структури ШНМ з РБФ зображено на рисунку 5:

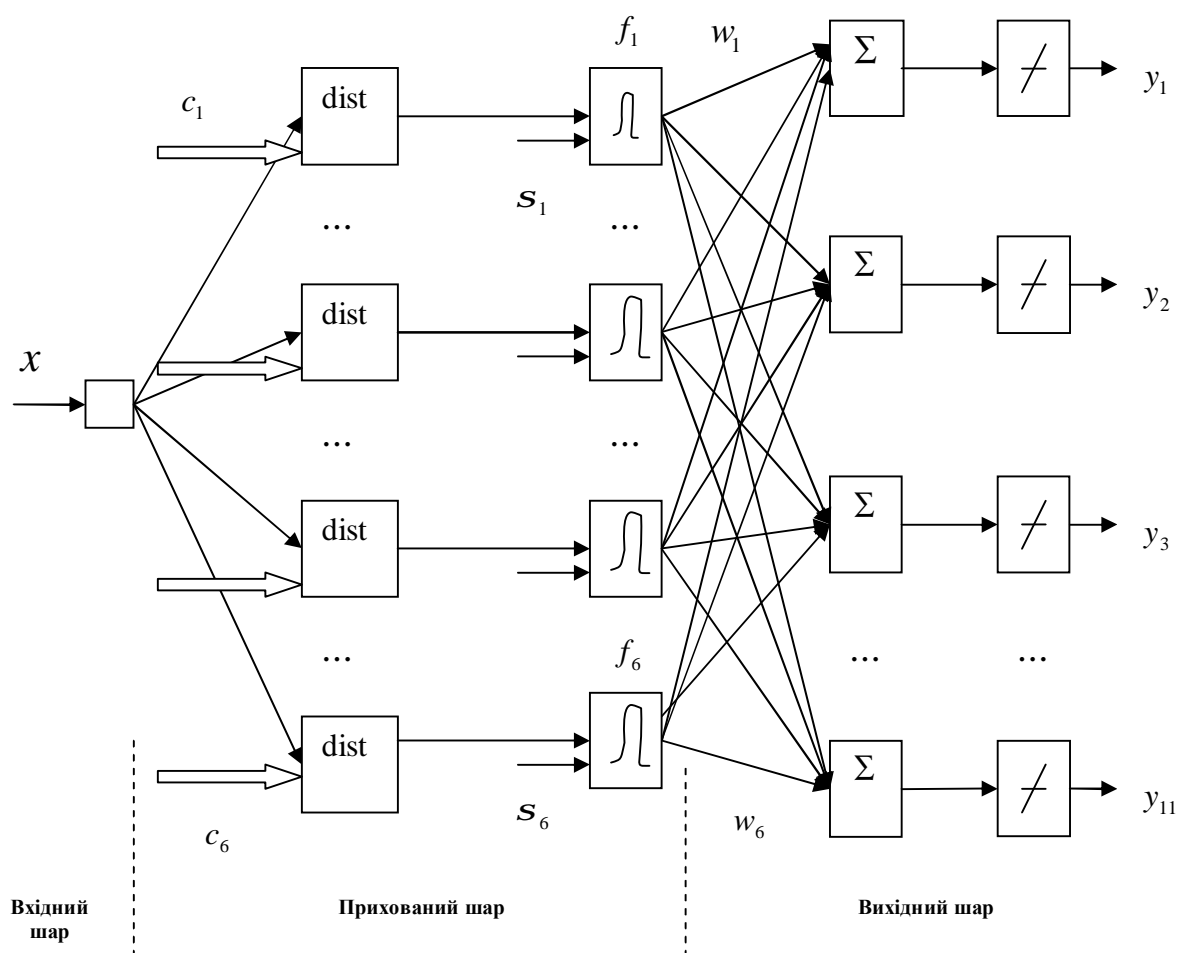


Рис. 5. Оптимальна архітектура штучної нейронної мережі з радіально-базисними функціями для моделювання індиксів фінансово-економічної безпеки

Побудована структура ШНМ з РБФ для розв'язання задачі має вигляд:

$$y(k) = w_1 f_1(\|x(k) - c_1\| S^{-2}) + w_2 f_2(\|x(k) - c_2\| S^{-2}) + \dots + w_6 f_6(\|x(k) - c_6\| S^{-2}) \quad (4)$$

На основі побудованої структури ШНМ з РБФ (4) одержуємо результати моделювання індикаторів фінансової безпеки, вважаючи податковий борг чинником, що на них впливає.

Усю вибірку даних поділяємо на навчальну і тестову (контрольну, перевірку). На навчальній вибірці ШНМ з РБФ вчиться, а на контрольній вибірці перевіряємо адекватність побудованої структури ШНМ з РБФ для моделювання показників фінансової безпеки. На рисунку вертикальною лінією поділено навчальну та контрольну вибірки. Пунктирна лінія позначає експериментальні дані, а суцільна – модельовані, тобто взаємозв'язок показників фінансової безпеки та податкового боргу як чинника, що впливає на ці показники.

Отже, результат моделювання індикатором – рівень тінізації економіки.

Як свідчать проведені експерименти, отримані результати прогнозування та фактичні значення показника достатньо точно повторюють динаміку один одного. В обох випадках нейронна мережа під час “навчання” точно відтворює тренд досліджуваного показника, що ми трактуємо як підтвердження сформульованої гіпотези – взаємозв'язку податкового боргу та фінансової безпеки за обраним показником.

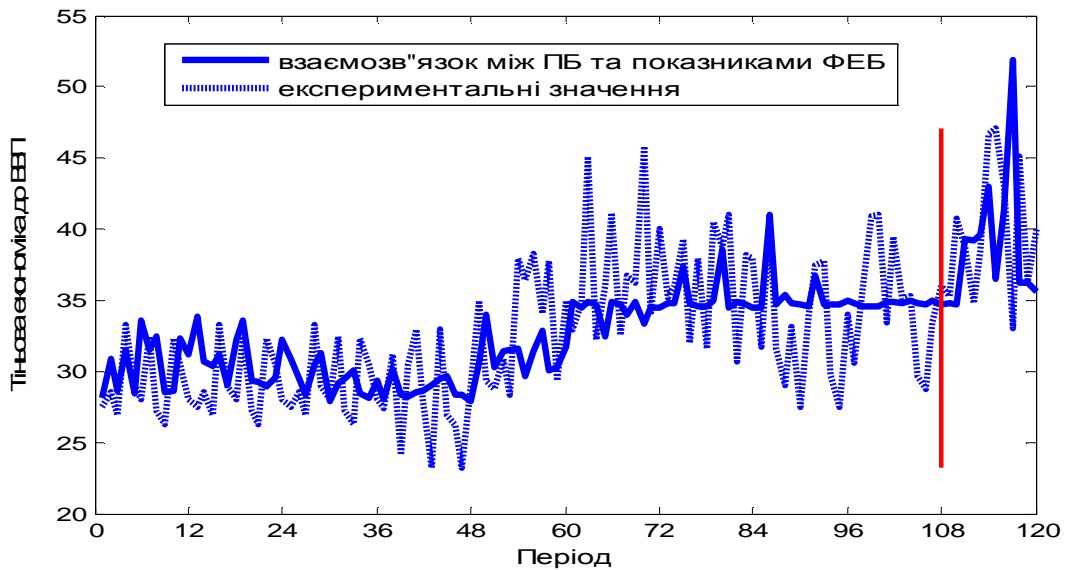


Рис. 6. *Взаємозв'язок між податковим боргом та індикатором фінансової безпеки – податкове навантаження*

Розглянемо результати моделювання за іншим оцінним показником – податковим навантаженням (рис. 7).

Як видно з рисунка, під час “навчання” нейронна мережа не відтворює тенденцій, продемонстрованих фактичною динамікою досліджуваного індикатора, крім того, цікавим є факт, що у прогнозованому періоді моделлю відтворюється абсолютно зворотна зміна – “викид” прогнозних значень. На наш погляд, це означає відсутність взаємозв'язку між явищами.

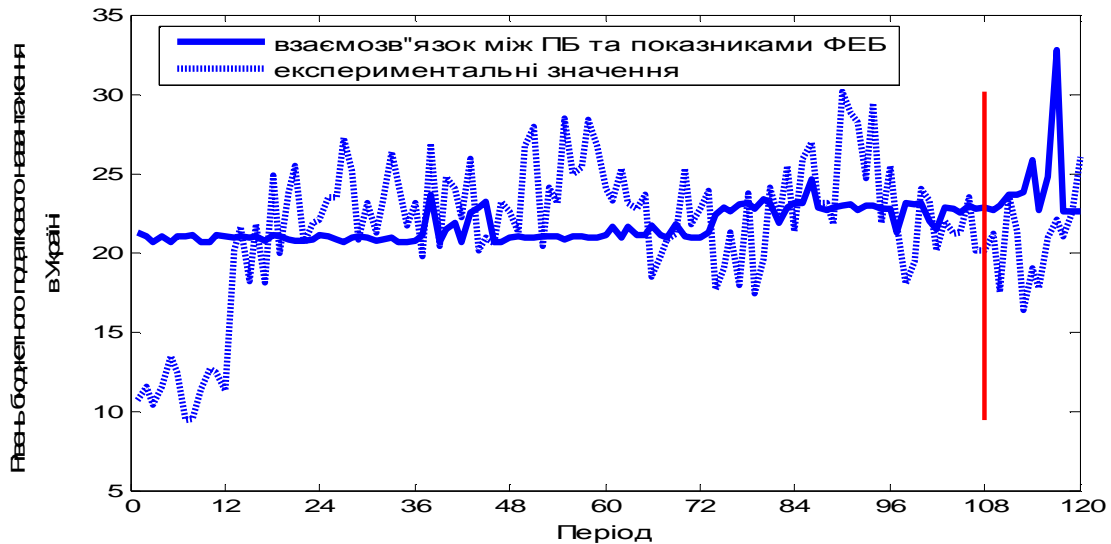


Рис. 7. *Взаємозв'язок між податковим боргом та індикатором фінансової безпеки – податкове навантаження*

Висновки

Існуючі “класичні” методи оцінювання економічної (фінансової) безпеки мають недоліки та в умовах невизначеності та швидкої мінливості зовнішнього середовища не можуть ефективно зображати вплив на її рівень різних факторів.

1. Нормативно-індикативний аналіз фінансової безпеки пропонується використовувати в методиці оцінювання податкової складової фінансової безпеки на першому етапі проведення.

2. Після декомпозиції внутрішнього середовища фінансової безпеки із податкової складової було виокремлено два оціночні індикатори, зокрема рівень податкового навантаження та тіньової економіки та на основі експертних оцінок визначено їх рівень. Встановлено, що значення цих показників свідчать про кризові тенденції у фінансовій безпеці.

3. Наступним етапом методики є моделювання взаємозв'язку цих кризових індикаторів із податковим боргом з метою підтвердження чи спростування гіпотези, що податковий борг є фактором цих зрушень.

4. Автори теоретично обґрунтували доцільність використання для моделювання описаного явища штучних нейронних мереж із радіально-базисними функціями.

5. Практичне втілення нейромережових технологій дає змогу стверджувати, що цю методика якнайкраще підходить до оцінювання змінного економічного середовища, ефективно описує навіть опосередкований взаємозв'язок досліджуваних явищ та дає змогу формулювати висновки щодо стану фінансової безпеки.

Перспективи подальших досліджень

Обґрунтовані теоретичні аспекти щодо використання ШНМ з РБФ для моделювання податково-боргової складової фінансової безпеки держави на прикладі двох індикаторів довели свою ефективність та будуть використані у подальших дослідженнях за іншими показниками фінансової безпеки, а також для розроблення теорії кризових явищ у фінансовій безпеці держави.

1. Цимбалюк І. О. Податкова безпека держави / І. О. Цимбалюк, Н. В. Вишневська // *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Теорія та практика управління економічним розвитком”* (м. Київ, 22-24 листопада 2012 року). – В 3 т. – Т.2. – Донецьк: ООО Друк-Инфо, 2012. – 305 с. – С. 133-135. 2. Інформація Міністерства фінансів України щодо виконання Державного бюджету України за 2004-2013 рр.. – Офіційний сайт Міністерства фінансів України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=368091&cat_id=368090 3. Інфографіка: тіньова економіка в Європі й Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.ua/ua/nation/1381353-infografika-tinova-ekonomika-v-evropi-j-ukrayini> 4. Савка Н. Я. Проблеми ідентифікації штучних нейронних мереж з радіально-базисними функціями та можливі напрямки їх розв'язання / Н. Я. Савка, В. М. Спільчук, І. Я. Співак // *Індуктивне моделювання складних систем*. – 2010. – Вип. 2. – С. 181-193. 5. Бодянский Е. В., Руденко О. Г. *Искусственные нейронные сети: архитектуры, обучение, применения* // Харьков: ТЕЛТЕХ, 2004. – 372 с. 6. Руденко О. Г., Бодянский С. В. *Штучні нейронні мережі: Навчальний посібник*. – Харків: ТОВ “Компанія СМІТ”, 2006. – 404 с. 7. Дивак М. П. *Метод ідентифікації вагових коефіцієнтів синаптичних зв'язків штучних нейронних мереж із радіально-базисними функціями на основі аналізу інтервальних даних* / М. П. Дивак, Н. Я. Савка // *Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія “Інформатика, кібернетика та обчислювальна техніка”*. – 2012 – Вип. 15 (203). – С. 132–139.

**МОТИВАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ
START-UP НА ПЛАТФОРМІ ВНЗ***ã Нікіфорова Л. О., 2015*

Обґрунтовано, що в Україні вже сьогодні створено умови для формування start-up на платформі ВНЗ, при цьому доведено, що всі учасники start-up – підприємства, фірми, ВНЗ, викладачі, студенти тощо – мають чітко виражену мотивацію. На основі проведених досліджень сформовано рекомендації щодо законодавчого закріплення деяких елементів мотивування інноваційного процесу. Розроблено методи для створення та управління start-up на платформі ВНЗ в умовах сучасного стану економіки України.

Ключові слова: start-up, ендаумент, проект, інновації, інформаційні технології, вищий навчальний заклад, університет, мотивація, кошти, закон.

L. O. Nikiforova
Вінницький національний технічний університет**MOTIVATIONAL ASPECTS OF CREATING INNOVATIVE
START-UPS ON THE PLATFORM OF HIGHER
EDUCATIONAL INSTITUTIONS***ã Nikiforova L. O., 2015*

The article proves that in Ukraine the conditions are created for the formation of start-ups on the platform of universities. It is proved that all participants of start-ups – companies, firms, universities, teachers, students etc. – have a clear motivation. The recommendations are made on the basis of research for legislative consolidation of some elements motivating the innovation process. The methods are obtained for creating and managing start-ups on the platform of Universities at the present stage of Ukrainian economy development.

Today in Ukraine a number of companies buy foreign technologies, a number of firms and companies buy the components, from which high-tech products are assembled. As a result, they pay to the owners of intellectual property from foreign countries. Thus, today Ukraine is funding the innovative economic development of foreign countries. The current situation in Ukraine can be called “an innovation trap”. It is necessary to change the rules on the market of innovative technologies to go out from this innovation trap. The paper proves that the development and production of innovative products should move to Ukraine; it concerns both production and scientific research. Due to this the necessary conditions will be created for using scientific potential at domestic universities. It will also help to create the basis of start-ups producing innovative ideas needed by business.

This paper analyzes the sources of financing start-ups on a platform of universities, as well as special funds and endowments. It is proved and illustrated by an example that the start-up on the platform of the university is a source of independent funding for University’s special fund or the endowment fund. The features are described for creating and financing innovative start-ups at universities. Motivation of all participants of start-ups is described. The recommendations are elaborated for the improvement of certain elements of the Bill on Innovation, and it is proposed to adopt the legislative responsibility of the actor’s start-up in

case of not fulfilling its obligations. In particular, the situation is described, when a start-up created at the university is financed by external sources, i.e. public or private funds.

Key words: start-up, endowment, design, innovation, information technology, higher education institution, university, motivation, funds, law.

Постановка проблеми

Сьогодні в Україні деякі фірми купують іноземні технологічні лінії для виробництва високотехнологічної продукції, деякі фірми та підприємства купують комплектуючі, із яких складають високотехнологічну продукцію [1]. У результаті вони оплачують інтелектуальну власність розробників з інших країн, які отримані кошти витрачають на розроблення новіших технологічних ліній та комплектуючих, розпочинаючи тим самим новий виток інновацій. Для економіки України залишається тільки готувати робітників для цих ліній. Тобто, сьогодні Україна, по суті, фінансує інноваційний економічний розвиток інших держав. Існуючу в Україні ситуацію можна назвати “інноваційною пасткою”, і для того, щоб вийти із неї, потрібні зміни на інституційному рівні [1], тобто на рівні правил гри на ринку закупівлі інноваційних технологій, за допомогою яких в Україні виробляється високотехнологічна продукція. При цьому розроблення та виробництво інноваційної продукції повинно переміститися в Україну як у виробничій, так і в науковій області – і саме це створить необхідні умови для використання наукового потенціалу вітчизняних ВНЗ і створення на їх основі start-up для продукування інноваційних ідей, необхідних бізнесу [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій та постановка цілей

Задачі надходження коштів до ВНЗ для розвитку інноваційних ідей в останні роки активно досліджуються [2–6]. Велика кількість економічних досліджень зосереджена навколо питань комерціалізації інноваційних розробок вищих навчальних закладів, де йдеться про особливості трансферу технологій та узагальнено способи комерціалізації результатів наукових досліджень у вищій школі [2, 7]. На основі проведеного дослідження динаміки фінансового забезпечення ВНЗ [5] було визначено, що обсяги державного фінансування зменшуються, внаслідок цього зростає роль та вага спеціального фонду ВНЗ (як приклад, ендаумент-фонду) та джерел його наповнення, що призводить до необхідності взаємовигідного співробітництва із бізнесовими структурами в сфері створення інноваційного продукту. Варіантом може бути використання наукового та студентського потенціалу ВНЗ для виконання start-up проектів із забезпечення діяльності приватних фірм та компаній [6].

Переважно, коли йдеться про наповнення спецфондів ВНЗ, перше, що рекомендують зарубіжні вчені – це створення ендаумент-фондів [3, 4]. У [3] розроблено модель використання ендаументу університету за умови, що університет максимізує свій внесок в інтелектуальний капітал суспільства. Модель, звичайно, орієнтована на пояснення існуючих у США реалій, зокрема на особливості функціонування великих приватних дослідницьких університетів. У статті [4] звернено увагу на те, що фонди університетського ендаументу мають високу прибутковість інвестицій порівняно із іншими інституційними інвесторами. В статті досліджено основні рушійні сили цих високих доходів і доведено, що ефективність університетського ендаументу пов’язана із розміром фонду, якістю студентів, а також із використанням альтернативних інвестицій. У джерелі [2] побудовано модель та доведено теореми, які описують узгодження інтересів фірми та ВНЗ у процесі інноваційної діяльності.

У попередніх роботах автора [5, 6] обґрунтовано, що в Україні вже сьогодні створено передумови для формування start-up як одного із джерел фінансування ендаументу для ВНЗ [5]. У роботі [6] доведено необхідність вмотивованого законодавчого закріплення такого механізму завдяки випуску високотехнологічної продукції та обґрунтовано необхідність використання потенціалу ВНЗ для створення start-up із доведенням мотиваційного чинника їх участі на ринку інновацій.

Метою статті є дослідження мотиваційних аспектів створення інноваційних start-up на платформі ВНЗ та розроблення ефективних методів для узгодження інтересів сторін цього процесу.

Виклад основного матеріалу

Процес інноваційної діяльності розподілено у часі. Він починається у ВНЗ і лише потім його підхоплює фірма, впроваджуючи його в економічну діяльність, що призводить до необхідності взаємовигідного співробітництва із бізнесовими структурами в сфері створення інноваційного продукту [2]. Варіантом може бути використання наукового та студентського потенціалу ВНЗ для виконання проектів із забезпечення діяльності приватних фірм та компаній, наприклад, моніторинг екологічного стану земель сільськогосподарського призначення чи паспортизація молокопродукції, яка надходить від приватних виробників [5]. Можна використати цю технологію діяльності ВНЗ для створення start-up та нових робочих місць для студентів. Викладачів ВНЗ це забезпечить додатковими фінансовими надходженнями, новою апаратурою, також місцями для реальної практики студентів. Акумулявання коштів на рахунку ВНЗ в банку, що будуть отримані на реалізацію цих проектів, можна отримати додаткові надходження для реалізації інших як науково-теоретичних, так інноваційно-прикладних проектів ВНЗ. Розглянемо джерела коштів, які ВНЗ витратить на створення інновації.

1. Повністю кошти від фірми, яка безпосередньо зацікавлена в розробленні цієї інновації.
2. Повністю власні кошти ВНЗ, які вкладаються у розроблення інновації. Наприклад, це можуть бути кошти з фінансування наукових тем з державного бюджету тощо.
3. Кошти від наукових тем чи інноваційних розробок, які ВНЗ виконує із іншими фірмами, кошти від результатів діяльності різних start-up. Окремо відмітимо, що так як ВНЗ може вкладати не лише матеріальні, але й інтелектуальні ресурси, то він має можливість входити в спільний start-up як офіційний співзасновник.

Оскільки перші два шляхи детально описано в джерелі [2], проаналізуємо третє джерело фінансування. Отже, фірма за розробленням інновацій буде звертатися тільки до таких ВНЗ, в яких, по-перше, вже наявні наукові результати, які можна застосувати для цієї інновації і, по-друге, які мають досвід створення інноваційних start-up та готові витратити частину ресурсів зі спецфонду чи ендаументу. ВНЗ повинен демонструвати наявність таких наукових результатів, які можна використати для продукування інновацій. ВНЗ повинен демонструвати також практику створення та використання start-up щодо здійснення викладачами випереджувальних наукових розробок, на закупівлю та виготовлення нового наукового обладнання тощо. ВНЗ повинен активно рекламувати (вкладаючи кошти) тих своїх викладачів, які отримують такі наукові результати, які можна “конвертувати” в інновації. Якщо ВНЗ не здійснює такої діяльності, фірми не будуть звертатися до нього, запрошуючи в партнери для створення start-up інші ВНЗ.

Оскільки ВНЗ вносить ресурси на розроблення та продукування інновації, які є його інтелектуальною власністю, то він є партнером для фірми, в результаті частина отриманого від реалізації інновації прибутку повинна бути надана ВНЗ. Ці додаткові кошти витратити може ВНЗ на створення нових як самостійних, так і спільних start-up, на збільшення свого ендаументу, на закупівлю нового обладнання, на іменні доплати професорам, на заохочувальні студентські стипендії тощо. Це є свого роду сигналізування ВНЗ про те, що він здатний працювати на ринку інноваційних проектів.

Додаткові кошти будуть більші за кошти, які витрачає ВНЗ [2]. Отже, звертаючись до ВНЗ, фірма має можливість отримати від своєї діяльності додатковий дохід, який перевищує внесок одного із партнерів. Це перевищення і може бути розподілено між фірмою та ВНЗ як додатковий прибуток як для фірми (порівняно із випадком, коли вона впроваджує інновацію самостійно), так і для ВНЗ (порівняно із випадком, коли ВНЗ не бере участі в розробленні інновації). Саме тому інвестування фірмами коштів до ВНЗ, яке проявляється в тому, що зростають їхні фонди, також підвищує шанси ВНЗ стати активним партнером на ринку створення/використання інновацій.

Для умов України важливим є те, що інноваційний цикл, в якому беруть участь фірми та ВНЗ, має можливість для повторювання завдяки здобуттю ними доброї репутації. У [9] проаналізовано механізми управління функціями корисності інвестора, а в [10] показано, що іноземні інвестори підтримують ті структури, які мають більшу ймовірність повернення інвестованих коштів. Ця специфіка взаємодії розвинених фінансових інститутів із економікою країни, що розвивається [11], є важливою саме для України, економіка якої переживає не найкращі часи.

Щодо питань законодавчого закріплення механізму створення start-up на платформі ВНЗ та інноваційного зростання економіки країни загалом, то в сучасній літературі ці питання розглянуто, як підкреслюється в [1], не достатньо. Так, в [11] побудовано та проаналізовано теоретико-ігрову модель для впровадження інновацій в умовах як розвинутої економіки, так і економік, що розвиваються, зокрема економіки України. Однак, у цій роботі увагу зосереджено винятково на порівнянні між собою двох інноваційних інститутів, а проблему трансформації неефективних інноваційних інститутів до розвинутого стану не розглядали. В роботі [6] розроблено теоретико-ігрову модель ефективного механізму інноваційного зростання економіки України, що описує динамічну гру–діяльність на ринку високих технологій основних гравців: підприємств різного спрямування діяльності, ВНЗ та державної влади. Але розроблена модель є базовою і не враховує специфіки створення start-up на мікрорівні, хоча саме вона є основою для законодавчого закріплення особливостей створення start-up на платформі ВНЗ України.

Основою мотивування створення start-up необхідно вважати те, що ВНЗ бере на себе зобов'язання щодо просування start-up на ринок, починаючи від ідеї чи пошуку замовника – тут існує два основні шляхи: прямий – створення start-up для конкретного замовника, чи зворотний – створення start-up для конкретної інноваційної ідеї, – до реалізації його результатів кінцевому споживачу, при цьому викладачі, аспіранти та магістри, які розробляють нові ідеї для start-up є матеріально і науково зацікавленими, оскільки участь у start-up не лише дасть змогу отримати додатковий заробіток у вигляді різноманітних премій та надбавок, що в сучасних реаліях України є достатньо важливим, але й реалізувати свої наукові здобутки на практиці. Щодо студентів, які можуть або брати безпосередню участь у діяльності start-up, або на практиці вивчати методи створення таких проєктів та користуватися, за можливості, їх результатами, то вони мають унікальну можливість після випуску прийти працювати на підприємства, які придбають результати start-up проєктів, розроблених у їх ВНЗ, не лише з теоретичним і умовно практичним досвідом, а насправді маючи практичні навички використання результатів start-up для конкретного підприємства. Це зменшить для фірми-роботодавця не лише витрати на донавчання працівника в період адаптації, але й дасть такої фірмі чи підприємству фахівця, який має тісні зв'язки з майже невичерпним потенціалом ВНЗ для укладення наступних договорів на створення інноваційних start-up проєктів на базі його ВНЗ. Сам ВНЗ, своєю чергою, має не лише незалежне додаткове джерело фінансування, але й підвищує свій імідж та рівень підготовки студентів, магістрів та аспірантів завдяки їх практичному досвіду створення start-up проєктів, тобто сигналізує абітурієнтам та роботодавцям, що цей ВНЗ готує саме тих спеціалістів, які потрібні сьогодні.

Щодо особливостей start-up проєктів на платформі ВНЗ, то їх створення і отримання результатів повинно тривати не більше ніж 1 рік, оскільки ці обмеження примусять ВНЗ:

- підвищувати кваліфікацію як викладачів, так і аспірантів та магістрів;
- надавати студентам саме ті вміння та навички, яких вимагають роботодавці;
- створювати умови для розроблення сучасних високих технологій, включаючи необхідну навчально-технологічну базу;
- постійно підтримувати активний діалог із підприємствами, що випускають високотехнологічну продукцію та обладнання для її виробництва [8];
- створювати умови для розроблення унікальних технологічних ліній та товарів, послуг та знань.

ВНЗ за описаного механізму стає центральним елементом інноваційного зростання економіки. Саме це характерно для розвинених країн, і тільки за розробленого механізму це стає можливим в Україні (та й взагалі у кожній країні, яка розвивається)

Для більшої ефективності роботи start-up-проєктів на платформі ВНЗ, на нашу думку, слід у законодавчому порядку затвердити такі штрафні елементи для ВНЗ, що не виконали на практиці свої зобов'язання із створення start-up-проєктів, а лише теоретично їх задекларували, отримавши за це державне чи приватне фінансування:

- викладачам, які брали участь у проєкті (та отримували додаткові до зарплати кошти) забороняється брати участь у виконанні всіх грантів та проєктів з державною участю терміном на 5 років;

- вищим навчальним закладам, які не виконали своїх зобов'язань за проектом, відмовляють у державному фінансуванні наукових розробок терміном на два роки;
- у випадку, якщо в Україні не знайшлося ВНЗ, який став би учасником проекту, замовлення передається закордонному ВНЗ, причому фінансування здійснюється за рахунок коштів, які держава виділяє на наукові розробки в Україні.

Отже, ВНЗ будуть змушені здійснити комплекс заходів, що забезпечать їх участь в інноваційному розвитку економіки України. Якщо ж ВНЗ не здатний це здійснити – це означає, що він не потрібен Україні, оскільки його випускники не здатні працювати із сучасними інноваційними технологіями.

Як приклад можна навести те, що для України важливо забезпечити розвиток інноваційних start-up-проектів у тих сферах економіки, в яких країна інтегрується в світову економіку. Насамперед це стосується інформаційних технологій (ІТ). Ринок ІТ стрімко розвивається практично у всіх країнах світу: start-up на базі ІТ-проектів акумулюють все зростаючу кількість фінансів, більше того: у країнах, що розвиваються, зростає і кількість фірм, і кількість працівників в ІТ-сфері, і кількість задіяних у цій сфері start-up [2].

Починається перший етап будь-яких start-up на базі ІТ-проектів із вмотивованого замовника, який здійснює діяльність у певній предметній області. Необхідність в ІТ у нього виникає в тому випадку, коли з їх появою він отримає додатковий прибуток. Природно, що правильно поставити завдання для синтезу ІТ замовник не здатний, тому на другому етапі start-up на базі ІТ-проекту необхідно підключення спеціаліста – це може бути випускник ВНЗ, магістрант чи аспірант, який має досвід роботи у start-up проектах та є фахівцем у сфері інформаційних технологій, а також володіє доволі специфічними навичками, а саме вміє:

- розбиратися в особливостях функціонування бізнесу замовника;
- чітко формулювати реальні завдання для конкретного ІТ-проекту;
- генерувати алгоритми-стратегії (як варіант, спільно із замовником), які допомагатимуть останньому в бізнесі;
- розробляти такі алгоритми, які згодом буде втілено в програмний продукт;
- формулювати вимоги до технічного втілення майбутньої ІТ (наприклад, вимоги до комп'ютерів і серверів, структури мережі, швидкості та пропускну здатності комунікацій тощо).
- на останньому етапі ІТ-фахівець повинен вміти навчити замовника використовувати розроблені ним ІТ для отримання замовником додаткових переваг у веденні свого бізнесу.

Отже, ІТ-фахівець повинен вміти працювати відразу в декількох предметних областях, які є доволі далекі одна від однієї. Також необхідно, щоб він міг швидко і якісно навчатися новим для себе предметним областям, щоб не бути “прив'язаним” до замовників тільки з одного виду бізнесу. Зазначимо, що ІТ-фахівець виконує свого роду роль інтерфейсу між різними предметними областями, і саме його практичний досвід, який він отримав у ВНЗ, беручи участь у різноманітних start-up, дасть йому змогу стати професіоналом у цій області.

Висновки

Отже, необхідність та інноваційність start-up полягає в тому, що вони розвивають бізнес, тобто допомагають отримати додатковий прибуток внаслідок підвищення ефективності функціонування самого бізнесу. Як додатковий бонус при цьому в рамках start-up створюється нове знання, яке акумулюється в ВНЗ і дає можливість для розвитку інших інноваційних проектів і створення нових перспективних start-up.

З використанням запропонованих start-up можна вже сьогодні започаткувати ефективні інноваційні платформи, які містять як ВНЗ, так і суб'єкти економічної діяльності різної форми власності. Це дає змогу “запустити” інноваційні канали для розвитку економіки як на регіональному рівні, так і на рівні всієї України.

Також обґрунтовано необхідність використання потенціалу ВНЗ та start-up із доведенням мотиваційного чинника їх участі на ринку інновацій. Розроблений механізм можна застосувати у тій сфері, де держава хоче отримати переваги на світовому ринку праці та у міжнародному розподілі високих технологій.

Перспективи подальших досліджень

Описані в статті мотиваційні важелі дають змогу сформулювати в межах економіки України умови для узгодження інтересів усіх сторін: ВНЗ (який здійснює організаційну діяльність для функціонування інноваційної платформи), викладачів та аспірантів (як джерело інновацій), студентів (як майбутні висококваліфіковані людські ресурси, які, до того ж, створюють для себе нові робочі місця), підприємців (які отримують нові маркетингові ніші, зокрема можливість виходу на міжнародні ринки), регіональної влади (створення нових робочих місць для молоді та зменшення внаслідок цього соціальної напруги, а також збільшення регіонального бюджету) та державної влади (збільшення наповнення ВВП та держбюджету, а також підвищення рівня зайнятості).

Подальше дослідження окремих аспектів та окремих випадків узгодження інтересів сторін (наприклад, теоретико-ігровим моделюванням) дасть змогу розробити методи та технології для розвитку економіки України та зменшення соціальної напруги.

1. Нікіфорова Л. О. Теоретико-ігрова модель для вмотивованого законодавчого закріплення механізму інноваційного зростання економіки країни за рахунок випуску високотехнологічної продукції / Л. О. Нікіфорова // *Економіка та держава*. – 2014. – № 11. – С. 25–34. 2. Журко Т. О., Лю Ліцзянь, Шиян А. А. Оптимізація узгодження інтересів фірми та ВНЗ в процесі інноваційної діяльності // *Актуальні проблеми економіки*. – 2014. – № 9. – С. 488–494. 3. Hoxby Caroline M. Endowment management based on a positive model of the university. – National Bureau of Economic Research, 2012. – Working Paper 18626. – 45 p. [Електронний ресурс] / Available at NBER – Режим доступу: <http://www.nber.org/papers/w18626>. 4. Lerner Josh, Schoar Antoinette, and Wang Jialan. Secrets of the Academy: The Drivers of University Endowment Success // *Journal of Economic Perspectives*. – 2008. – V.22, N3. – P.207-222. 5. Нікіфорова Л. О. Мотивування економічних суб'єктів при створенні та функціонуванні ендаументу для вищих навчальних закладів // *Вісник Нац. ун-ту “Львівська політехніка”*. – 2013. – № 753. – С. 205–211. 6. Нікіфорова Л. О., Шиян А. А. Моделювання мотиваційних важелів для інноваційного розвитку ринку високих технологій в Україні Системи прийняття рішень в економіці, техніці та організаційних сферах: від теорії до практики: колективна монографія. У 2т., Т. 2./ За заг. ред. Л. М. Савчук / Павлоград: АРТ Синтез-Т, 2014. – С. 131–142. 7. Манзій В. П. Способи комерціалізації результатів наукових досліджень у вищих навчальних закладах України / В. П. Манзій, А. Р. Стояновський / *Збірник тез доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф. “Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури”*. – Львів: Львівська політехніка, 2013. – С. 414–416. 8. Ваніна Н. М. Напрями розвитку трансферу технологій у вищій школі // *Збірник тез доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф. “Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури”*. – Львів: Львівська політехніка, 2013. – С. 365–367. 9. Журко Т. О. Механізми управління функціями корисності інвестора та підприємства в машинобудуванні / Т. О. Журко., Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян // *Вісник Нац. ун-ту “Львівська політехніка” “Логістика”*. – 2010. – № 690 – С. 260–264. 10. Шиян А. А. Механізми взаємодії фінансових інститутів розвинених та перехідних економік / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова, І. Ф. Острий // *Актуальні проблеми економіки*. – 2011. – №2(116). – С. 18–25. 11. Нікіфорова Л. О. Інституціональні особливості мотиваційних важелів в економіці України: порівняння із розвиненими країнами / Л. О. Нікіфорова // *Вісник Дніпропетровського університету*. – 2014. – № 8(2), С. 78–83. 12. Shiyani A. A. Why Do Inefficient Innovation Institutions Exist in Russia and Ukraine? Mechanisms for Correcting Them / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova. – 2012. – 31 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1981199>. Distributed in: *Innovation & Organizational Behavior eJournal*. – 2012. – V. 1, Issue 40. – March 23.

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ І СЕРЕДНІМ БІЗНЕСОМ В УКРАЇНІ

© Рачинська Г. В., Копець Г. Р., 2015

Виокремлено особливості малого і середнього бізнесу (МСБ), відмінності в поведінці підприємств МСБ порівняно з великими підприємствами і основні ознаки сучасного управління підприємствами МСБ. Проаналізовано класичну управлінську “решітку” Р. Блейка і Дж. Моутон з метою вибору оптимального стилю управління, який би відповідав конкретній ситуації у сучасному бізнесі. Досліджено типові проблемні зони в управлінні МСБ. Запропоновано проектувати і використовувати стратегічну канву нового продукту чи послуги як спосіб реалізації конкретної стратегії управління, спрямований на максимізацію прибутку, підтримання іміджу фірми, розширення частки ринку.

Ключові слова: управління, малий і середній бізнес, стиль управління, лійка продажу, стратегічна канва товарів або послуг.

G. V. Rachynska , G. R. Kopets

Lviv Polytechnic National University
Management of Organizations Department

ACTUAL ASPECTS OF SMALL AND MIDDLE BUSINESS MANAGEMENT IN UKRAINE

© Rachynska G. V., Kopets G. R., 2015

The article singles out features of SMEs, differences in the behavior of small and medium-sized businesses compared with large enterprises, and, consequently, the main features of the modern management of small and medium businesses. The characteristic features of modern management are: gradual abandonment of managerial rationality of classical schools of management, situational approach to management, the use of strategic management of business entities that combines strategic approach to setting goals and program – targeted to their realization, recognition of dominant importance for the development of innovative management firms, managing organizational culture of the company. The main factors are management flexibility, adaptation to the constant changes in the external environment. There is analyzed the classical management “grid” specified by R. Blake and J. Mouton to select the optimal management style that is appropriate for the specific situation in modern business.

“Blind” areas in the management of small and medium business are investigated. Among the typical problem areas there are singled out: the lack of management diagnostics, business key performance indicators, lack of vision of the final result of the firm, poor quality work with the client base, lack of pre-test phase of goods and services, consumers workload, manager solution routine, operational tasks, imperfect mechanism of doing business.

One tool that helps keep administrative account is funnel sale. It structures the data for all customers from the moment of the first call to the close of the deal. Funnel means reducing the number of potential customers in the transition to the next stage of interaction.

The sequence analysis of the expectations from the goods or services of the company through strategic design canvas with the influence of consumers and competitors is made. For this purpose, the following steps are singled out: 1) defining the criteria that are important to potential customers when choosing goods (services) of the company; 2) evaluating goods (services) of the main competitors by certain criteria, designing their strategic canvas; 3) evaluating goods (services) offered by a particular company, and designing their own strategic canvas on the same schedule. If curves are basically the same, meaning that a particular firm offers are differentiated enough, this leads to price competition and lower profits of the company.

Key words: management, small and medium business, management style, sales funnel, strategic canvas of goods or services.

Постановка проблеми

Ведення бізнесу у нинішніх умовах – це прерогатива компетентних, стратегічно орієнтованих підприємців. Часи, коли ринок сприймав будь-які рішення, запропоновані бізнесменами-початківцями, давно минули. Роль і значення управління, управлінської культури, методології управління в умовах сучасного бізнесу особливо вагома, оскільки посилення позицій будь-якої фірми в конкурентній боротьбі сьогодні залежить від якості управління, від здатності передбачати кожен крок заздалегідь. Тому удосконалення управління бізнесом необхідно розглядати як один із головних чинників підвищення його ефективності. У сучасних умовах особливо актуальними є проблеми нововведень загалом і нове управлінське мислення зокрема, уміння вибудовувати причинно-наслідкові зв'язки, ідентифікувати довгострокові можливості конкретної підприємницької структури (фірми) і розробляти нові бізнес-моделі.

Аналіз досліджень і публікацій

Проблеми управління підприємствами і організаціями досліджують вчені давно і не випадково, бо спрямовані на пошук оптимальної моделі і стилю управління, які б забезпечили рентабельність конкретної фірми на основі наявних фінансових і матеріальних ресурсів, персоналу і організаційних процесів. Серед дослідників можна виокремити В. В. Гончарова, П. Друкера, О. Є. Кузьміна, Е. А. Уткіна, Г. В. Щокіна, В. А. Шахової і багатьох інших. Однак сьогодні тенденції розвитку світової економіки, подальше загострення конкуренції вимагають від управлінців усіх рівнів не так навичок кількісного оцінювання заданих альтернатив управління, уміння приймати рішення за типовими виробничими ситуаціями, які розглядають часто в працях згаданих авторів, як постійного пошуку нестандартних шляхів вирішення безпрецедентних завдань, створення нових ринків і продуктів, модернізації методів і інструментів управління.

Постановка цілей

Метою статті є виявлення особливостей управління малим і середнім бізнесом (МСБ) на противагу великим компаніям, а також виокремлення проблемних аспектів управління підприємницькими структурами (фірмами), щоб з'ясувати причини і джерела неефективності бізнесу. У результаті, запропонувати спосіб оцінювання прогностичних очікувань від впровадження нової бізнес-моделі підприємницької структури (фірми), проектуючи стратегічну канву нового товару чи послуги.

Виклад основного матеріалу

Характерною особливістю малого і середнього бізнесу (МСБ) є багатогранність діяльності бізнесмена, який на власний ризик започаткував і веде бізнес, відповідає за результати діяльності,

приймає рішення, і тому МСБ має ті самі риси, що притаманні великим підприємствам, одночасно є такі особливості:

- об'єднання функцій керівника і власника;
- відсутність на багатьох підприємствах планових відділів є причиною того, що плани не фіксуються документально;
- МСБ належать до адаптивних систем, яким притаманні гнучка організаційна структура, тимчасове закріплення завдань і робіт за виконавцями, децентралізація повноважень і відповідальності, переваги горизонтальних зв'язків, мінімальне використання формальних правил і процедур, готовність до змін;
- використання гнучких методів контролю;
- перевага усного (вербального) спілкування.

Існують певні відмінності в поведінці підприємств МСБ порівняно з великими підприємствами (табл. 1).

Таблиця 1

Відмінності в поведінці підприємств МСБ порівняно з великими підприємствами

Критерії	Малий бізнес	Малий і середній бізнес	Середній і великий бізнес	Великий бізнес
Цілі	Визначаються ринком інтуїтивно з імпровізацією	Інтуїтивно корегуються ринком і спеціальною стратегією	Винахідливо корегуються ринком і спеціальною стратегією	Систематичне стратегічне домінування на ринку
Управління	Особисте, авторитарне пряме	Особисте консультування з ключовими партнерами і спеціалістами	Особисте, невелика команда спеціалістів, залучення зовнішніх експертів	Командне, велика команда спеціалістів, функціональна або дивізійна оргструктура
Продукт (послуга)	Відсутнє планування та маркетингові дослідження	Короткострокове планування без маркетингових досліджень	Короткострокове і нерегулярне довгострокове планування, несистематичні маркетингові дослідження	Довгострокове планування і регулярні маркетингові дослідження
Персонал	Особисті відносини за принципом "велика сім'я", високий рівень мотивації і зацікавленості, відсутність впливу громадських організацій	Особисті відносини "наймач-колектив співробітників", низький рівень зацікавленості	Відносини співробітництва, вплив громадських організацій	Строга ієрархія відносин, відсутність зацікавленості, утруднена мотивація, сильні профспілкові ради
Фінанси	Сім'я, банк	Сім'я, банк	Сім'я, банк, акції	Банк, акції

Управління – вміння досягати поставлених цілей, скеровуючи працю і інтелект працівників, створюючи мотивацію поведінки людей, які працюють в організації, фірмі.

Управління містить три аспекти:

1. Інституційний (хто ким управляє)
2. Функціональний (як здійснюється управління і як воно впливає на підлеглих)
3. Методологічний (яким способом здійснюється управління)

Основні ознаки сучасного управління підприємствами МСБ характеризуються такими аспектами:

- 1) поступова відмова від управлінського раціоналізму, класичної школи менеджменту, згідно з якими успіх підприємства визначається насамперед раціональною організацією виробництва, зниженням витрат, розвитком спеціалізації, тобто впливом управління на внутрішні чинники управління. Визначальними чинниками в управлінні стають гнучкість, адаптація до постійних змін зовнішнього середовища;

2) застосування до управління ситуаційного підходу, згідно з яким організація діяльності всередині підприємницької структури є реакцією на різні впливи ззовні. Головне – ситуація, яка впливає на роботу цієї структури;

3) визнання необхідності розроблення і реалізації системи стратегічного управління фірмою. Метод стратегічного управління поєднує стратегічний підхід до постановки завдань і програмно-цільовий підхід до їх реалізації;

4) повернення бізнесу до управління організаційною культурою як системою цінностей, що їх поділяє персонал підприємства і пов'язана вона з кінцевими цілями підприємницької структури (фірми). Організаційна культура передбачає високі стандарти діяльності кожного працівника і гнучке лідерство з акцентом на особисті контакти, створення атмосфери загального залучення працівників, бажання досягти цілей підприємницької структури;

5) визначення домінуючого значення для розвитку фірми інноваційного менеджменту, основою якого є формування відповідного організаційного клімату, ініціатива співробітників, створення адекватних форм інноваційної діяльності та її стимулювання.

В управлінні підприємствами МСБ доцільно розуміти специфіку та особливості різних функціональних підсистем: генеральний менеджмент, фінансовий і маркетинговий менеджмент, соціальний і кадровий менеджмент (табл. 2).

Таблиця 2

Типовий перелік управлінських функцій з розподілом їх за функціональними підсистемами [4]

Види управлінських функцій	Зміст функцій
Генеральний (основний) менеджмент (організація систем і процесів управління)	Прогнозування; перспективне, поточне і оперативне планування; встановлення і регулювання цін; аналіз діяльності фірми; статистичний облік і звітність
Фінансовий і маркетинговий менеджмент	Забезпечення матеріалів і обладнання; облік і зберігання матеріальних цінностей; маркетинг і рекламна діяльність; управління збутом; організація фінансової діяльності
Соціальний і кадровий менеджмент	Оцінка, підбір і підготовка персоналу; організація мотивації праці; раціональне використання кадрів; охорона фірми і комерційна безпека; організація соціального розвитку, взаємовідносини з органами праці, соціального забезпечення і зайнятості

Дослідники часто роблять спроби вибрати якнайкращий стиль управління, який би відповідав конкретній ситуації.

Як показує практика, якнайкращого стилю керівництва не існує. У кожній ситуації стиль управління визначають такі чинники:

- здібності і особисті якості керівника та підлеглих;
- виробничі умови (заводський цех, збутова організація тощо);
- стиль управління безпосереднього начальника (часто менеджер керує так само, як і його безпосередній начальник) та традиції управління, які склались у цій фірмі.

Окрім перелічених вище чинників, на стиль управління також впливають:

- успішність діяльності керівника (оцінюється за її результатами за достатньо великий проміжок часу – рік і більше);
- під час формування стилю управління керівника важливі стабільність і гнучкість;
- усвідомлення того, що підлеглих цікавить не кількість рішень, а вплив на їхні інтереси;
- варто враховувати при формуванні стилю управління його орієнтацію: на виконання виробничих завдань чи на інтереси підлеглих.

Як варіант вибору стилю управління можна використати загальновідому решітку Р. Блейка і Дж. Моутона (рис. 1), відповідно до якої діяльність управлінців відбувається між вектором “виробництво” (напряменість на виробництво товарів) та вектором “людський чинник” (скерованість на гуманне ставлення до персоналу). Між цими векторами існує суперечність: 1) якщо прагнути максимально збільшити продуктивність праці, незважаючи на людські потреби і бажання, результат виявиться незадовільним; 2) якщо всю увагу зосередити на людині, це не піде на користь виробництву.

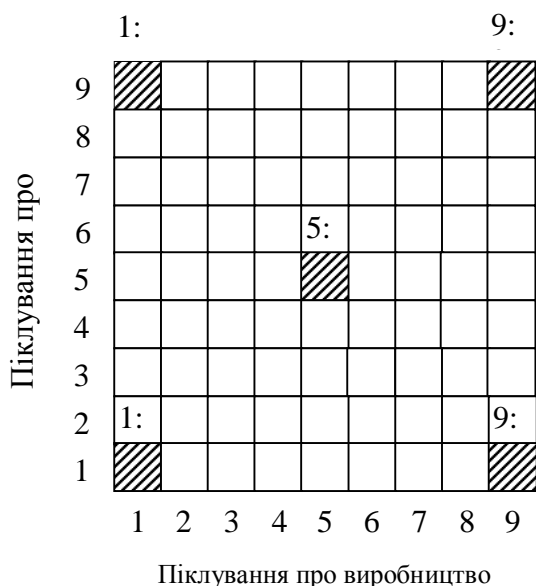


Рис. 1. Управлінська решітка Блейка і Моутон [4]

Згідно з управлінською решіткою Блейка і Моутон виділяють такі типи управлінської поведінки:

1:1 песиміст – мінімальна турбота як про людей, так і про виробництво – тип розміщено у лівому нижньому кутку решітки. За цього стилю керівник докладає мінімальних зусиль, які вимагаються від нього, щоб зберегти своє місце в організації.

9:1 диктатор – максимальна турбота про виробництво 9 поєднується з мінімальною турботою про людей 1, керівник при цьому віддає пріоритет максимізації виробничих показників, реалізуючи надані йому повноваження і контролюючи діяльність підлеглих, диктуючи їм, що і як вони повинні робити.

1:9 демократ – у цьому випадку мінімальна турбота про виробництво 1 поєднується з максимальною турботою про людей 9. Велика увага приділяється збереженню дружніх відносин між працівниками, нехай навіть за рахунок виробничих показників.

5:5 маніпулятор – відповідає “золотій середині” або системі припущень, що забезпечують мирне співіснування на шляху до єдиної мети. Цей стиль управління орієнтований на збереження статус-кво, або існуючого стану.

9:9 організатор – поєднує піклування про виробництво і про людей. Важливою характеристикою такого стилю управління є спрямованість на інновації і постійний розвиток фірми. Підприємства, де працюють менеджери типу 9:9, як правило, лідирують на ринку. Вважають, що менеджер цього типу є еталоном сучасного управлінця.

Сучасна система управління МСБ має бути простою і гнучкою. Основним критерієм її оптимальності є забезпечення конкурентоспроможності роботи фірми.

Організація управління передбачає вирішення таких питань:

- 1) створення структури фірми ;
- 2) розподіл повноважень;
- 3) формування механізму прийняття рішень.

Організаційна структура є засобом досягнення поставлених цілей. Робота над структурою повинна починатись з визначення цілей і стратегії підприємства. Наприклад, можуть бути визначені такі основні цілі:

- прибутковість: досягти у поточному році запланованого рівня чистого прибутку;
- ринки (обсяг продажу, частка ринку, впровадження нових ліній). Наприклад, довести частку ринку до 20 % або довести обсяг продажу до 1млн. м;
- фінансові ресурси (розмір і структура капіталу, співвідношення власного і позичкового капіталу, розмір оборотного капіталу тощо);

- продукція (загальний обсяг випуску, випуск нових товарів або припинення виробництва певних моделей);
- виробничі потужності, споруди (побудувати нові складські приміщення);
- НДДКР і впровадження нових технологій. Основні показники, технологічні характеристики, вартість, терміни впровадження;
- організація – зміни в організаційній структурі і діяльності, наприклад, відкрити представництво фірми в певному регіоні;
- людські ресурси (їхнє використання, спрямування, навчання тощо);
- соціальна відповідальність, наприклад, виділити певні кошти на оздоровлення своїх працівників, організацію тренажерних залів на фірмі тощо.

Структура фірми формується після вибору стратегії, визначається нею, тобто структура змінюється, коли змінюється стратегія підприємства. Для МСБ найтиповішою є структура фірми, що знаходиться в одноосібному володінні. За такої форми управління здійснює власник, котрий бере на себе ризик підприємництва.

Характерною ознакою раціональної структури МСБ є невеликі підрозділи з кваліфікованим персоналом, мінімальна кількість рівнів управління, орієнтація режиму роботи на споживачів, оперативна реакція на зміни, висока продуктивність, низькі витрати.

Серед чинників, які впливають на структуру фірми, треба виділити технологію виробництва, зовнішнє оточення, розмір бізнесу, систему прийняття рішень.

Ефективність системи управління бізнесом значно залежить від вчасно виявлених проблем, так званих “сліпих зон” бізнесу [2]. Типовими сліпими зонами в управлінні МСБ є такі:

1. Не проводиться управлінська діагностика ключових показників бізнесу. Неможливо управляти тим, що не можна виміряти. Як підвищити обсяги продажу на 25 %, якщо невідомо, який відсоток був раніше ?

Одним з інструментів, який допоможе вести внутрішній облік основних показників бізнесу, є лійка продажу. Вона структурує всі дані щодо клієнтів: від моменту першого дзвінка до закриття угоди. Лійка означає зниження кількості потенційних клієнтів при переході на наступний етап взаємодії. Наприклад, менеджер здійснює 100 дзвінків потенційним клієнтам. Із них 50 осіб погоджується на презентацію. Після презентації 25 осіб погодяться на другу зустріч і детальніше обговорення. Двадцятьом із них надсилають проектне дослідження. Сімом надішлють договір на підпис, і четверо з них підпишуть угоду і придбають продукт.

2. Не впроваджено скриптів (шаблонів пропозицій товарів і послуг) для працівників фірми. Такі скрипти зводять до мінімуму помилки працівників під час спілкування з клієнтами, роблять процес продажу автоматизованим. Також це заощаджує багато часу на навчання нових працівників.

3. Товари і послуги не проходять етапу попереднього тестування. Перед масштабним придбанням і поширенням товару варто проводити тестовий продаж, ціль якого – з'ясувати, чи купуватимуть товар (послугу).

4. Керівник потопає в купі операційних завдань замість стратегічних. Ціль директора – розробляти стратегії завоювання ринку, нових клієнтів, плани продажу, а ніяк не вирішення побутових проблем, телефонування клієнтам чи робота із контентом на сайті.

5. Не ведеться робота із клієнтською базою. Продати товар чи послугу людині, яка вже щось купувала, у сто разів простіше і дешевше, ніж рекламувати і намагатись продати товар новому клієнту. Потрібно вести базу клієнтів, записувати, хто, що і коли придбав, нагадувати про себе, пропонувати свої товари (послуги) знову.

6. Немає сортування клієнтської бази. Потрібно сегментувати клієнтську базу, тобто об'єднувати їх на основі низки сталих ознак. Це дасть змогу використовувати різні підходи для просування товарів і послуг для різних груп клієнтів, а також оптимізувати асортимент і вести гнучку цінову політику. Можна розподілити клієнтів, наприклад, на групи за сумами грошей, які вони витрачають на продукт, за бажаним результатом (стабільність чи пошук новинок) чи за будь-якими іншими ознаками.

7. Відсутність бачення кінцевого результату. Треба чітко для себе уявляти кінцеву мету. Це дасть змогу задати правильний напрям розвитку бізнесу.

8. Усе завжди працює на “трієчку”. Механізм потрібно відшліфувати і доводити до досконалості, водночас ускладнюючи його. Без цього не виживе жодна структура, жоден бізнес.

Удосконалювання та ускладнення – це, по-перше, гарантія, що бізнес ніхто не зможе скопіювати, а по-друге – прямий шлях до успішного розвитку.

9. Одна модель на всі роки. Доцільно внести деякі зміни у модель бізнесу, і прибуток зросте. Нормально, що бізнес згодом трансформується і видозмінюється. З однією і тією ж моделлю рано чи пізно бізнес потрапить в тупик розвитку, зміни – неминучі.

Наступним важливим етапом в системі управління МСБ є формування механізму прийняття рішень. Цей процес має відбуватися з урахуванням впливу споживачів і конкурентів. Для цього доцільно використати оцінку прогнозних очікувань від нового товару чи послуги, що пропонується фірмою для впровадження, так звану стратегічну канву. Її розробляють у такій послідовності:

- по-перше, визначаються критерії, які важливі для потенційних споживачів при виборі продукції (послуги) певної галузі. Максимальна кількість таких критеріїв не повинна перевищувати 10, інакше складно буде зрозуміти криву. Важливо враховувати те, що обираючи критерії, треба оцінювати їх з погляду споживача, а не фірми. Наприклад, досконала система управління для клієнтів нічого не означає, якщо це не полягає у кращому обслуговуванні та нижчих цінах;

- по-друге, оцінюються товари або послуги основних конкурентів за аналогічними критеріями і розробляється їхня стратегічна канва;

- по-третє, оцінюються товари або послуги, пропонувані цією фірмою, і проектується власна стратегічна канва на тому самому графіку. Якщо криві переважно збігаються, це означає, що пропозиції цієї фірми недостатньо диференційовані, і саме це призводить до цінової конкуренції і зниження прибутку. Як приклад розглянемо проектування стратегічної канви для фірми харчової галузі (рис. 2).

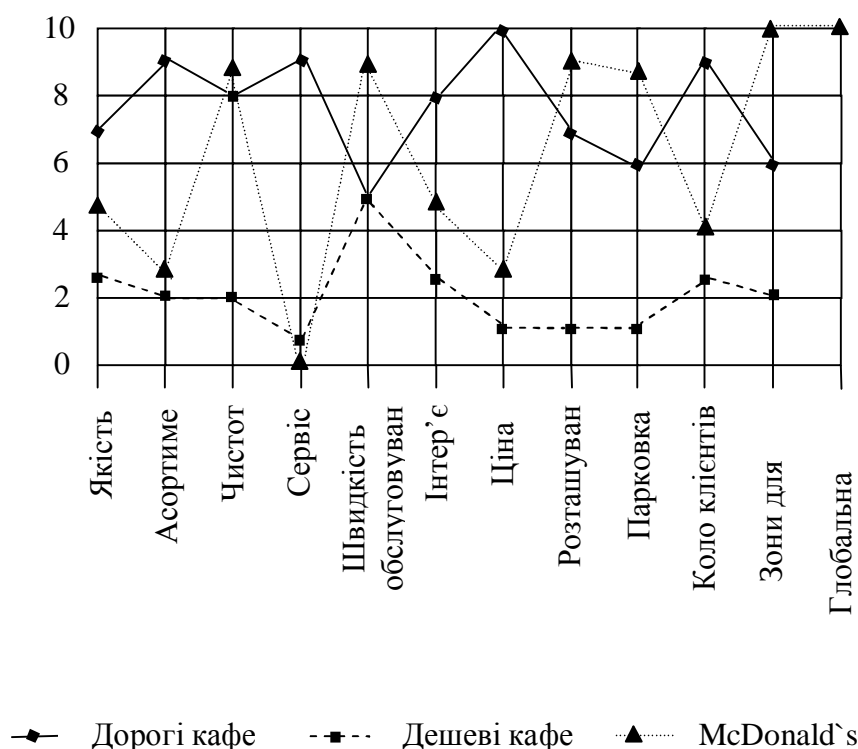


Рис. 2. Стратегічна канва в галузі харчування

Безумовно, немає універсальної формули, застосувавши котру будь-який керівник зможе ефективно і в короткий термін збільшити прибуток фірми. Для української практики в галузі управління сьогодні особливо актуальні такі завдання:

1) впровадження успішного зарубіжного досвіду управління після необхідної адаптації. Тепер знання мають здатність швидко старіти. Тому уміння логічно і аналітично мислити, виявляти причини і прогнозувати наслідки, активно навчатися стають основними для ефективного працівника;

2) завжди важливим залишається розуміння бізнес-середовища, в якому працюєш та актуальних викликів, які це середовище створює. А для цього потрібно комунікувати із колегами із інших фірм, спільно формуючи розуміння ринку та напрацьовуючи потрібні рішення.

Висновки

Важливе завдання управлінців малого і середнього бізнесу – бути максимально гнучким і адаптивним до бізнес-середовища, ретельно дослідити бізнес, зовнішнє середовище і чинники, що впливають на процес роботи фірми, використовуючи відповідний інструментарій.

З метою розроблення відповідних теоретичних аспектів для підвищення результативності бізнесу виокремлено:

1) основні ознаки сучасного управління підприємствами МСБ, чинники, які впливають на стиль управління підприємницькими структурами;

2) основним критерієм оптимальності процесу управління МСБ є забезпечення конкурентоспроможності конкретної фірми;

3) розроблена стратегічна канва галузі харчування як приклад використання інноваційного підходу до стратегії управління бізнесом.

Перспективи подальших досліджень

Майбутні дослідження процесу управління МСБ будуть спрямовані на розроблення управлінської моделі, у фокусі якої є працівник як найвища цінність для фірми. За цією концепцією управління модель має бути скерована на активізацію різноманітних здібностей працівників з метою максимального залучення їх в процес діяльності фірми та зацікавленості їх в результатах такої діяльності (досвід Японії). Такі моделі, як правило, мають чотири блоки: 1) персонал фірми; 2) ретельний облік знань і навичок працівників; 3) стиль і культура ділових взаємовідносин у фірмі; 4) довгострокові цілі розвитку фірми.

1. Висоцький О. Малий бізнес стане компетентнішим або зникне // Власний бізнес. – 2012. – № 6–7. С. 66–67. 2. Водяницький М. Бізнес-офтальмолог, або 9 сліпих зон Вашого бізнесу // Власний бізнес. – 2013. – № 74–79. – С. 43. 3. Пекменов Р. Секрети поетапного перетворення бізнесу для керівників // Власний бізнес. – 2013. – № 73. – С. 37. 4. Щекин Г. В. Управление бизнесом: Экспресс-курс для деловых людей / Г. В. Щекин. – 5-е изд.; стер. – К.: ДП Изд. дом “Персонал”, 2012. – 232с.

УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

© Смолінська Н. В., Грибик І. І., 2015

Розглянуто поняття “інформація” та “знання”, сфери управління знаннями на підприємстві. Проаналізовано ознаки організаційної культури підприємства, що самонавчається, культурні чинники, які відповідно створюють бар’єри та підтримують ефективне управління знаннями. Розглянуто завдання, які ставляться перед менеджерами з управління знаннями. Виділено основні норми і цінності, які представляють організаційну культуру підприємства, що самонавчається.

Ключові слова: знання, управління знаннями, типи знань, організаційна культура, управлінські завдання.

N. V. Smolinska. I. I. Hrybyk
National University Lviv Polytechnic
Management of Organizations Department

KNOWLEDGE MANAGEMENT AS A TOOL OF ENTERPRISE INNOVATION SUPPORT

© Smolinska N. V., Hrybyk I. I., 2015

The article points out that the peculiarity of an enterprise conforming to the new economic conditions, is recognizing knowledge as a basic tool for creating competitive advantages, adoption and implementation of initiatives aimed at managing knowledge. The difference between the concepts of “knowledge” and “information” are specified. One of the features that distinguish knowledge from information is that knowledge depends on context and subjective conditions of its use; it is closely linked with the person while information may exist independently.

Organizational form of a self-developing enterprise is the result of a continuous process of learning, using knowledge and intellect. Similarly, we can assume that the organizational culture of the self-developing enterprise will result in generating experience in its self-learning process. Therefore, the formation of the mentioned culture sample is essential for the enterprise’s development. The article points out the basic norms and values representing culture of a self-developing enterprise. The company that is self-developing should implement the following goals: to ensure the development of employees, increase the value of intellectual capital and its use, obtain competitive advantages as well as achieve the expected results and objectives by both the employees and the enterprise itself.

The article considers basic concepts and methods of human capital management and establishes that their application is possible and peculiar to mature companies only. Maturity in this context is early positive experience in making decisions concerning quality management, outsourcing, knowledge management, management of relations with clients etc.

It was established that the key components of a self-developing enterprise are: information, analysis, knowledge, communication serving to inflow and availability of knowledge; partnership as mutual learning and knowledge development, synergy, i.e. value

added to the collective knowledge; knowledge culture, i.e. the system supporting continuous augmentation and improvement of enterprise's intellectual capital.

Key words: knowledge, knowledge management, types of knowledge, organizational culture, managerial tasks.

Постановка проблеми

Активний перехід розвинених країн до інноваційної економіки, в якій важлива роль належить інтелектуальним ресурсам, спричинив появу нового розділу науки управління – управління знаннями. Незважаючи на те, що вона сформувалась лише в період двох останніх десятиліть, знайшла своє відображення у численних працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. У науковій літературі існує багато підходів до визначення цього поняття, технологій та методів здійснення відповідного процесу на підприємстві. Особливої уваги потребує дослідження особливостей управління знаннями на вітчизняних підприємствах за умови закритості та достовірності інформації. Відсутність цілісного погляду на систему управління знаннями в активізації інноваційного розвитку підприємств зумовлює значущість наукових розробок у напрямі інтеграції існуючих підходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання, що стосуються управління знаннями, досліджували такі учені, як: Т. А. Стюарт, І. Ватсон, науковці NASA, К. Перехуда, П. Друкер, Х. Такеучи, Б. З. Мільнер, В. Макаров, Л. І. Федулова, Ю. Я. Вовк.

Вони вирізняють визначення сутності управління знаннями, яке охоплює всі його складові. У функціональному значенні це процес, який концентрується на засобі персоналізованих, кодифікованих і закріплених знань і процесах, пов'язаних зі знаннями, через реалізацію функцій планування, прийняття рішення, організування, лідерства, а також контролю так, щоб досягти цілей організації.

У процесному значенні приймають як нормувальні процедури створення відповідного середовища, процеси, пов'язані із знаннями, кліматом, культурою і організаційною структурою, які скеровують людей на розвиток знань, поділ, відповідне їх використання тощо.

В інструментальному значенні приймають як відповідний відбір і використання інструментів, що належать до перебігу головних процесів за участю знань на всіх рівнях і сферах організації. Сукупність інструментів є достатньо широкою: від економічно-фінансових, юридичних до організаційних і технічних.

Як свідчить практика, це питання є актуальним, але не достатньо дослідженим, що підтверджується неоднозначністю тлумачення поняття “управління знаннями”, відсутністю системності й методологічного забезпечення під час його розгляду.

Постановка цілей

Метою статті є: дослідити площини і сфери управління знаннями на підприємстві; визначити завдання, що стосуються стратегічного управління знаннями; встановити основні ознаки та цінності, що притаманні організаційній культурі підприємства, що самонавчається.

Виклад основного матеріалу

Об'єктивні зміни в суспільному економічному розвитку призвели до появи нової моделі розвитку економіки, для якої характерні принципово нові риси та пріоритети. Важливою ознакою економіки кінця ХХ століття став її перехід на нову інноваційну фазу розвитку – “суспільство знань”. Сьогодні, на думку багатьох вчених, ми спостерігаємо “нову економіку”, в якій ключовими факторами виробництва є інтелектуальні ресурси, або знання.

За таких умов змінюються акценти в характеристиці можливостей підприємства. Ними стають ресурси, що не мають матеріальної форми, документально не оформлені і не володіють зафіксованою в документах підприємства вартістю. Зокрема до можливостей належать репутація та

імідж підприємства, репутація товару (бренд), знання працівників та організаційна культура підприємства.

Особливістю підприємства, яке пристосовується до умов нової економіки, є визнання знань принциповим засобом, що створює конкурентну перевагу, прийняття ініціатив та впровадження заходів, що мають на меті управління знаннями.

Слід розрізнити поняття “знання” та “інформація”. Знання дають потенціал для дії, інформація ж необов’язково має бути пов’язана з дією. Р. Мак Дермотт називає такі риси, які відрізняють знання від інформації [8]:

- знання пов’язані з людьми;
- знання утворюються у нинішньому часі;
- знання належать суспільству – існують для того, щоб домінувати над іншими або слугувати іншим людям;
- знання переміщуються через суспільства і підприємства багатьма способами – це можуть бути правила, демонстрації, плітки тощо;
- нові знання виникають на стику попередніх знань (без “поганих”, “старих” знань не можна створювати “нових” і “кращих” знань: наприклад, щоб створити нову рекламу, рекламне агентство має знати, чому інші рекламні матеріали були не результативними).

Однією з рис, які відрізняють знання від інформації, є те, що знання залежать від контексту і суб’єктивних умов їх споживання, тісно пов’язані з особою, тоді як інформація може існувати незалежно (наприклад, у вигляді документа). Інформацію часто плутають зі знаннями, оскільки рівною мірою як інформація, так і знання переміщуються на підприємстві через мережі. Різниця полягає у формі та функції. Знання зберігаються у таких формах, як описи робочого місця, культура, стратегія, процедури, а також історії, які вважаються одним з найефективніших інструментів передавання знань на підприємстві [9].

Існують чотири типи знань:

- знання типу *know-what* – прикладом таких знань є факти. Знання мають тут значення, яке є близьким до інформації – може пересилатися за допомогою даних та бітів.
- знання типу *know-why* – це знання, які пояснюють реальність. Вони належать до принципів і правил руху. Цей вид знань є надзвичайно істотним у певних сферах науки або у промисловості, наприклад, хімічній і електронній. Доступ до цього виду знань прискорює прогрес і дає змогу уникати помилок.
- знання типу *know-how* належать до вмінь людей і колективів, тобто до здатностей робити будь-що. Визначення “*know-how*” (“знати як”) виводиться з промислового сектора, де було визначенням певних вмінь і здібностей, які не можна описати за допомогою патентів і ліцензій, але які є необхідними в момент трансферу технології.
- знання типу *know-who* – нові продукти все частіше виникають на підставі знань з багатьох різних наукових сфер, областей і дисциплін, що надає значення доступу до різних джерел знань.

Сутність управління знаннями полягає у тому, що вони представляються як еластична і динамічна наявна нематеріальна субстанція, яка становить ефект розумового перетворення множин інформації та отримується людиною.

Характерною рисою знань є те, що вони набувають однієї з трьох форми: персоналізованої (ментальна форма, носієм якої є люди), кодифікованої (форма зареєстрованих множин інформації, носієм якої є бази даних, публікації, проекти, документи), закріпленої (форма, втілена в продуктах, процесах, послугах, технологіях) [7].

Управління знаннями – це поняття, що охоплює принципово залучені або створені знання, їх аналізування та збереження, передавання та навчання інших, прийняття рішень на їх основі для удосконалення діяльності підприємства. До сфер управління знаннями на підприємстві, яке оснований на знаннях, належать [1]:

- генерування знань (через реалізацію процесів традиційного, емпіричного і кібернетизованого самонавчання), у межах якої реалізуються процеси залучення, розвитку, створення, передавання і поширення знань.

- самоорганізування, що є підставою гнучкості та високого рівня адаптаційності підприємства. Тут основними сферами зацікавленості є жорсткі складові підприємства, такі як організаційні структури і мережі зв'язків із оточенням, інформаційна інфраструктура, система мотивації підприємств. Такі елементи повинні сприяти досягненню високого рівня самокерованості людей, що скеровують свої знання та зусилля на досягнення цілей підприємства;

- формування сприятливого організаційного клімату. В межах цієї площини основними сферами впливу є такі м'які елементи підприємства, як організаційна культура, людський капітал, мережі міжлюдських зв'язків, політика у системі управління персоналом;

- застосування знань – ця площина вказує, що знання, які є у володінні підприємства, повинні бути скеровані для їх найповнішого використання. Вони повинні застосовуватися для формулювання бачення і концепції діяльності, створення і застосування, а також інтеграції технологій виробництва, створення інноваційних продуктів і послуг, вирішення проблем.

До принципів операційних завдань (функцій) управління знаннями належать ідентифікація, трансфер (залучення, надання, поширення, обмін), створення, нагромадження, селекція, сполучення, записування, зберігання (утримання), оцінювання (дослідження корисності), застосування знань.

Для реалізації функцій і завдань підприємство створює систему управління знаннями. Система управління знаннями – це комплекс принципів, методів, засобів, множин інформації, людей і мережі їх взаємних зв'язків, який дає змогу прийняти і реалізувати стратегії управління знаннями для досягнення цілей підприємства [3]. Система управління знаннями є підсистемою підприємства, яка інтегрує, підтримує діяльність інших підсистем підприємства, наприклад, системи управління якістю, інформаційно-комунікаційної системи, систему контролінгу тощо. Ця система інтегрує та підтримує, також як і підтримується системами стратегічного управління, управління людським капіталом, маркетингового управління, управління фінансами, управління логістикою, операційного управління і інших. За даними *Gartner Group*, вже сьогодні система управління знаннями здатна збільшити продуктивність підприємства як мінімум на 20 % [10]. Але для цього більшість підприємств мають вирішити проблему браку необхідних знань у потрібний момент для забезпечення своєї конкурентоспроможності. На жаль, результати досліджень показують, що менеджмент вітчизняних підприємств має занадто загальне уявлення про саму концепцію управління знаннями та, відповідно, не володіє технологіями її впровадження.

До завдань, які ставляться перед менеджерами з управління знаннями, належать:

- формування культури для підприємств, що самонавчаються, та сприятливого клімату для обміну інформацією на підприємстві;

- виявлення не явних (схованих) знань, носіями яких є працівники підприємства;

- забезпечення балансу між доступністю та конфіденційністю знань (інформації) підприємства;

- формування інфраструктури, що сприяє обміну знаннями;

- створення захищеної від стороннього доступу системи зберігання знань підприємства та забезпечення до неї вільного доступу для працівників підприємства.

Ефективність основних процесів, пов'язаних зі знаннями на підприємстві, залежить значною мірою від взаємного впорядкування операційних завдань і правильного вибору (відповідно до цих передумов і взаємно узгоджених) методів їх реалізації.

Характеризуючи організаційну культуру підприємства, яка самонавчається, можна стверджувати, що вона ґрунтується на партнерстві, довірі, відповідальності і діалозі, також додатково підтримує створення спільноти партнерів, що самонавчаються. Способи мислення і поведінку, які характерні для організацій, які ґрунтуються на знаннях, також можна приписати організації, що самонавчається. Переваги такої організації полягають у нетрадиційному сприйнятті процесів, які відбуваються в організації, глибокому аналізуванні проблем, безперервному запереченні і перегляді вибраної стратегії, розгляді різних рішень, нерідко суперечливих, порівняно з існуючим способом дій, експериментуванні з новими задумами, впровадженні нових нетрадиційних рішень, популяризації і поширенні знань у підприємстві.

Особливими культуротвірними елементами і елементами, які управляють поведінкою людей на підприємстві, є норми і цінності. Оскільки це є елементи можна описати як такі, що значущо впливають на процес соціалізації, на загальні культурні положення, зразки поведінки і створювані символи, можна прийняти, що опис і формування культури організації, що самонавчається, мають концентруватися саме на них. У таблиці наведено цінності і норми, які повинні бути підставою для формування позиції і поведінки людей, що працюють в організації, що самонавчається.

Основні норми і цінності, які представляють організаційну культуру підприємства, що самонавчається

Цінності організації	Норми
Виробити позитивне бачення у персоналу щодо отримання бажаного	– оцінка працівників та їх колективів згідно із отримуваними результатами; – зв’язування отримуваних результатів зі системою винагороди.
Створення спільного бачення майбутнього	– формування бачення майбутнього, враховуючи думку усіх людей, що працюють на підприємстві; – вироблення майбутнього для всієї мережевої системи, в якій підприємство бере участь, спільно з усіма партнерами.
Думати цілісно	– холістичний погляд на організацію; – дивитися на все в контексті взаємозалежностей.
Знання	– знання є основою у функціонуванні та у кожній сфері діяльності; – знання – це засіб, що створює конкурентну перевагу і підвищує силу впливу на партнерів і конкурентів.
Отримати знання, що вирізняють Вас від інших працівників	– безперервне самонавчання як елемент праці; – самонавчання на помилках інших; – трактування виявленої помилки як джерело натхнення до покращення підприємства, пошук джерел неточностей, а не винних у помилках людей.
Інтегрувати системи	– створювати і підтримувати взаємні стосунки між окремими частинами організації; – інтегрувати і координувати індивідуальні, а також колективні ініціативи.
Необмежений доступ до джерел інформації і знань	– розвиток мережі контактів; – повний доступ до інформації; – відкритість у процесах комунікації; – вільно ділитись знаннями.
Економічність	– запобігати будь-якому марнотратству; – зниження витрат з метою залучення інвестиційних ресурсів на подальший розвиток і реалізацію визначених цілей.
Високі професійні компетенції людей, що працюють в організації	– джерелом підвищення є професійні компетенції; – критерієм прийняття рішення про найм або співпрацю є компетенції, а також схожість визнаних норм і цінностей з організаційною культурою підприємства; – інвестиції в розвиток компетенцій працівників.
Взаємодія	– створювати мережу створення цінностей у кожній сфері діяльності; – створювати і формувати стосунки з усіма зацікавленими (клієнтами, партнерами, конкурентами, фінансовими і науковими установами, працівниками знань та іншими суб’єктами), що є потенційним джерелом вартості.
Довіра	– довіряти суб’єктам, що взаємодіють у мережі; – довіряти співробітникам; – пам’ятати, що довіра не може бути безмежною.

Цінності організації	Норми
Креативність	– діяти відповідно до ситуації при використанні найновіших знань; – у процесах праці використовувати творчі здібності; – у щоденній праці застосовувати евристичні методи.
Повне використання наявних знань	– створювати високу еластичність дій і час на розроблення найдосконаліших концепцій дій; – у процесах розв'язання проблем беруть участь працівники, які є компетентними у даній справі; – застосування креативних форм колективного організування роботи; – процеси розв'язання проблем підтримувати співпрацею високого класу працівників знань.
Прямувати до досконалості	– немає ідеальних рішень, є тільки можливі умови до їх прийняття в процесі діяльності організації; – досконалість є короткочасною і мінучою; – все може бути ще краще.
Стійкість у невизначених ситуаціях	– будь-які події становлять джерело натхнення і можливостей розвитку
Відкритість	– відкритість до змін (визнання зміни як постійного явища); – відкритість до диференціювання (визнання відмінності і різноманітності)
Концентрування на майбутньому	– майбутнє існує вже в сьогоднішній день; – цілі, визначені для досягнення в майбутньому, є підставою дій що здійснюються сьогодні.
Задоволення потреб клієнта	– успіх організації залежить від задоволення потреб клієнта; – обслуговування клієнта мусить бути комплексним; – використовувати знання клієнтів для удосконалення скрізь там, де можливо.

Організаційна форма підприємства, що самонавчається, буде результатом безперервного процесу самонавчання, використання знань і інтелекту. Також можна вважати, що організаційна культура підприємства, що самонавчається, буде результатом генерації досвіду в процесі його самонавчання. Тому формування вказаного культурного зразка є необхідним для еволюції (розвитку) підприємства.

Серед заходів, завданням яких є створення бажаного типу організаційної культури, для підприємств, що самонавчаються, можна визначити створення і поширення таких позицій:

- відкритість до змін, зорієнтованих на розвиток індивідуальних і колективних компетенцій;
- узгодження індивідуальних цілей працівників із цілями підприємства.

Досягти цих позицій можна через залежність від бажаної поведінки людей, залучення працівників знань, системи винагороди, оцінювання працівників та їх мотивування. Проте здається, що найістотнішим елементом дій, які спрямовані на організаційну культуру, є відповідний відбір людей – працівників знань, що працюватимуть в організації, що самонавчається, і суб'єктів, які взаємодіють згідно з вимогами для збереження високого рівня інтелекту, положеннями, нормами і цінностями організаційної культури, а також безперервного ведення процесу організаційного самонавчання. Організаційна культура є важливим чинником, що зумовлює рівень ефективності управління знаннями на підприємстві.

Людський капітал, носієм якого є компетентний працівник, – це основний чинник, що дає змогу здобути додану вартість у нових продуктах чи методах зростання продуктивності праці. Людський капітал як сукупність ознак і властивостей, уособлених в компетентних працівниках, є джерелом здобутку майбутніх доходів. Людський капітал – це потенціал, що міститься в людях. Це означає, що такий вид капіталу являють нематеріальні цінності, уособлені в працівниках, а не самі люди.

У сучасних підприємствах знання – нова модель управління людьми, яка основана на таких принципах [2; 4; 7]:

- створення високого рівня організаційної культури, що інтегрує всіх працівників, підсилюючи зв'язки, заохочуючи до співробітництва;
- індивідуальне трактування і підхід до працівників у кожній галузі управління людьми;
- взаємодія працівників в управлінні підприємством, а особливо в питаннях, що стосуються найближчого середовища роботи; постійне вдосконалення організації завдяки новим задумам працівників;
- впровадження гнучких організаційних структур, відкритих і таких, що пристосовуються до змін, кваліфікації працівників і умов середовища;
- реалізація в співвідношеннях між начальниками та підлеглими інтерактивних стилів керування, в яких начальник є інструктором, тренером і радником;
- безперервне доповнення компетенції працівників через передбачення навчання на посаді, тобто контакти і обмін досвідом з начальниками, доступ до електронних освітніх програм, використання спеціалізованого досвіду, користування базами даних підприємства чи доступу до Інтернету;
- перехід від сучасних систем винагороди, основаних на стислому визначенні посади та мотивування, залежно від результатів роботи і розвитку компетенції.

Труднощі, з якими стикаються підприємства в управлінні працівниками (професіоналами) знань, спричинені кадровою політикою, що обмежується всього лише пошуком та залученням найкращих, найбільш талановитих спеціалістів. Як правило, керівники підприємств не можуть задовольнити потребу в таких спеціалістах через брак навичок співпраці та управління такою категорією персоналу, тому залишають спеціалістів наодинці, оскільки вони вимагають від роботодавця великої свободи дії, відчуваючи своєрідну інтелектуальну безпомічність. Керівники не бажають створювати умов для підвищення їх креативності, залучення і свободи у прийнятті рішень щодо вирішення поставлених завдань, моделювання їх кар'єри, мотивації тощо.

Розпоряджаючись високою якістю людського капіталу, підприємства мають переваги значно більші, ніж розпорядник будь-якого іншого виду капіталу, зібраного на підприємстві. Очікування працівників знань від актуальних роботодавців, менеджерів зростають пропорційно до зростання компетенції і власного суб'єктивного відчуття професіоналізму.

Підприємство має бути місцем, де існує клімат інтелектуального неспокою. Працівники підприємства мають бути активними, шукати всіляких можливостей удосконалення, модернізації, впровадження нововведень. Завдяки намаганням таких працівників у своєму підприємстві стимулювати інноваційну діяльність створюватиметься нове корпоративне знання, розвиватимуться здібності працівників. Обдумане, свідомо проєктоване середовище роботи стане спонукальним мотивувальним вантажем. Тому працівники з інтелектуальним багажем, спрямовані на успіх, жертвуватимуть час і енергію на генерування задумів та інновацій.

Також зауважимо, що застосування на практиці концепції менеджменту людським капіталом і працівниками (професіоналами) знань характерне винятково для зрілих підприємств. Зрілістю у цьому контексті вважають більш ранній позитивний досвід у прийнятті рішень, що стосуються: управління якістю, аутсорсингу, управління компетенціями (знаннями), підприємства, що навчається, управління взаємостосунками з клієнтами. Знання, що накопичуються на підприємстві, вважаються доброю вихідною точкою і корисною методичною і практичною базою для більш розвинених концепцій управління.

Потрібно також враховувати, що в структурі підприємства, що самонавчається, повинні бути впроваджені: розвиток менеджерських компетенцій лідерів, управління змінами, управління компетенціями і підготовкою кадрів, управління знаннями, управління креативністю та інноваціями, управління працівниками з високим потенціалом, управління інтелектуальним капіталом, управління якістю.

Підприємство, що самонавчається, повинно реалізувати такі цілі: забезпечення постійного розвитку та вдосконалення працівників, зростання використання, а також вартості інтелектуального капіталу, отримання конкурентної переваги, досягнення очікуваних господарських результатів.

Складовими успіху підприємства є: місія, корпоративний кодекс, ноу-хау, стратегія розвитку і підтримувальні стратегії. Ключовими складовими підприємства, що самонавчається (мудрої організації), є: інформація, аналіз, знання, комунікація, що слугує припливу і доступності знань, партнерство, що розуміється як взаємне навчання і розвиток знань, синергія, тобто додана вартість колективного знання, а також культура знань, тобто система, що підтримує безперервне примножування і вдосконалення інтелектуального капіталу підприємства.

У майбутньому ознакою, що визначає підготовленість і професійну придатність людини, будуть широко сприйняті творчі вміння на протипагу вмінням виконувати рутинну роботу. Закріпиться перевага креативних працівників над спеціалістами-виконавцями. Тому менеджерам потрібно дослідити якісний склад персоналу підприємства з метою коригування його збалансованості (30 % на 70 %) працівників знань та працівників-виконавців.

Висновки

До сфер управління знаннями на підприємстві, яке оснований на знаннях, належать: генерування знань (через реалізацію процесів традиційного, емпіричного і кібернетизованого самонавчання), в межах якої реалізуються процеси залучення, розвитку, створення, передавання і поширення знань; самоорганізування, що є підставою гнучкості та високого рівня адаптаційності підприємства; формування сприятливого організаційного клімату; застосування знань – ця площина вказує, що знання, якими володіє персонал підприємства, повинні бути скеровані для їх якнайповнішого використання. Організаційна форма підприємства, що самонавчається, є результатом безперервного процесу самонавчання, використання знань і інтелекту. Можна вважати, що організаційна культура підприємства, що самонавчається, буде результатом генерації досвіду в процесі його самонавчання. Тому формування вказаного культурного зразка є необхідним для еволюції (розвитку) підприємства.

Перспективи подальших досліджень

У подальших дослідженнях варто розглядати впровадження концепції управління знаннями в стратегічний процес підприємства. Залишаються дискусійними питання організування системи управління знаннями на підприємстві, визначення критеріїв успішності (або неуспішності) управління знаннями, формування знанневих баз підприємств, формування сприятливого клімату та відповідної організаційної культури тощо. Проте не можна не визнати, що концепція управління знаннями підприємства є невід'ємною складовою стратегічного процесу сучасного підприємства, а її впровадження створює об'єктивні передумови для набуття стійких конкурентних переваг, що особливо важливо в сучасних умовах.

1. Смолінська Н. В. Система управління знаннями у забезпеченні інноваційного розвитку підприємства / Н. В. Смолінська // *Логістичні підходи в системі державного управління: збірник наукових праць Донецького державного університету управління*. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – Т. XIII. – 156 с. – (Серія державне управління; вип. 228). – С. 92–99; 2. Fic M., *Wspomaganie rozwoju wiedzy w organizacji [w] Zarządzanie wiedzą i informacją w społeczeństwie sieciowym, Tom I, praca zbiorowa pod red. M. Morawskiego, Prace Naukowe Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, Seria Zarządzanie i Marketing, Wałbrzych 2003.*; 3. Mikula B., Pietruszka-Ortyl A., Potocki A., *Zarządzanie przedsiębiorstwem w XXI wieku. Wybrane koncepcje i metody, Difin, Warszawa 2002*; 4. Zob. M. Morawski, *Metody zarządzania pracownikami wiedzy w organizacjach inteligentnych — założenia wstępne*, w: *Zarządzanie przyszłością przedsiębiorstwa. Future 2002*, E. Skrzypek (red.), Wyd. UMCS, Lublin 2002, s. 212; 5. D. Thierry, Ch. Sauret, N. Monod, *Zatrudnienie i kompetencje w przedsiębiorstwie w procesie zmian*, Poltext, Warszawa 1994, s.-6; 6. T. Oleksyn, *Zarządzanie kompetencjami, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006*, s. 18; 7. F. Krawiec, *Zasadnicza zmiana drogą do sukcesu przedsiębiorstwa XXI wieku*, Difin, Warszawa 2007, s. 48; 8. R. McDermott, *Why Information Technology Inspired but Cannot Deliver Knowledge Management*, "California Management Review" 1998, No. 3; 9. *Стратегічне управління знаннями підприємства: монографія [А. П. Наливайко, О. М. Гребешкова, Л. П. Батенко та ін.]; за заг. А. П. Наливайка*. – К.: КНЕУ, 2014. – 445 с. 10. *Звіт II Міжнародна HR конференція "Knowledge Management/ Управління знаннями" 23–24 лютого 2006 р., м. Київ // http://www.management.com.ua/events/km_23-02-2006.html*.

Т. О. Соболєва
 ДВНЗ “Київський національний економічний
 університет імені Вадима Гетьмана”,
 кафедра менеджменту

НАУКОВО-ОСВІТНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ

© *Соболєва Т. О., 2015*

Окреслено сучасний стан та тенденції у вищій освіті України із зазначенням серед її трендів скорочення чисельності вступників до ВНЗ, недостатнього рівня якості отриманої випускниками вищів освіти за умови необґрунтовано великої кількості освітніх закладів. Незадовільний стан наукової сфери пов'язаний як з незначним рівнем фінансування зазначеної сфери, так і з неефективністю її функціонування, що проявляється в низькій продуктивності аспірантури та докторантури, низькому інноваційному рівні застосовуваних технологій та процесів. Виявлено зв'язок показників науково-освітньої сфери України з відповідними складовими міжнародного виміру рівня конкурентоспроможності країни.

Ключові слова: вища освіта, наука, ВНЗ, Індекс глобальної конкурентоспроможності

T. O. Sobolieva
 Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

SCIENCE AND EDUCATION FACTORS FORMING COMPETITIVENESS OF UKRAINE

© *Sobolieva T. O., 2015*

There are highlighted the current situation and trends in higher education of Ukraine with the indication of the following tendencies: decreasing the number of applicants to higher education institutions, insufficient quality of graduates' education, and unreasonably large number of educational institutions. The unsatisfactory condition of science is associated with both low level of funding of this field and the its ineffectiveness that is manifested in low productivity of postgraduate and doctoral studies, low innovative level of the technologies and processes used. The unsatisfactory condition of science is associated with its nonprofitability, and sometimes even losses, as well as with low level of funding (it is 4 times lower than that in developed countries).

Higher education in Ukraine during its independence passed through certain periods of its establishing. All of them were dependent on the public and economic processes in the state. So the system of education passed from the way of high quality education of uncontrolled financial self-sufficiency to unequal realization of the European standards in autonomous management and principles of Bologna process.

One of the main requirements for increasing the quality of education is definition of its standards. There should obligatory exist a real connection between modern business demand to the specialist qualification and control over achieving the above stated competencies by graduates. Such control might be provided as a independent testing of professional and scientific competences by international standards. Independent monitoring surveys of HEIs (Higher Educational Institutions) and maximum objective independent rankings of Ukrainian universities can be considered as a motivating factor in increasing quality of education.

Another stream in increasing the quality of education is students, faculty members and scientists mobility, including financing internships and study abroad. Taking into account the lack of financial resources at Ukrainian scientific and educational establishments nowadays international and European programs are an effective alternative.

The connection of scientific-educational sphere of Ukraine with the relevant components of the international dimension of competitiveness is discovered. The effectiveness of scientific and educational component innovative infrastructure can be judged from the Global Competitiveness Index (GCI). In above-mentioned Index in 2014-2015 Ukraine was placed 76 out of 144 countries, (compare with 2012-2013 when it was lower by three positions). Ukraine has high indexes in such categories as “Tertiary education enrollment rate” – the 13th place (quantity of students is meant, not the quality of education) and “Quality of math and science education” – the 30th place (it is the index of secondary school education). The middle position concerning such indexes as “Secondary education enrollment rate” – the 41st place (again by quantity characteristics), “Availability of scientists and engineers” – the 48th place, confirms that Ukraine saved certain scientific potential. Ukraine has the 52nd place with the number of applications on patents made by the PCT procedure. The rest of the indexes confirms the low level of scientific know-hows, implementation of high technologies, increasing the staff qualification, and, in general, low innovative potential of companies.

Key words: higher education, science, universities, Global Competitiveness Index

Постановка проблеми

Тенденції економічних та соціальних зрушень у глобалізованому світовому господарстві свідчать про поступове домінування постіндустріального суспільства із характерними змінами у структурі виробництва продукції та послуг, специфіці ресурсів та робочої сили [1]. Однією з характерних ознак сучасного світу стає перетворення інформації та знання на критичний ресурс економічного розвитку, що є доведенням необхідності створення сприятливих передумов для розроблення та реалізації інноваційних ідей і технологій. Важливого значення для реалізації та активізації інноваційної діяльності набуває національна інноваційна система з розвиненою інноваційною інфраструктурою, а також ступінь її інтегрованості до світової мережі інформаційних та технологічних потоків. Імпульсом для безперервного та налагодженого функціонування національної інноваційної системи є її високоякісні освітня та наукова складові.

Якість вищої освіти та науки має вирішальне значення для суспільства, яке прагне рухатися в напрямку конкурентоспроможної економіки з орієнтацією на прогресивні виробничі технології та процеси. Сьогодні глобалізація економіки вимагає від країн підготовки високоосвічених працівників, які здатні виконувати складні завдання і адаптуватися до швидкозмінного середовища. Саме у сфері вищої освіти формуються майбутні розробники нових прогресивних ідей та інновацій, а також й фахівці, які будуть освоювати та вдосконалювати ці технології на практиці, що сприятиме технологічному розвитку галузей та економіки загалом. Саме тому аналіз факторів, що визначають кількісний та якісний стан національної освіти та науки, а також їх динаміки, має важливе значення для розуміння рушійних сил у формуванні конкурентоспроможної економіки країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У науковій літературі висвітленню питань формування інноваційної інфраструктури, конкурентоспроможної економіки, ефективних освіти і науки приділено значну увагу. Кожна з цих проблем знаходиться у полі зору провідних науковців, дослідників та політиків. Так, питання інноваційної інфраструктури та підвищення національної конкурентоспроможності розглянуто в наукових працях О. Амоші, Д. Біля, І. Бутирської, Л. Гальперіної, В. Гейця, М. Згуровського, М. Йохни, О. Кузьміна, Б. Малицького, Н. Рудь, С. Ракицької, Л. Федулової та ін. У багатьох працях зазначених авторів досліджено також й питання формування якісної системи освіти в Україні, оцінено стан та тенденції розвитку наукової складової національної інноваційної системи. Проблеми становлення освіти, яка б відповідала кращим світовим стандартам, активно обговорюються на конференціях та в офіційних звітах державних установ.

Постановка цілей

Незважаючи на достатньо глибоко опрацьовані специфічні особливості кожної із зазначених сфер розбудови національної конкурентоспроможної інноваційної системи, на наш погляд, вимагають комплексного аналізу, з погляду причинно-наслідкових зв'язків, кількісні та якісні характеристики системи вищої освіти та науки в Україні, визначення їх динаміки та джерел формування. Важливим завданням є необхідність оцінювання характеристик системи науки та освіти України в порівнянні з кращими світовими стандартами. Одним із завдань дослідження є оцінювання останніх змін у динаміці явищ та показників, що характеризують освітню та наукову складову в контексті формування міжнародної конкурентоспроможності цих сфер та економіки загалом.

Виклад основного матеріалу

Вища освіта в Україні завжди займала особливе місце серед життєвих стандартів населення при плануванні свого майбутнього. Якщо подивитися на еволюцію розвитку вищої освіти в Україні, то можна виокремити певні періоди її формування. Так, на початку 1990-х років незалежна Україна отримала високоосвічене населення з домінуванням поваги до навчання як однієї з основних життєвих цінностей. Навіть за умови незначного фінансування освіти протягом наступного десятиліття питома вага населення з вищою освітою зростала. У цей час починається боротьба державних ВНЗ за виживання, виникають приватні виші. Університети перетворюються на “кузні” дипломів з низькою якістю отриманих студентами знань і високою корупцією. З 2000-х років починається реформування вищої освіти з метою підвищення її якості. Так, у 2005 р. починається наближення системи оцінювання у ВНЗ до європейських стандартів і приєднання до Болонського процесу. Але результатом став гібридний неефективний варіант освіти зі старими радянськими традиціями централізованого управління і неадекватно реалізованими європейськими стандартами автономного управління та принципами Болонського процесу [2].

Сучасний стан вищої освіти в Україні, з одного боку, можна охарактеризувати через динаміку щорічної кількості вступників та вищих навчальних закладів (табл. 1) [3]. Динаміку загальної кількості ВНЗ в Україні, зокрема залежно від форм власності, для наочності наведено також на рис. 1, де спостерігається поступове зменшення кількості вишів в Україні. Так, за чотири проаналізовані роки їх кількість скоротилася на 18 %, причому зазначений рівень скорочення однаковою мірою притаманний як державним, так і приватним ВНЗ. Якщо порівнювати співвідношення ВНЗ за формами власності, то в Україні суттєво переважають за кількістю державні виші. Так, у 2014 р. їх частка становила 78 %. У Польщі для порівняння державні виші становлять лише 28 % [5], у Грузії – 24 % [6].

Таблиця 1

Динаміка кількості ВНЗ та студентів в Україні у 2010-2014 рр. [3]

№ з/п	Показник	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
1.	Кількість студентів у ВНЗ I – IV рівнів акредитації, тис. осіб	2418,1	2246,4	2106,2	1992,9	1689,2
2.	Кількість ВНЗ I – IV рівнів акредитації, од.	813	805	785	767	664
3.	Державних та комунальних, од.	637	633	619	609	520
4.	Приватних, од.	176	172	166	158	144

За такої кількості вишів та студентів на один ВНЗ в Україні в середньому припадає 2,5 тис. студентів. У Польщі, наприклад, у 2013/2014 навчальному році кількість студентів становила майже 1550 тис. осіб, які навчалися в 438 ВНЗ [4], тобто в середньому на один виш припадало 3,5 тис. студентів.



Рис. 1. Кількість ВНЗ в Україні у 2010–2014 рр. [3]

З даних табл. 1 видно, що кількість вступників в українські виші поступово зменшується, склавши у 2014 році майже 1700 тис. студентів. Однією з причин зазначеної динаміки є зменшення кількості потенційних абітурієнтів внаслідок демографічних змін в Україні [7]. Коливання народжуваності з лагом на отримання середньої освіти, тобто динаміку кількості потенційних абітурієнтів, наведено на рис. 2. Відповідно до зазначеного графіка, вже починаючи з 2019 року можна очікувати знову підвищення кількості вступників до ВНЗ. Інші два тренди демонструють зміни у кількості фактичних випускників шкіл та студентів, що вступили до вишів. Звертає на себе увагу тенденція, що полягає у поступовому збігу цих двох кривих, тобто збільшення питомої ваги молоді, що вступає до ВНЗ щороку.

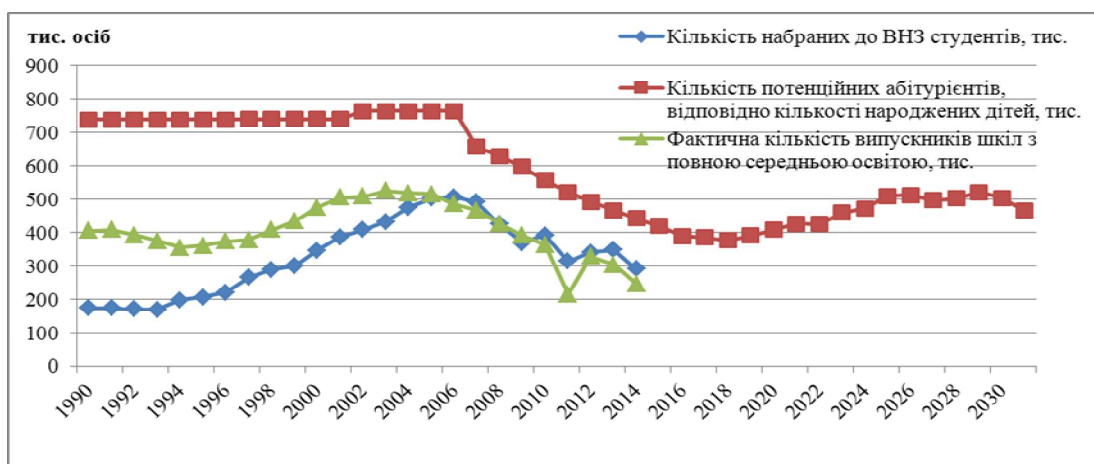


Рис. 2. Динаміка кількості випускників шкіл та вступників до ВНЗ в Україні від 1990 до 2014 р. [3]

Зазначену динаміку добре видно на рис.3, де розмір кола і, відповідно, число вказують на відсоток вступників вишів відносно кількості випускників шкіл. Значення цього показника, починаючи з 2006 року, перевищило 100 %, тобто до ВНЗ вступило більше осіб, ніж закінчило школу у відповідному році. Така ситуація пояснюється тим, що серед вступників враховують також студентів заочної та вечірньої форм навчання, на які часто вступають абітурієнти, що закінчили школу у попередні роки або отримують вже другу освіту. Частка таких студентів у загальній кількості вступників поступово зменшувалася і становила з 2011/2012 до 2014/2015 навчального

року відповідно 37,5; 35; 34 та 32 % (за результатами розрахунків на основі [3]). Певне зменшення питомої ваги вступників помітне у 2008 та 2009 роках, коли було оголошено проходження ЗНО як обов'язкову умову вступу до вишів. Помітно зменшилися кількість вступників у 2011 році, що пов'язано з тим, що у зв'язку із переходом з 11 на 12-річну середню освіту у цей рік учні, що мали закінчити школу, ще на рік продовжили своє навчання.

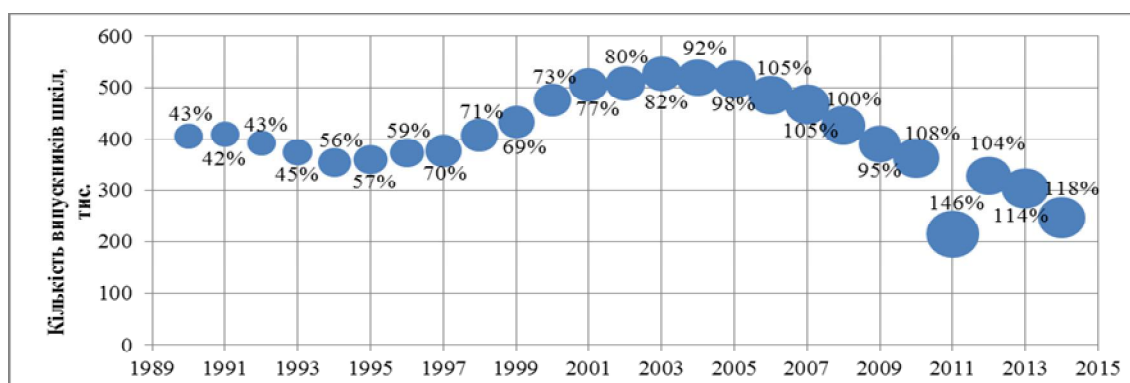


Рис. 3. Відсоток вступників ВНЗ від випускників шкіл в Україні [3]

Тенденція до щорічного збільшення відсотку вступників від потенційних абітурієнтів, з одного боку, виглядає як позитивна тенденція, що збільшує питому вагу населення з вищою освітою. З іншого боку, як фахова структура, так і якість отриманої освіти не відповідають ані світовим стандартам, ані запитам з боку вітчизняного бізнесу, тобто потенційного ринку праці випускників ВНЗ. Підтвердженням недостатності запиту на таку кількість фахівців з вищою освітою слугують результати дослідження [2], за якими 28 % серед опитаних працівників третьої групи країн [1] вказують на те, що їх рівень освіти вищий, ніж потрібен на фактичному місці роботи. У розвинених країнах такий показник становить 23 %. Водночас 6,4 % опитаних вказували на недостатній рівень своєї освіти відповідно до місця роботи. В розвинених країнах такий показник становить 16,5 %, тобто це свідчить як про їх вищий рівень розвитку економіки, так і про більшу зовнішню мотивацію вдосконалювати освіту з боку як ВНЗ, так і студентів. Показовим є також і те, що серед опитаних українців, що сказали про відповідність освіти своєму місцю роботи (в 3 групі це 65 %), майже половина зазначила, що офіційно отримана освіта була для них або взагалі некорисною, або корисною лише частково.

Отже, питання якості вищої освіти, як ніколи, стає актуальним. Згідно із ст. 1 Закону України “Про вищу освіту” якість останньої визначається як “рівень здобутих особою знань, умінь, навичок, інших компетентностей, що відображає її компетентність відповідно до стандартів вищої освіти” [8]. Із визначення видно, що “відповідальність” за якість покладено на стандарти вищої освіти, які за ст.10 цього ж Закону тлумачаться як сукупність вимог до змісту та результатів освітньої діяльності вищих навчальних закладів і наукових установ, що розробляються відповідно до Національної рамки кваліфікацій. Зазначені стандарти формуються, згідно із п.6 ст. 13 Закону, Науково-методичною радою за участі Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, а також науково-методичними комісіями, до складу яких входять представники держави, роботодавців та їх об'єднань, ВНЗ усіх форм власності, наукових та інших установ. Однією з принципових умов забезпечення підвищення якості освіти в зазначеному процесі визначення стандартів обов'язково має бути реальний зв'язок кваліфікаційних запитів сучасного бізнес-середовища, а також контроль за формуванням зазначених компетенцій у випускників вишів. Такий контроль можна проводити у вигляді незалежного тестування наукової та професійної компетентності на рівні міжнародних стандартів.

Стимулювальну до підвищення якості освіти функцію можуть виконувати незалежні моніторингові дослідження ВНЗ, а також максимально об'єктивні незалежні рейтинги українських університетів [9]. До речі, жоден з українських вишів ще не потрапляв до одного з найпрестижніших рейтингів “World Reputation Rankings” британської газети “Times”. Не став винятком й рейтинг 2015 року [10]. Водночас вже декілька останніх років ВНЗ України з'являються

в іншому відомому рейтингу кращих університетів світу – “QS World University Ranking”. Так, цього року у п’яту сотню (з восьми) потрапили Національний університет імені Т. Шевченка, ХНУ імені В. Н. Каразіна, у шосту сотню – НТУ України “Київський політехнічний інститут”, у сьому – Сумський державний університет, у восьму – ДонНУ та ХТУ “Харківський політехнічний інститут” [11].

Не менш важливого значення при формуванні конкурентоспроможної національної інноваційної системи набуває створення умов для ефективного розвитку наукової сфери в країні. В нашій державі наукова сфера, так само як і освітня, демонструють однакову ситуацію – прогрес якщо і можна спостерігати, то лише за окремими кількісними показниками. Причому не завжди збільшення кількісних оцінок призводить до зростання якісних. Так, за умови збільшення кількості аспірантів та докторантів, зростання кількості установ з аспірантурами і докторантурами ефективність останніх залишається дуже низькою. Так, у 2014 р. мали аспірантуру 482 навчальні та наукові заклади, ефективність якої за кількістю захищених дисертацій за останні п’ять років становить близько 25 %. Найбільший відсоток захищених дисертацій демонструють медичні науки (62,4 %), військові науки (45,5 %), в межах 30–33 % – філологічні, географічні, юридичні, педагогічні, політичні науки, а також фізичне виховання і спорт. Серед найнижчих показників – сільськогосподарські (12,1 %) та ветеринарні (5,6 %) науки, а також мистецтвознавство (9,8 %). Ефективність докторантури за 2010–2014 рр. коливається в межах від 26 до 33 %. Найбільша питома вага захищених докторських дисертацій спостерігається також у медичних науках (63,6 %), юридичних (47,6 %) та філологічних (41,7 %). Серед найменш ефективних – докторанти з державного управління (13,6 %) та з фізико-математичних наук (14,3 %) [12].

Ще одним індикатором тенденцій у сфері науки є динаміка частки витрат на дослідження і розробки (R&D) у ВВП, яка демонструє скорочення фінансування за 16 років на 40 % (рис. 4).

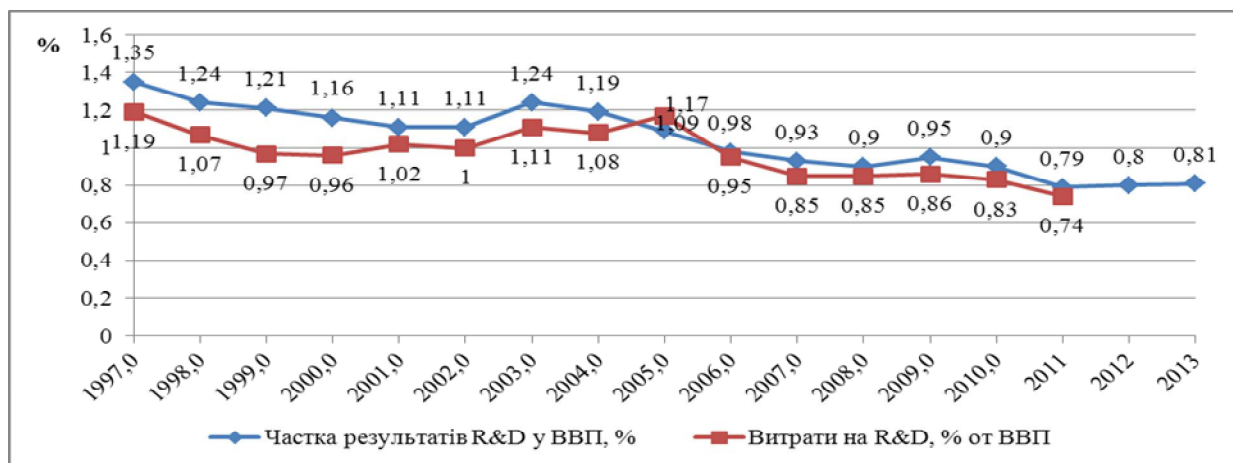


Рис. 4. Динаміка фінансування та результативності досліджень та розробок в Україні [12]

Окрім самої тенденції, неприпустимо низьким є саме розмір відсотка. Так, у 2013 році на R&D було спрямовано 0,81 % від ВВП, тоді як в розвинених країнах орієнтиром є 3 % (наприклад, в Німеччині – 2,92 %), а деякі країни витрачають до 4 % (Фінляндія – 3,55 %, Ізраїль – 3,93 %) [13]. Показовим є майже дублювання тренду частки результатів досліджень і розробок у ВВП, що свідчить про тісний зв’язок між їх значеннями (коефіцієнт кореляції Пірсона $r = 0,88$ при $\alpha = 0,01$).

Про ефективність наукової та освітньої складової інноваційної інфраструктури можна також робити висновки, відштовхуючись від складових Індексу глобальної конкурентоспроможності (ІГК) країни. За зазначеним рейтингом 2014–2015 рр. Україна посіла 76 місце з 144 країн світу, що є на три позиції нижче, ніж у попередньому рейтингу 2012–2013 [14]. Визначити основні рушійні сили в царині освіти та науки при формуванні конкурентоспроможності України можна, оцінюючи показники, наведені в табл. 2. Високі рейтинги спостерігаються лише за такими показниками, як “питома вага населення з вищою освітою” – № 13 (тобто за кількісною, а не якісною характеристикою) та “якість математичної та природничо-наукової освіти” – № 30 (також треба брати до уваги, що оцінюється рівень зазначеної освіти в школах). Утримують Україну на позиціях

вище середніх такі показники, як “питома вага населення із середньою освітою” – № 41 (знову, кількісна характеристика), “рівень науковців та інженерів” – № 48, який свідчить про те, що наша країна зберегла певний науковий потенціал. 52-гу позицію займає Україна з кількості заяв на патенти, оформлених за процедурою РСТ. Решта показників свідчить про невисокий рівень наукових розробок, впроваджених нових технологій, підвищення кваліфікації персоналу і взагалі низький інноваційний потенціал компаній. Дуже низький рівень демонструє показник “державні закупівлі технологічної продукції”, вказуючи ще на один нереалізований спосіб підтримки та стимулювання наукової та інноваційної активності.

Як приклад ефективного початку реорганізації системи освіти можна навести реформи в Грузії. Так, окрім спільних з Україною перетворень, таких як перехід на кредитно-модульне навчання, введення Єдиного національного вступного іспиту, акредитації та ліцензування, запроваджено Єдиний вступний іспит до магістратури, оптимізацію викладацького складу. Здобутком також вважається створення Національного центру розвитку якості освіти, який зокрема централізовано вирішує питання внутрішньої та міжнародної мобільності студентів [6]. Нова редакція Закону України “Про вищу освіту” також передбачає створення такої інституції, як Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, на яке буде покладено обов’язки зовнішнього забезпечення якості відповідно до стандартів та рекомендацій Європейського простору вищої освіти [8], але її ефективність буде зрозумілою з часом.

Разом з тим, система освіти Грузії, що функціонує прогресивно та без корупції, поки що не демонструє високої якості освіти випускників [15,16]. Підтвердженням цього є також і дані Світового економічного форуму, що свідчать про 92 позицію Грузії (з 144 країн) за показником “Вища освіта та навчання” в рейтингу глобальної конкурентоспроможності 2014–2015 [15]. Україна, як видно з табл. 2, за цим показником посідає 40 місце. Окрім цього, за результатами опитування в межах складання зазначеного рейтингу серед найвагомійших факторів, що заважають веденню бізнесу, є недостатньо освічена робоча сила, що отримала максимальну оцінку (20,2 % опитаних зазначили цей фактор). В Україні такий перелік очолила корупція (17,8 %) та політична нестабільність (14,0 %).

Тобто на шляху реформування наукової та освітньої сфер недостатньо просто викоренити корупцію та створити мережу функціонуючих інституцій – необхідно підняти рівень фаховості викладачів та науковців для забезпечення належного рівня стандартів викладацької діяльності та наукових досліджень. Одним з напрямів підвищення якості освіти та наукової діяльності може бути мобільність студентів, аспірантів, науковців та викладачів, зокрема і фінансування стажувань та навчання за кордоном. Сучасний стан цього питання (рис. 5) свідчить про щорічне збільшення кількості студентів, що їдуть вчитися до інших країн, причому за останні роки в’їхало в Україну студентів більше, ніж виїхало. Питома вага студентів, що виїхали вчитися за кордон у 2012 р., становила 11,5 % від вступників цього року та майже 2 % від загальної кількості студентів.

Таблиця 2

**Індекс глобальної конкурентоспроможності України 2014–2015 рр.
та його складові, пов’язані з наукою та освітою [14]**

№ субіндексу в ІГК (з 12)	Показник	№ в Рейтингу (з 144 країн)
5	ВИЩА ОСВІТА ТА НАВЧАННЯ	40
	<i>Кількісні показники</i>	14
	5.01. Питома вага населення із середньою освітою	41
	5.02 Питома вага населення з вищою освітою	13
	<i>Якість освіти</i>	65
	5.03. Якість системи освіти (відповідність конкурентній економіці)	72
	5.04. Якість математичної та природничо-наукової освіти	30
	5.05. Якість бізнес-освіти (освіти з менеджменту)	88
	5.06. Доступ до Інтернету в школах	67
	<i>Навчання за місцем роботи</i>	88
	5.07. Доступність якісних тренінгових послуг	84
	5.08. Ступінь навченості персоналу (скільки інвестують компанії)	92

№ субіндексу в ІГК (з 12)	Показник	№ в Рейтингу (з 144 країн)
9	РІВЕНЬ ТЕХНОЛОГІЙ	85
	<i>Використання технологій</i>	114
	9.01. Доступність новітніх технологій	113
	9.02. Застосування нових технологій на рівні організацій	100
	9.03. Прямі іноземні інвестиції та трансфер технологій	127
	<i>Використання ІКТ</i>	69
	9.04. Користувачі Інтернету	82
	9.05. Доступ до широкосмугового Інтернету	68
	9.06. Міжнародний інтернет-трафік	50
	9.07. Активні користувачі широкосмугового Інтернету	107
12	ІННОВАЦІЇ	81
	12.01. Інноваційний потенціал компаній	82
	12.02. Рівень досліджень науково-дослідних установ	67
	12.03. Витрати компаній на R&D	66
	12.04. Інтеграція R&D університетів та промисловості	74
	12.05. Державні закупівлі технологічної продукції	123
	12.06. Рівень науковців та інженерів	48
	12.07. Кількість заявок РСТ (за Договором про патентну кооперацію)	52
ІНДЕКС ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ		76

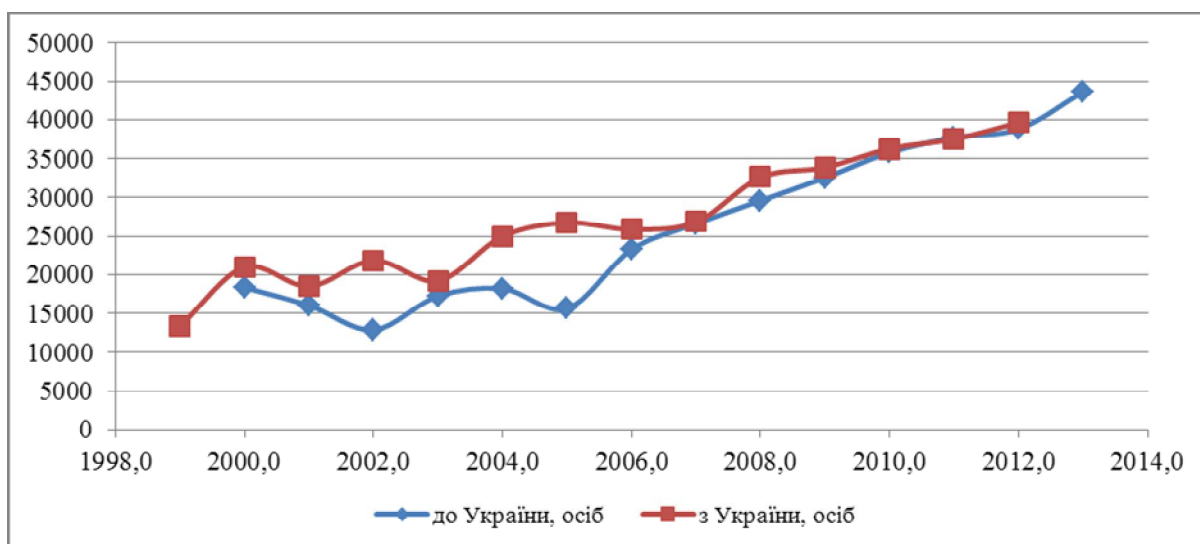


Рис. 5. Міжнародна мобільність студентів України [19]

Враховуючи брак фінансових ресурсів в українських наукових установах і вишах, за сучасних умов ефективною альтернативою є міжнародні європейські програми. Зараз найбільше можливостей пропонують програми Erasmus + [17] та HORIZON 2020. У березні 2015р. було підписано угоду про Асоціацію України в HORIZON 2020, забезпечивши українським юридичним особам доступ до повного спектру заходів, що фінансуються програмою, за тими самими принципами, що й для європейських структур [18].

Висновки

Формування конкурентоспроможної економіки в сучасних умовах залежить від ефективного функціонування в межах єдиної системи кожної складової національної інноваційної системи. Незадовільний стан вищої освіти і науки України, на наш погляд, є наслідком як історично сформованої еволюції розвитку, так і неефективного регулювання цієї сфери державою. Серед сформованих трендів у сфері вищої освіти можна згадати скорочення чисельності вступників до

ВНЗ, що є наслідком демографічних коливань, недостатній рівень якості отриманої випускниками вишів освіти на фоні необґрунтовано великої кількості освітніх закладів.

Вища освіта в Україні за роки незалежності пройшла певні періоди в своєму формуванні, впродовж яких її специфіка визначалася суспільними та економічними процесами в державі. Так, система освіти пройшла шлях від ґрунтовних стандартів через безконтрольне фінансове самозабезпечення до сучасного гібридного неефективного варіанта освіти зі старими радянськими традиціями централізованого управління і частково впровадженими стандартами європейського освітнього простору. Незадовільний стан наукової сфери пов'язаний як з нереалізованим, а часто й втраченим, потенціалом вітчизняної науки, так із низьким рівнем фінансування зазначеної сфери, який є в 4 рази меншим ніж у розвинених країнах. Неефективною є і її функціонування, про що свідчить низький рівень продуктивності аспірантури та докторантури, коли в середньому лише кожне четверте дослідження доходить до логічного завершення. Низьким є також й інноваційний рівень застосовуваних технологій та процесів у промисловості.

Водночас проблеми в царині української науки та освіти, відсутність українських вишів у ТОП-100 найкращих ВНЗ світу та невисокі міжнародні рейтинги складових національної інноваційної системи, на наш погляд, не слід розглядати як привід “списання з рахунків” нашої вищої освіти та науки, оскільки світові лідери знаходяться ніби в “іншій вазі”, а тому доцільніше коцентрувати зусилля на аналізі причин та факторів впливу на стан якості науково-освітньої сфери в Україні для досягнення її позитивної динаміки.

Перспективи подальших досліджень

Проведений аналіз характеристик системи вищої освіти та науки України, а також їх динаміки, не дає змоги отримати вичерпну інформацію щодо всієї сукупності чинників впливу на їх поточний стан та перспективи розвитку. Вимагають подальшого дослідження питання стимулювання та пошуку шляхів підвищення якості вітчизняної освіти як з боку державних органів, так й на рівні самих вишів.

1. Белл Д. *Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования: Пер. с англ. / Д. Белл. – 2ое изд., испр. и доп. – М.: Academia, 2004. – 788 с.*
2. Kipets O. *Education in transition and job mismatch: Evidence from the skills survey in non-EU transition economies. Kyoto Institute of Economic Research. February 2015. – 56 p.*
3. *Основні показники діяльності вищих навчальних закладів України на початок 2014/15 навчального року. Державний комітет статистики України. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.*
4. *Higher education institutions and their finances in 2013 - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://stat.gov.pl/en/topics/education/education/higher-education-institutions-and-their-finances-in-2013,2,7.html>.*
5. *Польсько-українські академічні стосунки [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.cedos.org.ua/uk/osvita/polsko-ukrainski-akademichni-stosunki>.*
6. *National Statistics Office of Georgia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.geostat.ge>.*
7. Сафонова В. Є. *Прогнозні аспекти розвитку вищої освіти в умовах демографічної кризи в Україні / В. Є. Сафонова // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія : Економіка. – 2010. – Вип. 8. – С. 122–129.*
8. *Закон України “Про вищу освіту” – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.*
9. *Аналітичний звіт про віртуальний “круглий стіл” на тему “національне агентство із забезпечення якості вищої освіти: крок уперед чи нова ширма старої системи?” – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://education-ua.org/>.*
10. *The World Reputation Rankings – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2015/reputation-ranking>.*
11. *QS World University Rankings 2014/15- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2014>.*
12. *Підготовка наукових кадрів у 2014 році. Статистичний бюлетень. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.*
13. *Research and development expenditure (% of GDP) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS/countries?display=default>.*
14. *Світовий Економічний Форум - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015>.*
15. *Orkodashvili, Mariam*

(2010): *Corruption in higher education: causes, consequences, reforms - the case of Georgia*. Munich Personal RePEc Archive - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/27679/>. 16. *Georgia's Education System Reforms: Corruption is Gone but Where is the Quality?*/A.Sarychev, E.Livny. ISETECONOMIST - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.iset.ge/blog/?p=1778> 17. *Національний Еразмус+ офіс в Україні* - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.erasmusplus.org.ua/> 18. *Ukraine joins Horizon 2020 to work with EU in science and research*- [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4640_en.htm. 19. *Інститут статистики ЮНЕСКО* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://data.uis.unesco.org/>.

УДК 338.246:339.17

А. О. Черчик

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

ОЦІНКА ДІЄВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ – СУБ'ЄКТІВ ЗЕД

© Черчик А. О., 2015

Систематизовано методичні підходи до оцінювання економічної безпеки підприємства, запропоновано авторське трактування дієвості системи управління економічною безпекою підприємства, діагностовано стан економічної безпеки досліджуваного підприємства, удосконалено методику оцінювання дієвості системи управління економічною безпекою, яку апробовано на матеріалах підприємства, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність.

Ключові слова: підприємство, економічна безпека, зовнішньоекономічна діяльність підприємства, дієвість системи управління економічною безпекою підприємства.

A. Cherchyk

Lesya Ukrainka Eastern European National University

THE EFFICACY MANAGEMENT SYSTEMS ECONOMIC SECURITY – SUBJECTS OF FOREIGN TRADE

© Cherchyk A., 2015

In the article systematized methodical approaches to the estimation of economic security, proposed the authorial interpretation of management effectiveness of economic security, made the diagnosis of economic security company investigated, improved methodology for assessing management effectiveness of economic security that the materials tested undertaking foreign trade.

Key words: enterprise, economic security, foreign trade enterprises, management efficiency of economic security.

Постановка проблеми

В умовах інтеграції економіки України в світовий економічний простір, нестабільності та агресивності зовнішнього середовища, посилення конкуренції важливою складовою системи управління підприємством є забезпечення економічної безпеки. Досягнення та підтримка бажаного рівня економічної безпеки дає змогу підприємству не лише зберегти свою частку ринку, але й отримати перевагу над конкурентами. В таких умовах вкрай актуальним є питання ведення

господарства на раціональних засадах, що передбачає мінімізацію ризиків, втрат та максимізацію прибутку. Наявність дієвої системи управління економічною безпекою дає можливість швидко виявити та локалізувати загрози його діяльності.

Однак попри вагомий доробок, зміна умов зовнішнього середовища, реалій ринку, особливостей конкуренції в галузі зумовлює необхідність удосконалення та розвитку методичного інструментарію оцінювання стану економічної безпеки підприємства та дієвості системи управління нею, що зумовлює актуальність та вибір теми, мету та цілі дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Теоретико-методичні та прикладні аспекти управління фінансово-економічною безпекою підприємств викладено в працях Л. Абалкіна, М. Бендікова, І. Бінько, М. Бермента та І. Русмана, В. Геєця, Г. Графова, А. Єпіфанова, Я. Жаліла, А. Козаченка, Ю. Кракоса і Р. Разгона, В. Лазаренка, Т. Філіпенка, А. Ляшенка, Б. Мізюка, В. Мунтіяна, О. Підхомного та Л. Яструбецької, В. Пономарьова, М. В. Фоміної та інших.

До основних методичних підходів до оцінювання економічної безпеки підприємств належать: індикаторний [1]; програмно-цільового управління і розвитку [2]; ресурсно-функціональний [3]; інвестиційний [4]; критичних порогових значень [5]; нормативних значень множини фінансово-економічних показників [6]; модель Ю. Кракоса, Р. Разгона [7]; комплексного оцінювання економічної безпеки підприємства [8]; інноваційний [9]; матриці динамічної фінансової рівноваги [10].

Постановка цілей

Метою дослідження є оцінювання дієвості системи управління економічною безпекою підприємств. Реалізація мети зумовлює постановку таких цілей:

- систематизувати й узагальнити методичний інструментарій дослідження економічної безпеки підприємства;
- обґрунтувати сутність дієвості системи управління економічною безпекою підприємства;
- оцінити рівень економічної безпеки підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність;
- оцінити дієвість системи управління економічною безпекою досліджуваних підприємств.

Виклад основного матеріалу

Удосконалення методичних підходів до оцінювання дієвості системи управління економічною безпекою підприємства передбачає уточнення сутності низки понять: економічна безпека підприємства, система управління економічною безпекою підприємства, дієвість системи управління економічною безпекою підприємства. Вивчення наукових праць дало змогу виокремити різні підходи до трактування сутності цих понять, зокрема системний, факторний, ресурсний, інституційний, комплексний, оптимізаційний, оснований на теорії конкуренції, оснований на теорії життєвого циклу [11].

На нашу думку, економічну безпеку можна трактувати як явище і як певну характеристику стану підприємства. Для цього дослідження актуальним є останній підхід, згідно з яким економічна безпека – це такий стан підприємства, за якого воно володіє достатніми ресурсами, має доступ до ринків, конкурентні переваги для реалізації поставлених цілей розвитку, виконання місії та забезпечення конкурентоспроможності на довготермінову перспективу. Досягнення такого стану визначатиметься дієвістю системи управління економічною безпекою підприємства, яку ми розглядаємо як сукупність методів, прийомів, процедур, що використовуються певними підрозділами менеджменту підприємства, спрямованих на ефективне використання ресурсів, захищеності від зовнішніх і внутрішніх загроз, реалізацію поставлених цілей, забезпечення конкурентоспроможності. Зауважимо, що важливою складовою економічної безпеки є фінансова безпека, а показники, які її характеризують, переважно є результативними, тому беруться за основу під час оцінювання рівня економічної безпеки.

На основі аналізу підходів до формування системи індикаторів економічної безпеки підприємства зроблено висновок, що найповнішою і такою, що враховує погляди інших

дослідників, є система фінансових показників та їх граничних значень, та модель, яку запропонували Ю. Кракос, Р. Разгон [7], яка формалізує процес визначення рівня економічної безпеки підприємства й оцінювання його як комплексної величини, що характеризується системою індикаторів: ефективністю управління; платоспроможністю і фінансовою стійкістю; діловою активністю; ринковою стійкістю (ефективністю використання майна); інвестиційною привабливістю. Проте у методиці зроблено акцент на фінансовій складовій, тому для глибшого оцінювання використаємо метод оцінювання конкурентоспроможності підприємства, оснований на теорії ефективної конкуренції. Згідно з цією теорією найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, де якнайкраще організовано роботу підрозділів. В основу методу покладено оцінювання за чотирма груповими показниками. Показники першої групи характеризують ефективність управління виробничим процесом, економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення товару, організацію праці на виробництві; другої – відображають ефективність управління обіговими засобами; третьої, котрі дають змогу отримати уявлення про ефективність управління збутом та просуванням товару на ринку за допомогою реклами та стимулювання; четвертої – це показники конкурентоспроможності товару. Цей метод, на нашу думку, дає можливість найбільш точно і об'єктивно оцінити дієвість системи управління економічною безпекою, оскільки ці показники відображають ефективність виробничої діяльності, фінансовий стан, ефективність збуту.

Отже, авторська методика оцінювання дієвості системи управління економічною безпекою підприємства містить такі етапи:

- 1) обґрунтування груп показників, які буде використано;
- 2) наповнення груп показників;
- 3) вибір методів дослідження;
- 4) розрахунок інтегрального показника.

Запропоновані методичні підходи апробовано на матеріалах ПрАТ СП “Теріхем-Луцьк” – підприємства хімічної промисловості з участю іноземного капіталу, яке спеціалізується на виробництві плівок на експорт.

У процесі дослідження оцінено фінансовий стан за такими групами показників: ефективності використання майна; ділової активності; ліквідності та платоспроможності; дебіторської та кредиторської заборгованості, зокрема ризику банкрутства) та конкурентоспроможності, інтегральний показник якого, за нашим підходом, характеризує дієвість системи управління економічною безпекою підприємства.

У 2011–2013 рр. фінансовий стан підприємства був задовільним, проте у 2014 р. виникла тенденція до зниження певних показників, що негативно впливає на його економічну безпеку. Дослідження показників фінансового стану дозволило використати трикомпонентний показник ідентифікації типу фінансової стійкості, значення якого підтвердило, що у 2014 році підприємству був властивий нестійкий фінансовий стан, коли запаси забезпечувалися за рахунок власних оборотних коштів і довгострокових позикових джерел та короткострокових кредитів та позик.

Потім було застосовано модель комплексної діагностики ризику ймовірного банкрутства У. Бівера. Отримано такі результати за 2011–2013 роки:

- рентабельність активів дещо зменшується, що підтверджує незначне погіршення стану;
- коефіцієнт концентрації залученого капіталу високий, але зменшується, що свідчить про значну частину залученого капіталу у загальній сумі активів підприємства, низьку фінансову стійкість підприємства;
- коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами має тенденцію до збільшення, а отже, до поліпшення стану, незначна частина оборотних активів фінансується завдяки позиковому капіталу;
- коефіцієнт покриття високий і збільшується, отже, є тенденція до поліпшення стану, достатність оборотних засобів для покриття поточних боргів;
- коефіцієнт Бівера (0,053 – 0,058) свідчить про незначне погіршення стану, задовільну структуру балансу підприємства і невисоку ймовірність банкрутства.

У 2014 році спостерігається тенденція до погіршення низки показників.

Проаналізувавши імовірність банкрутства ПрАТ “Теріхем-Луцьк” за 3 роки, за моделлю Альтмана можна зробити такі висновки: у 2012 році $Z = 2,73$, отже, ймовірність банкрутства можлива; у 2013 році $Z = 3,2$, отже ймовірність банкрутства дуже низька; у 2014 році $Z = 2,71$, отже, ймовірність банкрутства можлива.

Тобто, за результатами комплексної діагностики ризику ймовірного банкрутства ПрАТ СП “Теріхем-Луцьк” (за більшістю методик оцінювання ймовірності банкрутства), можна зробити висновок, що існує ймовірність банкрутства досліджуваного підприємства, тому воно повинно вжити заходів для підвищення рентабельності, ліквідації недоліків в управлінні, що гарантуватиме його нормальне функціонування і розвиток у середньо- і довгостроковій перспективі.

Як зазначалось вище, для оцінювання дієвості системи управління економічною безпекою підприємства використаємо методику оцінювання конкурентоспроможності, основаної на теорії ефективної конкуренції. Розрахувавши відповідні коефіцієнти для ПрАТ СП “Теріхем-Луцьк”, визначимо коефіцієнт конкурентоспроможності, який є критерієм дієвості системи управління економічною безпекою підприємства. Для цього переведемо значення проаналізованих коефіцієнтів за три останні роки в бали, взявши за основу порівняння 2012 р. (таблиця). Для переведення показників у відносні величини використовуємо 15-бальну шкалу. При цьому значення “5 балів” надається показнику, який гірший за базовий; “10 балів” – на рівні базового; “15 балів” – значення показника, більше за базовий.

Оцінка дієвості системи управління економічною безпекою підприємства за критеріями конкурентоспроможності

Критерії та показники конкурентоспроможності	Роки			Бали (відносні показники)	
	2012	2013	2014	2013	2014
1. Показник ефективності виробничої діяльності підприємства (ЕП)					
1.1. Показник витрат на одиницю продукції (В)	1,223	1,461	1,381	5	5
1.2. Показник фондovіддачі (Ф)	2,8	3,1	6,2	15	15
1.3. Показник рентабельності товару (РТ)	0,136	0,144	0,115	15	5
1.4. Показник продуктивності праці (ПП)	1335,9	1367,2	2332,6	10	15
2. Фінансовий стан підприємства (ФС)					
2.1. Коефіцієнт автономії (КА)	0,722	0,688	0,058	5	5
2.2. Коефіцієнт платоспроможності (КП)	0,521	0,383	0,149	5	5
2.3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (КЛ)	0,078	0,236	0,259	15	15
2.4. Коефіцієнт обіговості обігових засобів (КО)	3,335	2,474	2,359	5	5
3. Ефективність організації збуту та просування товару (ЕЗ)					
3.1. Рентабельність продаж (РП)	12,5	15,7	13,1	15	15
3.2. Коефіцієнт затовареності готовою продукцією (КЗ)	0,92	1,607	0,88	15	5
3.3. Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей (КМ)	1,443	1,557	1,668	15	15
3.4. Коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту (КР)	0,094	0,121	0,095	15	10

Примітка. Розраховано автором.

Розрахунок критеріїв конкурентоспроможності підприємства здійснено за методикою.

Значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства розраховують за формулою:

$$ЕП = 0,31В + 0,19Ф + 0,4РТ + 0,1 ПП; \quad (1)$$

$$У 2013 році \quad ЕП = 11,4, \quad у 2014 році \quad ЕП = 7,9.$$

Критерій фінансового стану підприємства:

$$ФС = 0,29 КА + 0,2 КП + 0,36КЛ + 0,15 КО \quad (2)$$

$$У 2013 році \quad ФС = 8,6, \quad у 2014 році \quad ФС = 8,6.$$

Критерій ефективності організації збуту та просування товару:

$$E3 = 0,37 \text{ РП} + 0,29 \text{ КЗ} + 0,21 \text{ КМ} + 0,14 \text{ КР} \quad (3)$$

У 2013 році $E3 = 15,15$, у 2014 році $E3 = 11,65$.

Завершальним етапом оцінювання є розрахунок коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства:

$$\text{ККО} = 0,15 \text{ ЕП} + 0,2 \text{ ФС} + 0,23 \text{ ЕЗ}. \quad (4)$$

Значення коефіцієнта у 2013 році $\text{ККО} = 6,91$, у 2014 році $\text{ККО} = 2,905$.

Отже, можна зробити висновок, що дієвість системи управління економічною безпекою ПрАТ СП “Теріхем-Луцьк” у 2013 році була вищою, ніж у 2012 році, проте у 2014 році вона суттєво знизилась.

У процесі дослідження на підприємстві у період 2012–2014 рр. виявлено такі негативні моменти: відсутність стратегічного планування діяльності підприємства; збитковість діяльності у 2014 р.; високий рівень дебіторської і кредиторської заборгованості; невикористання довгострокових кредитів при формуванні пасивів підприємства; низька зацікавленість працівників у підвищенні продуктивності праці.

З метою усунення вказаних недоліків, для підвищення ефективності діяльності та забезпечення економічної безпеки ПрАТ СП “Теріхем-Луцьк” у майбутньому пропонуємо: залучити зовнішніх консультантів для розроблення і впровадження стратегії діяльності підприємства; удосконалити систему преміювання персоналу підприємства; провести додаткову капіталізацію підприємства шляхом залучення коштів у власників; змінити агресивну політику управління активами і пасивами на помірну чи консервативну; вивчити можливості залучення довгострокових кредитів та їх отримання. В комплексі з додатковою капіталізацією це дасть змогу за порівняно невеликий проміжок часу змінити структуру пасивів підприємства та підвищити фінансову стійкість підприємства; для зменшення втрат від курсових різниць доцільно частково переорієнтувати свою діяльність на внутрішній ринок БОПП-плівки, де склалася сприятлива ситуація для нарощення частки ринку, що збільшить прибутковість діяльності підприємства.

Висновки

1. Складність управління економічною безпекою підприємства полягає у тому, що немає достатньої кількості теоретичних і практичних методик її досягнення та підтримання. На наш погляд, для досліджуваного підприємства основними засобами забезпечення економічної безпеки є розроблення стратегії підприємства; управління експортним потенціалом підприємства, постійне його зміцнення й розвиток; забезпечення виконання зобов'язань, що випливають з договорів та угод із зарубіжними партнерами; вивчення кон'юнктури іноземних ринків, збирання і накопичення відповідної інформації; забезпечення ефективності експортно-імпортних операцій.

2. Результати досліджень свідчать про те, що система управління економічною безпекою підприємства є задовільною, хоча є певні параметри, які потребують допрацювання, зокрема: система підготовки персоналу, культура виробництва, структурні зрушення та інвестиційна політика відповідно до пріоритетів розвитку; зниження ресурсомісткості продукції, витрат виробництва; оптимізація асортименту.

3. Система управління економічною безпекою підприємства повинна постійно розвиватися і вдосконалюватися, пристосовуватися до змін зовнішнього середовища. Функціонування системи управління економічною безпекою повинно відбуватися у взаємодії з загальною системою управління підприємством.

4. Враховуючи виявлені під час аналізу недоліки у господарській діяльності підприємства, умови зовнішнього середовища, а також запропоновані рекомендації щодо покращення фінансово-економічного стану ПрАТ СП “Теріхем-Луцьк”, слід обрати стратегію розвитку фірми на найближчі роки. Загальна стратегія задає параметри стратегічного набору, тому, беручи до уваги те, що досліджуване підприємство знаходиться на стадії зростання, а також наявні ринкові можливості, пропонуємо використати стратегію експансії, яка здійснюватиметься завдяки розвитку наявного

виробничого потенціалу, розширення асортименту продукції, поступового нарощення частки зовнішнього та внутрішнього ринків.

5. Девальвація гривні призвела до зростання конкурентоспроможності української продукції внаслідок зменшення її собівартості в доларовому еквіваленті. Тому, враховуючи наявні можливості зовнішнього середовища, власні сильні сторони підприємства, підприємству необхідно наростити обсяги виробництва, що дасть змогу ще більше здешевити продукцію (внаслідок зменшення питомих постійних витрат) за незмінної її якості. Це дасть змогу витіснити імпортерів та збільшити частку фірми на українському ринку БОПП-плівок, підвищити показники ефективності виробництва.

6. Розробляючи конкурентну стратегію ЗЕД, доцільно врахувати, що ПрАТ СП “Теріхем-Луцьк” орієнтуються одночасно і на ціну, і на якість товару. Тому варто прийняти рішення про формування конкурентних переваг на основі стратегії оптимальних витрат. Ця стратегія переважає чисті стратегії низьких витрат чи диференціації, оскільки дає змогу підприємству використовувати конкурентну перевагу як однієї, так і іншої стратегії. Її використання дасть можливість створювати вищу цінність, що відповідає чи переважає купівельні очікування в шкалі “якість – обслуговування – характеристики товару” і одночасно переконує покупців у розумності ціни.

Перспективи подальших досліджень

На підставі проведених досліджень зроблено висновок про необхідність розроблення механізму забезпечення економічної безпеки підприємства, в основу якого має бути покладено стратегічний підхід та принципи ситуативного управління підприємством, на що буде скеровано подальші дослідження автора.

1. Шлемко В. Т. Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення / В. Т. Шлемко, І. Ф. Бінько. – К. : НІСД, 1997. – 144 с. 2. Забродський В. А. Власність, економічна безпека і держава / В. А. Забродський, М. О. Кизим // Економічна кібернетика. – 2000. – № 3–4. – С. 58–63. 3. Основы экономической безопасности: государство, регион, предприятие, личность : учеб.-практ. пособие / [под ред. Е. А. Олейникова; Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова]. – М. : Интел-Синтез, 1997. – 288 с. 4. Моделирование экономической безопасности: держава, регион, підприємство : монографія / [за ред. В М Геєця. – Х. : ІНЖЕК, 2006. – 240 с. 5. Бендиков М. А. Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития / М. А. Бендиков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 2. – С. 17–29. 6. Графова Г. Ф. Экономические проблемы антикризисного управления / Г. Ф. Графова. – М. : Изд-во экономико-правовой лит-ры, 2006. – 288 с. 7. Кракос Ю. Б. Управління фінансовою безпекою підприємств / Ю. Б. Кракос, Р. О. Разгон // Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського “ХАІ”. – Сер.: Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики, 2008. – № 1(1) 96. 8. Фінансова безпека підприємств і банківських установ : монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А. О. Єпіфанова / А. О. Єпіфанов, О. Л. Пластун, В. С. Домбровський та ін. – Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2009. – 295 с. 9. Шкарлет С. М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект : монографія / С. М. Шкарлет. – К. : Книжкове вид-во Національного авіаційного університету, 2007. – 435 с. 10. Підхомний О. Типологія загроз фінансовій безпеці суб’єктів підприємницької діяльності / О. Підхомний, Н. Микитюк, І. Вознюк // Зб. наук. праць “Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку”. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2007. – С. 119–123. 11. Васильців Т. Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : монографія / Т. Г. Васильців, В. І. Волошин, О. Р. Бойкевич, В. В. Каркавчук [за ред. Т. Г. Васильціва]. – Львів : ВИДАВНИЦТВО, 2012. – 386 с.

¹М. І. Диба, ¹А. Г. Загородній, ²Г. О. Партин
 Національний університет “Львівська політехніка”,
¹кафедра обліку та аналізу
²кафедра фінансів

АСИМЕТРІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

© Диба М. І., Загородній А. Г., Партин Г. О., 2015

Розглянуто проблему асиметрії інформації в підприємницькій діяльності, зокрема: сутність асиметрії інформації та її відмінність від повноти інформації; причини виникнення інформаційної асиметрії; вплив асиметрії інформації на ефективність діяльності суб'єктів господарювання; види асиметрії інформації та їхня сутність.

Розкрито джерела та причини виникнення асиметрії обліково-аналітичної інформації, зокрема специфічні причини, які зумовлені формуванням цієї інформації, а саме: наявність різних моделей обліку, паралельне використання фінансового і податкового обліку, можливість використання підприємствами елементів облікової політики, відсутність нормативних документів щодо обчислення аналітичних показників.

Ключові слова: асиметрія інформації, причини асиметрії інформації, види асиметрії інформації, асиметрія обліково-аналітичної інформації.

M. I. Dyba, A. G. Zagorodniy, H. O. Partyn
 Lviv Polytechnic National University

ASYMMETRY OF ACCOUNTING AND ANALYTICAL INFORMATION AND ITS IMPACT ON MANAGEMENT DECISION MAKING

© Dyba M. I., Zagorodniy A. G., Partyn H. O., 2015

The problem of information asymmetry in entrepreneurial activity has been considered, in particular: the nature of information asymmetry and its difference from the completeness of information; the reasons for information asymmetry emergence; the impact of asymmetric information on the operating efficiency of business entities; the types of information asymmetry and their essence.

The sources and the reasons for asymmetry of accounting and analytical information have been developed, including specific factors, caused by the forming of this particular information: the existence of different accounting models, the concurrent use of financial and tax accounting, the possibility of application of accounting policy elements, the lack of regulatory documents for analytical indicators calculating.

Key words: information asymmetry, reasons for information asymmetry, types of information asymmetry, asymmetry of accounting and analytical information.

Постановка проблеми

Підприємницька діяльність на будь-якому ринку супроводжується певним рівнем ризику і невизначеності, які зумовлені неповнотою та недосконалістю інформації. Проте, як стверджує професор економіки Колумбійського університету, лауреат Нобелівської премії з економіки Джозеф Стігліц, “протягом двохсот років економісти використовували прості економічні моделі, побудовані на припущенні про повноту і точність інформації, тобто на тому, що всі зацікавлені сторони володіють ідентичною загальнодоступною інформацією з певного питання. При цьому було зрозуміло, що сказане не відповідає дійсності, але усі сподівалися, що наявністю невеликих інформаційних неточностей можна знехтувати, приймаючи повноту інформації за аксіому” [1]. Хибність такого підходу полягає в тому, що в ринковому середовищі навіть незначні, на перший погляд, чинники, можуть суттєво впливати на розвиток економіки. Водночас повністю врахувати всі чинники, які впливають на ринкові процеси, практично неможливо.

Недостатність чи відсутність інформації для точного оцінювання впливу окремих чинників, складність у прогнозуванні наслідків їхньої взаємодії – ці обставини визначають рівень невизначеності умов господарювання підприємств. Складова невизначеності на українському ринку посилюється як нестабільністю економіки, так і відсутністю сформованого ринку інформаційних послуг і налагодженою його взаємодією з іншими видами ринків. За таких обставин особливо актуальним є вирішення проблеми інформаційного дефіциту, що дасть змогу знизити рівень невизначеності умов прийняття управлінських рішень, а, відповідно, і рівень підприємницького ризику. Проблема інформаційного дефіциту безпосередньо пов'язана із проблемою асиметрії інформації.

Проблему асиметрії інформації в своїх працях розглядали такі науковці як А. Агравал, Дж. Акерлоф, Р. Барклей, Л. Ботаз, В. Брент, Дж. Вейант, М. Джеймс, Р. Джаймс, Єв-Мінч Чіа, М. Леарі, П. Манас, Г. Пур, М. Робертс, К. Шу та інші. Вагомий внесок у розроблення цієї проблематики зробили й українські економісти, зокрема Н. Балдин, В. Євдокимов, М. Єрмошенко, Я. Жаліно, Г. Заграй, В. Іванова, О. Костюк, В. Москаленко, В. Огієнко, С. Чистяков.

Актуальність проблеми асиметрії підтверджується і тим, що Нобелівський комітет двічі премію в галузі економіки присуджував науковцям які досліджували цю проблему: у 1996 р. американському економісту, професору Колумбійського університету В. Вікрі та шотландському економісту, професору економіки, викладачу Оксфордського та Кембриджського університетів Дж. Міррісу за фундаментальний внесок в економічну теорію стимулів і асиметричної інформації, а в 2001 р. – американським економістам Дж. Акерлофу з Каліфорнійського університету в Берклі, М. Спенсу зі Стенфордського університету та Дж. Стігліцу з Колумбійського університету за дослідження у сфері аналізу ринків із асиметричною інформацією.

Високо оцінюючи внесок цих науковців у розроблення теоретичних і прикладних аспектів асиметрії інформації, варто зазначити, що питання асиметрії інформації, яку формують у системах обліково-аналітичного забезпечення менеджменту підприємств, залишилися поза їхньою увагою.

Мета статті

Розкрити особливості асиметрії облікової та аналітичної інформації та її вплив на прийняття управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу

Сутність асиметрії інформації полягає в тому, що суб'єкти підприємництва, які функціонують на певному ринку і є потенційними або реальними діловими партнерами, володіють нерівноцінною або асиметричною інформацією щодо підприємницького проекту та умов його реалізації, якості та вартості предмета угоди, рівня підприємницького ризику, пов'язаного із участю в реалізації проекту та виконанням певних договірних зобов'язань, іншими сприятливими чи несприятливими чинниками, які можуть вплинути на ефективність угоди.

Асиметрія інформації відрізняється від повноти інформації. І асиметрія, і повнота є характеристиками інформації, проте асиметрія – це характеристика нерівномірності інформації між суб'єктами, тоді як неповнота характеризує наявний обсяг інформації відносно її вичерпного, необхідного і достатнього обсягу [2, с. 115; 3, с. 32].

Отже, асиметрія інформації знижує як ефективність економіки загалом, так і ефективність діяльності суб'єктів господарювання зокрема. Така інформаційна ситуація зумовлена низкою причин:

– по-перше, макроекономічною причиною виникнення асиметрії інформації є несформованість ринку інформаційних послуг. Наявність ефективно функціонуючого інформаційного ринку передбачає, насамперед, можливість вільного обігу інформації як предмета угод купівлі-продажу;

– по-друге, збирання (купівля) інформації передбачає додаткові попередні витрати партнерів. Величезні інформаційні масиви не дають змоги зібрати абсолютно всю інформацію щодо певного об'єкта чи суб'єкта через обмеженість коштів. Крім того, зібрана інформація може бути нерелевантною. Тому рівень поінформованості кожного з партнерів може безпосередньо залежати від їхніх фінансових можливостей;

– по-третє, доволі часто інформація може бути надбанням тільки одного ділового партнера, краща поінформованість якого дає йому змогу керувати ситуацією та диктувати умови укладання угоди. В таких випадках можливе умисне ненадання контрагентові повної інформації;

– по-четверте, інформаційний потенціал кожного з партнерів залежить безпосередньо від його досвіду, компетентності, рівня спеціалізації та інших об'єктивних чинників, вплив яких на формування інформаційної ситуації можна вважати позитивним;

– і, по-п'яте, у разі сумнівів щодо достовірності інформації її перевірка вимагатиме додаткових витрат, через що власник такої інформації не завжди прагнучиме до підвищення рівня її достовірності.

Американські науковці Дж. Акерлоф і Дж. Стігліц на підставі результатів своїх досліджень стверджують, що економічна інформація є ендогенною, тобто такою, що формується у процесі спілкування суб'єктів-учасників угоди, контрагентів тощо. Через це вона не може бути досконалою, оскільки залежить від свідомих дій осіб, які є економічними агентами їхніх інтересів, та особистісних (когнітивних) якостей. Вони ж довели, що інформація не є звичайним благом, оскільки вона не має властивостей товару до моменту її розкриття (через те, що на той час її цінність не визначено) і втрачає сенс після її розкриття.

Втрати суб'єктів господарювання внаслідок асиметрії інформації полягають у [5]:

- втраті конкурентних переваг;
- звуженні сегмента ринку;
- недотриманні стратегічної мети і завдань;
- зростанні загроз, пов'язаних з операційною, інвестиційною та фінансовою діяльністю, а також з надзвичайними подіями;
- збільшенні частки інсайдерських операцій на фондовому ринку і, відповідно, інвестиційних ризиків;
- недоотриманні доходів і чистого прибутку, зумовлених асиметрією інформації про товар;
- збільшенні трансакційних витрат;
- зниженні мотивації щодо інноваційної діяльності;
- зростанні витрат на зменшення рівня асиметричності;
- наявності латентних (прихованих) загроз, дії та характеристик;
- збільшенні ймовірності вибору неоптимальних рішень серед альтернативних;
- створенні можливостей для реалізації опортуністичної поведінки контрагентів;
- неефективному розподілі ресурсів.

Переваги в інформаційному забезпеченні однієї зі сторін економічних відносин створюють умови для отримання нею додаткових доходів – так званої інформаційної ренти [6]. Інформація є як ресурсом, що має економічну цінність, так і джерелом конкурентних переваг та засобом зниження невизначеності й ризику.

Виникнення теорії асиметрії інформації, яка ґрунтується на теорії невизначеності і ризику, пов'язують з дослідженнями В. Вікрі та Дж. Міррліса ринку уживаних автомобілів. На основі аналізу цього ринку науковці розробили концепцію, суть якої полягає в тому, що наявність асиметрії інформації зумовлює тенденцію до зменшення середньої якості товару та до звуження самого ринку. Цю теорію було розвинуто в дослідженнях американського економіста Дж. Акерлофа, який в науковій праці "Ринок лимонів" (1970 р.) показав значення асиметрії інформації в оцінюванні якості товарів. Надалі цій темі було присвячено велику кількість наукових праць закордонних та українських авторів.

Асиметрія інформації властива будь-якому ринку і внаслідок специфіки кожного з них володіє певними характеристиками. Аналіз інформаційних ситуацій, що виникають у практичній діяльності суб'єктів господарювання, свідчать про велику кількість видів асиметрії інформації, які можна класифікувати за ознаками, наведеними в табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація видів асиметрії інформації

Ознака класифікації	Види асиметрії інформації
1	2
Причини виникнення	<ul style="list-style-type: none"> • умисна асиметрія – створювана контрагентами господарських відносин з розрахунку на додатковий прибуток чи на уникнення ймовірних збитків; • неумисна асиметрія – виникає, як правило, у випадках, коли мета збирання та опрацювання інформації не відповідає призначенню, за яким ця інформація використовуватиметься пізніше
Предмет інформації	<ul style="list-style-type: none"> • інформація щодо об'єкта підприємницької діяльності; • інформація щодо суб'єкта підприємництва
Кількість сторін господарських відносин, що зазнають впливу асиметрії інформації	<ul style="list-style-type: none"> • одностороння асиметрія; • двостороння асиметрія; • багатостороння асиметрія

1	2
Частка асиметрії у повному обсязі інформації	<ul style="list-style-type: none"> • повна асиметрія; • часткова асиметрія
Рівень допустимості	<ul style="list-style-type: none"> • допустима асиметрія (згідно з чинним законодавством, умовами договору тощо); • недопустима асиметрія
Масштаб поширення	<ul style="list-style-type: none"> • систематична асиметрія – зумовлена несформованістю інформаційного ринку; • специфічна інформація – зумовлена фінансовими можливостями та досвідом суб'єкта підприємництва щодо збирання (купівлі) необхідної інформації
Час виникнення подій чи явищ, які є об'єктом асиметрії інформації	<ul style="list-style-type: none"> • наявна асиметрія; • потенційно можлива асиметрія – стає наявною одночасно з реальним виникненням подій, що є об'єктом асиметрії інформації

З огляду на те, що найважливішими якісними властивостями інформації є її об'єктивність, достовірність, повнота, точність, актуальність та корисність, В. О. Москаленко [7] запропонував інший підхід до класифікації асиметрії інформації, з виділенням тих її видів, які відповідають цим властивостям (табл. 2). Класифікація асиметрії інформації за ознаками її якісних властивостей дає, на думку автора, змогу точніше розкрити її сутність та систематизувати ті властивості, які необхідні для зниження рівня інформаційної асиметрії.

Таблиця 2

Види асиметрії інформації за її якісними властивостями*

Види асиметрії інформації	Якісні властивості інформації
Асиметрія об'єктивності інформації	Об'єктивність інформації характеризує її незалежність від сторонньої думки чи свідомості людини, а також від методів отримання
Асиметрія достовірності інформації	Достовірність – здатність інформації об'єктивно відображати явища та процеси. Є показником якості інформації, під якою розуміють її повноту та точність. Достовірна інформація сприяє прийняттю правильних управлінських рішень
Асиметрія повноти інформації	Інформація є повною, якщо її достатньо для розуміння і прийняття рішення. Неповна інформація може зумовити помилковий висновок чи управлінське рішення
Асиметрія точності інформації	Точність інформації визначається рівнем її наближення до реального стану об'єкта, процесу, явища тощо
Асиметрія актуальності інформації	Актуальність інформації – це її своєчасність та важливість на певний момент часу
Асиметрія корисності (цінності) інформації	Корисність інформації є її спроможністю задовольняти потреби конкретних споживачів та відповідність тим завданням, які можна вирішити за її допомогою

* Таблиця сформована на основі [5]

Найвагомішою складовою інформаційного масиву підприємства є облікова та аналітична інформація, адже за дослідженнями науковців тільки дані обліку становлять близько 70 % від загального масиву економічної інформації більшості підприємницьких структур.

Обліково-аналітична інформація формується в процесі господарського обліку та економічного аналізу. Господарський облік охоплює оперативний, статистичний та бухгалтерський облік, а останній – фінансовий, податковий та управлінський облік. Економічний аналіз містить, з одного боку, оперативний, поточний та перспективний аналіз, а з іншого, – фінансовий та управлінський аналіз. Дотичною до обліково-аналітичної інформації є інформація, яка виникає в процесі контролю за усіма видами господарського обліку та економічного аналізу [8].

Асиметрія обліково-аналітичної інформації може істотно впливати на ефективність прийняття рішень, зокрема на чинники формування ринкової вартості підприємства, оптимізації структури його активів і капіталу, розроблення ефективних напрямів покращення фінансово-економічного потенціалу через здійснення капітальних інвестицій, формування оптимального портфеля фінансових інвестицій, зниження рівня витрат та ризиків усіх видів діяльності, збільшення обсягів доходів, підвищення рентабельності та фінансової стійкості, а відтак і конкурентоспроможності підприємства на ринку, оптимізації грошових потоків підприємства та інших аспектів фінансово-господарської діяльності в ринковому середовищі.

Причини асиметрії обліково-аналітичної інформації можна поділити на дві групи:

- 1) загальні причини, які властиві будь-якій інформації і розкриті вище;
- 2) специфічні причини, які зумовлені формуванням саме облікової та аналітичної економічної інформації.

Однією з основних специфічних причин асиметрії бухгалтерської інформації є наявність різних облікових моделей, що їх використовують національні підприємства чи транснаціональні корпорації. Детально проаналізувавши основні світові макромоделі обліку, проф. В. В. Євдокимов доходить висновку, що “кожна з них сприяє економічному посиленню інформаційної дискримінації і не забезпечує розвитку економічних процесів у всіх напрямках. Це пов’язано з відсутністю чіткого врегулювання майнових інтересів на економічному рівні кожного з учасників господарських відносин” [9, с. 143].

Іншою специфічною причиною асиметрії облікової інформації в Україні та деяких інших державах є паралельне використання як фінансового, так і податкового обліку, які певною мірою є дещо антагоністичними підсистемами бухгалтерського обліку. Адже, як справедливо зауважують українські обліковці С. Легенчук і Д. Лозинський, зазначені види обліку регулюються різними нормативно-правовими актами, передбачають використання різних первинних документів та різних форм звітності для розрахунку такого важливого економічного показника, як фінансовий результат підприємства, що породжує асиметрію інформації [10].

Хоча ведуть бухгалтерський облік та складають фінансову звітність на підставі єдиних нормативно-правових документів, за єдиними принципами, які забезпечують порівнянність облікової інформації, кожне підприємство, з огляду на конкретні умови господарювання, може вибрати найприйнятнішу для нього форму ведення обліку. Для цього сукупність принципів, методів і процедур, що застосовуються для складання та подання фінансової звітності, підприємство повинно зафіксувати в його обліковій політиці. Формуючи облікову політику підприємства обирають зазвичай, тільки один варіант із тих, які передбачені нормативними документами. Різні підходи щодо формування облікових політик підприємств – це також причина асиметричності інформації.

Ще однією специфічною причиною асиметрії облікової інформації є надзвичайно велика кількість первинних та зведених бухгалтерських документів, заповнення яких може спричинити ненавмисне внесення недостовірних даних чи умисні дії щодо викривлення інформації.

Якщо ж говорити про аналітичну інформацію, то специфічною причиною її асиметрії є відсутність нормативних документів щодо обчислення аналітичних показників. Ці документи мали б регламентувати джерела даних для розрахунку таких показників та методику їх обчислення з урахуванням галузевої специфіки економічної діяльності.

Висновки

Асиметрія інформації властива кожному виду фінансово-господарської діяльності суб’єктів господарювання, а її негативні наслідки можна відчутти на будь-якому ринку. Асиметрія інформації істотно впливає на прийняття управлінських рішень. З огляду на те, що облікова та аналітична інформація є найвагомішою часткою інформаційного масиву підприємства, проблеми асиметрії такої інформації є надзвичайно актуальними. Причини асиметрії обліково-аналітичної інформації можуть бути загальними, що властиві будь-якій інформації, та специфічними, які зумовлені формуванням саме цієї інформації

1. Стігліц Дж. Асиметрія інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/uk/article/cuspilstvo/asimetriya-informaciyi>.
2. Косарлукова Н. А., Убагович Ю. И. Асиметрия информации на рынке строительных услуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.avcv.ru/documents/44-redactor/nauka/izdania/kosarlucova_1.pdf.
3. Каменев Н. А. Развитие видовой конкуренции на рынке коммунальных услуг // Экономика. Социология. Право. – 2011. – № 10. – С. 28–35.
4. Петрухина Н. А. Теоретические основы асимметрии информации [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tisbi.org/Site/Science/Documents/Petruhina.pdf>.
5. Лазаришина И. Д., Рудницкий Т. В. Теоретические аспекты полезности учетно-аналитической информации // Учетно-аналитические инструменты развития инновационной экономики: Мат. междунар. научн-практ. конф.: в 2 т. – Астрахань, 2009. – Т.1. – С. 85.
6. Терещенко О. О., Баб’як Н. Д. Фінансовий контролінг. – К.: КНЕУ, 2013. – 407 с.
7. Москаленко В. О. Теоретичні основи асиметрії економічної інформації // Пріоритети розвитку економіки України та інших країн: Мат. міжнар. наук.-практ. конф.. – Чернігів: ЧДТУ, 2013. – С. 80–82.
8. Загородній А.Г. Система обліково-аналітичного забезпечення менеджменту підприємства // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: Вісник Нац. ун-ту “Львівська політехніка”. – 2007. № 576. – С. 94-102.
9. Євдокимов В. В. Асиметрія бухгалтерської інформації та шляхи її мінімізації // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу: Міжнародний збірник наукових праць / Серія: Бухгалтерський облік, контроль і аналіз.– 2011. – Вип. 3(21). 4.1. – С. 135–146.
10. Легенчук С., Лозинський Д. Бухгалтерський облік витрат для цілей оподаткування як джерело асиметричної інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vsve.ua/index.php?type=full&name=ekdum/legenchuk.htm>.

ЗМІСТ

Розділ 1 Проблеми економіки

<i>Петрович Й. М.</i> Модернізація промислових підприємств як важлива передумова розвитку їх конкурентоспроможного потенціалу	3
<i>Балик У. О., Колісник М. В.</i> Стратегічний вимір концепції соціальної відповідальності бізнесу	9
<i>Блистів О. М., Галаз Л. В.</i> Взаємозв'язок інформаційної культури та якості навчального процесу	15
<i>Гальків Л. І., Килин О. В.</i> Чинники та соціально-економічні ефекти розвитку сільського зеленого туризму в Україні.....	22
<i>Гринів Н. Т., Подвальна Г.В.</i> Транспортна послуга як об'єкт аналізу та управління.....	27
<i>Жаворонков В. О.</i> Інноваційно-технологічні зміни як умова інноваційного розвитку України	36
<i>Захарчин Г. М.</i> Ціннісно-регулятивні аспекти організаційної культури підприємства.....	46
<i>Кіндрацька Г. І., Кулиняк Ю. І.</i> Стан і тенденції розвитку великих, середніх та малих підприємств реального сектору економіки України: порівняльний аналіз динаміки	51
<i>Клименко В.В., Лозова Г. М.</i> Середній клас: досвід США та українські реалії	63
<i>Кулініч Т. В., Адамчук А. Б.</i> Впровадження системи знижок для активізування комерційної діяльності вітчизняних оптових торговельних організацій.....	69
<i>Процак К. В., Карий О. І., Мавріна А. О.</i> Договірне регулювання проектів державно-приватного партнерства в Україні.....	83
<i>Матвій І. Є. Віхоть Т. А.</i> Особливості інноваційної діяльності малих підприємств	88
<i>Немий С. В., Нема О. С.</i> Оцінювання ефективності у проектах модернізації виробничо-технічної бази автотранспортних підприємств.....	97
<i>Новаківський І. І.</i> Засади формування конкурентоспроможних систем управління підприємствами з врахуванням рівня суспільно-економічного розвитку	104
<i>Пірус В. О.</i> Теоретичні засади інноваційної діяльності вищих навчальних закладів	112
<i>Перерва П. Г., Кобелева Т. О., Ткачова Н. П.</i> Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції.....	118
<i>Ткач С. В.</i> Джерела надходження іноземної валюти в контексті забезпечення валютно-курсової стабільності в Україні	126
<i>Ткачов М. М.</i> Моделювання ринку автомобільних запасних частин з урахуванням контрафакту	135
<i>Темченко О. А., Петрук М. В.</i> Забезпечення інноваційного розвитку гірничорудних підприємств на основі ресурсної концепції.....	145
<i>Фігун Н. В., Білошевська О. Б.</i> Роль партнерства в умовах гуманітарної кризи	153
<i>Чернявська О. І.</i> Інституційно-економічний механізм забезпечення інноваційного розвитку суспільства в умовах поглиблення техноглобалізму	161
<i>Шандрівська О. Є., Кузяк В.В., Шандрівський В. А.</i> Дослідження сегменту експрес-доставки вантажів в Україні з використанням методів математичної статистики.....	169

Розділ 2 Проблеми управління

<i>Винничук Р. О.</i> Системний підхід до розвитку персоналу організації	185
<i>Воротніков В. А.</i> Уніфікація оцінки інноваційної перспективності розробки складних технічних систем як фактор підвищення ефективності менеджменту НДДКР і публічних закупівель	192
<i>Гвоздь М. Я.</i> Ключова роль інформаційних технологій під час реінжинірингу бізнес-процесів.....	202
<i>Дубодєлова А. В., Лісовська Л. С., Бандрівський Р. Р.</i> Типологія мислення в управлінській діяльності	207
<i>Косенко О. П.</i> Концептуальні положення відкрито-закритої моделі інноваційного процесу з інтелектуальною складовою	215
<i>Михальчук Н. М., Савка Н. Я.</i> Моделювання податково-боргової складової фінансової безпеки на основі штучних нейронних мереж.....	225
<i>Нікіфорова Л. О.</i> Мотиваційні аспекти створення інноваційних START-UP на платформі ВНЗ	234
<i>Рачинська Г. В., Конець Г. Р.</i> Актуальні аспекти управління малим і середнім бізнесом в Україні	240
<i>Смолінська Н. В., Грибик І. І.</i> Управління знаннями як інструмент забезпечення інноваційного розвитку підприємства	248
<i>Соболева Т. О.</i> Науково-освітні чинники формування конкурентоспроможності України	256
<i>Черчик А. О.</i> Оцінка дієвості системи управління економічною безпекою підприємств – суб'єктів ЗЕД	265
<i>Диба М. І., Загородній А. Г., Партин Г. О.</i> Асиметрія обліково-аналітичної інформації та її вплив на прийняття управлінських рішень	271

Part 1

Economic Issues

<i>Petrovych Yo. M.</i> Modernization of industrial enterprises as an important precondition of their competitive potential development	3
<i>Balyk U., Kolisnyk M.</i> Strategic dimension of corporate social responsibility.....	9
<i>Blystiv O., Galaz L.</i> Interrelation between information culture and the quality of educational process.....	15
<i>Halkiv L. I., Kylyn O. V.</i> Factors and socio-economic effects of rural green tourism in Ukraine.....	22
<i>Hryniv N., Podvalna H.</i> Transport services as an object of analysis and management	27
<i>Zhavoronkov V. O.</i> Innovative technological changes as a condition of innovation of Ukraine	36
<i>Zakharchyn G. M.</i> Value-regulatory aspects of enterprise organizational culture.....	46
<i>Kindratska G. I., Kulinyak Y. I.</i> Status and development trends of large, medium and small enterprises of real economy in Ukraine: a comparative analysis of dynamics	51
<i>Klymenko V. V., Lozova G. M.</i> Middle class: the USA experience and Ukrainian reality	63
<i>Kulinich T. V., Adamchuk A. B.</i> Implementation of discounts for commerce activation of domestic wholesale trade organizations	69
<i>Protsak K. V., Karyi O. I., Mavrina A. O.</i> Contractual regulation of public-private partnerships in Ukraine	83
<i>Matviy I. Ye., Vikhot T. A.</i> Features of small businesses' innovation activity	88
<i>Nyemyy S. V., Nyema O. S.</i> Evaluation of the effectiveness in projects modernization of production and technical base of motor transport enterprises	97
<i>Novakivskyy I. I.</i> Principles of forming enterprise competitive management systems with the account of socio-economic development	104
<i>Pirus V.</i> Theoretical foundations of higher educational institutions innovative activities	112
<i>Pererva P., Kobyelyeva T., Tkachev N.</i> Formation of electrical products market conditions	118
<i>Tkach S.</i> The sources of foreign currency inflows in the context of providing the exchange rate stability in Ukraine	126
<i>Tkachev M.</i> Modeling auto spare parts market with the account of counterfeit	135
<i>Temchenko A. A., Petruk M. V.</i> Providing innovate development of mining enterprises on the basis of resource concept	145
<i>Fihun N., Biloshevskya O.</i> The role of partnerships during humanitarian crisis	153
<i>Chernyavska O. I.</i> Institutional and economic mechanism of providing the innovation development of society under the process of formation of technoglobalizm	161
<i>Shandrivska O. E., Kuziak V. V., Shandrivskiy V. A.</i> Research of express freight services in Ukraine by methods of mathematical statistics	169

Part 2
Management Issues

<i>Vynnychuk R.</i> Systemic approach to personnel professional development	185
<i>Vorotnikov V. A.</i> Unification assess innovative prospects of complicated technical systems as a factor in increasing the efficiency of R&D and public procurement management	192
<i>Gvozd M.</i> Key role of information technology in providing business process reengineering	202
<i>Dubodyelova A. V., Lisovska L. S., Bandrivsky R. R.</i> Thinking typology in management	207
<i>Kosenko O. P.</i> Conceptual of open-closed model of innovation intellectual part	215
<i>Mykhalchuk N., Savka N.</i> Modeling of tax-debt component of financial security based on artificial neural networks	225
<i>Nikiforova L. O.</i> Motivational aspects of creating innovative start-ups on the platform of higher educational institutions	234
<i>Rachynska G. V., Kopets G. R.</i> Actual aspects of small and middle business management in Ukraine	240
<i>Smolinska N. V., Hrybyk I. I.</i> Knowledge management as a tool of enterprise innovation support	248
<i>Sobolieva T. O.</i> Science and education factors forming competitiveness of Ukraine	256
<i>Cherchyk A.</i> The efficacy management systems economic security – subjects of foreign trade	265
<i>Dyba M. I., Zagorodnyy A. G., Partyn H. O.</i> Asymmetry of accounting and analytical information and its impact on management decision making	271

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК

Національного університету
“Львівська політехніка”

Збірник наукових праць

Засновано 1964 р.

№ 815

СЕРІЯ:
ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ
ТА УПРАВЛІННЯ

Редактор *Ольга Дорошенко*
Комп'ютерне верстання *Олени Борисюк*
Художник-дизайнер *Маріанна Рубель-Кадирова*

Здано у видавництво 09.07.2015. Підписано до друку 24.09.2015.

Формат 60×84¹/₈. Папір офсетний. Друк на різнографі.

Умовн. друк. арк. 32,55. Обл.-вид. арк. 23,2.

Наклад 100 прим. Зам. 152905.

Видавець і виготівник: Видавництво Львівської політехніки
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4459 від 27.12.2012 р.

вул. Ф. Колесси, 4, Львів, 79013

тел. +380 32 2582146, факс +380 32 2582136

vlp.com.ua, ел. пошта: vmr@vlp.com.ua